

Bake & Sweet

magazyn branży piekarskiej i cukierniczej



W NUMERZE: Jak to się robi za granicą

B&S BUSINESS NEWS ŚWIAT

CUKIERNICZE POCAŁUNKI KLIMTA

B&S BUSINESS NEWS POLSKA

CO MA HERBATA DO TAPIOKI?

WYDARZENIA

TARGI W TORONTO, MOSKWIE

I MONACHIUM

MARKETING I ZARZĄDZANIE

NIE PRZEGAP CZEKOLADY

CIASTO MIESIĄCA

Z OWOCAMI ŚWIEŻYMI,
PRAŻONYMI, KANDYZOWANYMI...

POMYSŁ NA BIZNES

PIZZERKA NIEJEDEN MA SMAK

BEZPIECZNA PRACA

BĘDZIE GORĄCO, BĘDĄ KONTROLE

TECHNOLOGIE I URZĄDZENIA

CHLEB POKROJONY NA ŻYCZENIE

RAPORT

DŁUGA ŚWIEŻOŚĆ
HOTELOWYCH BUŁEK

DODATKI I SUROWCE

DUŻO BIAŁKA W MAŁYCH KULKACH

NOWOŚCI RYNKOWE

PIECZYWO Z PREBIOTYKAMI

TRENDY

NA LODACH MOŻNA DOBRZE ZAROBIĆ



Stabilna forma w wielu smakach

KOMPLET Stabilizatory

KOMPLET Stabilizatory to niezastąpiony składnik kremowych deserów i ciast. Duży wybór smaków oraz proste przygotowanie umożliwiają ich różnorodne zastosowanie. Produkt bardzo dobrze stabilizuje kremy ułatwiając ich kształtowanie i zachowanie formy.



- KOMPLET Stabilizator Karmelowy
- KOMPLET Stabilizator Jogokiss (jogurtowy)
- KOMPLET Stabilizator Wiśniowy
- KOMPLET Stabilizator Marakuja-Brzoskwinia
- KOMPLET Stabilizator Tiramisu
- KOMPLET Stabilizator Owoce Leśne
- KOMPLET Stabilizator Truskawkowy
- KOMPLET Stabilizator Neutralny

 **KOMPLET Polska**

więcej na www.komplet.pl

Z dobrego upieczesz najlepsze!



PIEC RURKOWY HEIN UNIVERSAL

z masywnym paleniskiem ceramicznym i 22 mm płytami wypiekowymi



Najwyższa jakość wykonania. Obudowy zewnętrzne pieca oraz inne detale wykończeniowe o wysokiej jakości i estetyce.

Hein Etomatic - proste i przyjazne w obsłudze, sterowanie komputerowe, menu w języku polskim.

Opatentowany system demontażu drzwi komory wypiekowej - prostota i estetyka.

Wydajny system zaparowania DT, pieczenie wsad za wsadem.

Każda komora posiada oddzielny segment rur na górę i spód komory. Łagodne działanie temperatury i naturalna turbulencja ciepła gwarantują wysoką jakość wypieków i ich dłuższą świeżość.

Płyty wypiekowe o grubości 22 mm wykonane z masy ceramicznej.

Murowane, masywne palenisko (do 6,5 tony masy) gwarantuje dużą oszczędność energii.

PIECE OBROTOWE HEIN LUXROTOR

ROZMIAR
od S do XXL *

*Dostępne na 1, 2 lub 4 wózki



W NUMERZE 7-8 (20-21)

OPINIE

- 6 Świątowanie i reklama

B&S BUSINESS NEWS

- 7 Najgorsze zbiory od 40 lat
7 A. Blikle z kanapkami?
8 Polska narodem miłośników kawy
8 Będziemy promować żywność Superior Taste Award dla Sante
9 Kawiarni McDonald's coraz więcej
10 W skrócie
10 Co ma herbata do tapioki?
11 Pakuj walizkę, cukierniku
11 Moda na Estelle
12 Czekolada na śniadanie sprzyja odchudzaniu
12 Starbucks rezygnuje z koszenia
13 Pocałunki Klimta - wiedeńskie arcydzieła cukiernicze

WYDARZENIA

- 14 Amerykański kicz czy nowe trendy w cukiernictwie?
16 Nowoczesna piekarnia po rosyjsku
17 IBA w Monachium - obecność obowiązkowa

MARKETING I ZARZĄDZANIE

- 18 Doceń godło promocyjne
19 Nie przegap czekolady

TRENDY

- 22 Na lodach można dobrze zarobić
25 Lody ze Starowiśnej

JAK TO SIĘ ROBI ZA GRANICĄ

- 26 Mrożone jogurty FroYoCake cukierniczym hitem w Berlinie
28 Lody o smakach bazylii i rynkowego sukcesu
30 Baumkuchen bei Buchwald, czyli sękacz po berlińsku
31 Proszę nie jeść eksponatów!

BEZPIECZNA PRACA

- 32 Będzie gorąco, będą kontrole

POMYSŁ NA BIZNES

- 33 Bułka tarta to nie odpad produkcyjny
36 Pizzerka niejedną ma smak

CIASTO MIESIĄCA

- 40 Nieuchronna fuzja smaków
42 Błyszczą i chronią przed wysychaniem
45 Kandyzowane owoce nie tylko do dekoracji



- 48 **Tradycyjny biszkopt czy cytrusowa Montana?**

- 50 Elektryczne grzanie, elektroniczne sterowanie
53 Na jabłkach świat się nie kończy

RAPORT



- 56 **Długa świeżość hotelowych bułek**

AKADEMIA ZEELANDIA

- 60 XI Ekspedycja: Tiramì sù – poderwij mnie

WYWIAD MIESIĄCA

- 62 Przyjdzie czas, że galerie będą walczyć o naszą markę

TECHNOLOGIE I URZĄDZENIA

- 64 Tanio nie znaczy okazynie
70 Jedna śmietana, różne technologie ubijania
72 Chleb pokrojony na życzenie



- 74 **Wiązać czy klipsować?**

DODATKI I SUROWCE

- 76 Ciasto parzone. Tradycyjna nazwa, nowoczesna technologia
80 Lato o smaku jogurtu
83 Białko, węglowodany i dobra promocja
84 Dużo białka w małych kulkach

TECHNOLOG RADZI



- 86 **O stabilizatorach słów kilka**

NOWOŚCI PRODUKTOWE

- 88 Wyrazisty smak Granixa
88 Powrót do tradycji
89 Pieczywo funkcjonalne dodatkowo wzbogacone



Tomasz Przysiężny

redaktor naczelny

„Życie bez pieczywa” - taki tytuł nosi książka Wolfganga Lutza, która po raz pierwszy została wydana pod koniec lat 60. ubiegłego wieku. Jej autor, austriacki lekarz, już pół wieku temu podważał stereotypy, uznając dietę wysokowęglowodanową za bezzasadną z medycznego i biochemicznego punktu widzenia. Wówczas rozwiązaniem tego problemu było zrezygnowanie z jedzenia chleba. Obecnie nie ma takiej potrzeby, gdyż na rynku jest coraz więcej pieczywa o znacznie obniżonej ilości węglowodanów. Wspomniana książka pojawiła się po raz kolejny przed kilkoma laty i wzbogacona została o wyniki wieloletnich badań przeprowadzonych przez innego współautora Christiana B. Allana. W przedmowie napisanej przez amerykańskiego lekarza dra Kilmera S. McCully’ego pojawia się ciekawe stwierdzenie, jakoby „hipoteza mówiąca, iż nadmiar cholesterolu w pożywieniu prowadzi do podwyższonego stężenia cholesterolu we krwi nigdy nie została udowodniona. Niestety, nieszczęśliwym skutkiem lansowania tej niedowiedzianej i z początku niepopularnej hipotezy były niefortunne zalecenia dietetyczne różnych agencji rządowych i grup specjalistów, aby odżywiać się pokarmami o niskiej zawartości tłuszczu i cholesterolu (...) Dzisiejsza epidemia otyłości, cukrzycy i nadciśnienia u dorosłych i młodocianych obywateli USA jest właśnie smutną konsekwencją nadmiernego spożycia węglowodanów, a zwłaszcza pokarmów otrzymanych z oczyszczonych zbóż”.

Trudno określić, w jak wielkim stopniu panujący w ostatnich latach trend, aby konsumować niskowęglowodanowe produkty odbił się na kondycji polskiego piekarstwa. Produkty chlebobodobne są tanie i dostępne w większości supermarketów oraz sklepów sieciowych, a tym samym mają sporą rzeszę konsumentów. Wyroby te nie są z pewnością niskowęglowodanowe, a więc z jakąkolwiek dietą nie mają nic wspólnego. Ich powszechność i popularność w pewnym sensie rzuciła również cień na dobre jakościowo wyroby z rzemieślniczych piekarni, które swoje prozdrowotne właściwości miały na długo przed pojawieniem się określenia: „pieczywo funkcjonalne”. Z cieniem najłatwiej sobie poradzić zapalając światło... wiedzy.

Obecnie na rynku jest całkiem sporo prozdrowotnego pieczywa i coraz więcej konsumentów rezygnuje z tzw. zwykłego chleba na rzecz nieco droższego, ale zdecydowanie bardziej wartościowego. Swoją przyszłość na rynku żywności funkcjonalnej dostrzega też coraz więcej piekarni, które stopniowo wzbogacają ofertę o nowe i ciekawe wypieki, rezygnując jednocześnie z chlebów i bułek produkowanych do tej pory. Będzie to z pewnością proces długofalowy, gdyż wymaga zmiany myślenia konsumentów i ich zrozumienia, jak wielką rolę w naszej diecie odgrywa dobre jakościowo pieczywo. I nie chodzi tu bynajmniej o tradycję chleba, który od niepamiętnych czasów gości na polskim stole.

Sądzę, że jest jednak możliwość skrócenia czasu, który potrzebują konsumenci, by ponownie wrócili do spożywania pełnowartościowego pieczywa. Trzeba ich do tego przekonywać już od dziś, a nie od jutra czy od przyszłego roku. Im szybciej - tym lepiej. Najprostsza metoda, to „schować” chleb pszenno-żytni na niższe regały, a dobre wypieki, które są dumą piekarzy, położyć na półkach, z których klientom najłatwiej sięgnąć po pieczywo. Krótka, ale rzetelna informacja o właściwościach zdrowotnych poszczególnych chlebów razowych, orkiszowych, z nasionami itp. ułatwi wybór i decyzję o zakupie. Bo trzeba pamiętać, że konsument „nie jest w ciemni bity”. Często ci, którzy tak myśleli, już od dawna nie mają swoich piekarni.

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 Muslewski
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

ŚWIĘTOWANIE I REKLAMA

Jak co roku w całej Polsce zorganizowanych będzie kilkanaście większych i mniejszych imprez z pieczywem w roli głównej. Zdaniem piekarzy, którzy biorą w nich udział, Święto Chleba to dobra okazja do tego, aby wyjść ze swoimi wyrobami poza sklepy i pokazać je szerszej klienteli. Czy z takiej formy reklamy można odnieść wymierne korzyści?

EWA BRZEZIŃSKA, PIEKARNIA WACYN Z WACYNA KOŁO RADOMIA

W imprezach plenerowych i festynach, na których możemy wystawić stragan z naszymi wyrobami, bierzemy udział kilka razy w roku. Produujemy pieczywo korzystając wyłącznie z naturalnych fermentacji, a nasze wyroby zdobywają swoich klientów zazwyczaj dzięki tzw. reklamie szeptanej. Jest to trwała forma promocji, lecz niestety rozchodzi się bardzo wolno. Klienci, gdy spróbują naszego pieczywa, to zazwyczaj zostają mu wierni. Problem jednak w tym, jak dotrzeć do nowych konsumentów. Udział w takich imprezach jak Święto Chleba w Radomiu pozwala nam pokazać wypieki szerokiemu gronu odbiorców, którzy na miejscu mają okazję, aby ich posmakować. Uważam jednak, że wszystkie konkursy, w których rywalizują ze sobą poszczególne piekarnie, nie mają dla konsumentów większego znaczenia. Takie rywalizacje przyciągają uwagę jedynie ludzi ściśle związanych z branżą piekarską. Ci, dla których pieczemy nasze chleby, muszą ich po prostu posmakować. Na Święcie Chleba mają do tego najlepszą okazję.

MARTA DANIEC, PIEKARNIA U DAŃCA Z ŁOMNEJ KOŁO WIŚNICZA

Ponieważ w Święcie Chleba w Krakowie bierzemy udział każdego roku, najlepiej świadczy to o tym, że jesteśmy zadowoleni z uczestniczenia w tej imprezie. Przypuszczam, że zauważamy coraz większe zainteresowanie tym festynem, z roku na rok przychodzi coraz więcej ludzi. Uważam, że dzięki wystawianiu się na krakowskim Święcie Chleba pozyskujemy nowych klientów, którzy do tej pory nas jeszcze nie znali. Wielu odwiedzających nasze stoisko w tym roku przyznało, że w ogóle do tej pory nie słyszeli o naszym chlebie żarnowym, który przecież jest wpisany na Listę Produktu Tradycyjnego. Dopytują się, gdzie można go na co dzień kupić, a my możemy im wówczas zareklamować punkty sprzedaży z naszym pieczywem. Zdecydowanie jestem za tym, aby tego typu imprezy były częściej organizowane w Krakowie.

KAZIMIERZ CZEKAJ, PIEKARNIA RAFAPOL Z ZABIERZOWA KOŁO KRAKOWA

Wspólnie z Antonim Madejem z Krakowa byłem współtwórcą Święta Chleba. Od początku idea tego przedsięwzięcia wynikała z konieczności promowania chleba, bo naszej branży na to nie stać, nikt nas nie wspiera. Dziewięć lat temu, organizując pierwszą imprezę w Krakowie wydawało się nam, że pozwoli ona piekarzom zaprezentować się na rynku lokalnym.

I tak rzeczywiście się stało. Dziś impreza ta ma już rozgłos na cały kraj. Pamiętam, że gdy kiedyś zapytałem Leszka Mazana, znanego dziennikarza i publicystę, czy organizowanie Święta Chleba ma sens odpowiedział mi: Kaziu, nawet dla jednej osoby warto to robić, bo nigdy nie wiesz, co to za osoba.

I tak też się stało. Przedstawiciele pewnej dużej sieci handlowej odwiedzając krakowski festyn dotarli do naszego stoiska. Szukali palety wyrobów piekarskich dla swoich sklepów i zainteresowali się naszymi produktami. Gdybyśmy nie byli obecni na Święcie Chleba, to by w ogóle nie wiedzieli co produkujemy i jak to smakuje. ■

ŚWIĄTECZNY SEZON

Lato to okres „wysypu” różnego typu regionalnych festynów i imprez plenerowych, którym nierozdzielnie towarzyszą Święta Chleba. W tym roku odbyły się one już w Krakowie i Radomiu. Gdzie jeszcze piekarze będą mogli zaprezentować swoje wypieki?

Najbliższa impreza to Święto Chleba w Gdańsku, które jak co roku towarzyszyć będzie Jarmarkowi św. Dominika (28 lipca-19 sierpnia). Już po raz dwunasty odbędzie się w tym roku Podlaskie Święto Chleba, na które organizatorzy zapraszają do Muzeum Rolnictwa w Ciechanowcu (12 sierpnia). Kilka dni później (15 sierpnia) podobna impreza odbędzie się w Skansenie Chleba w Ustroniu Morskim. VII Elbląski Dzień Chleba wbrew pozorom nie potrwa jeden dzień, ale trzy (początek 31 sierpnia). Nieco krócej, bo dwa dni (25 i 26 sierpnia) pieczywo będzie królowało na Lubuskim Święcie Chleba w Bogdańcu koło Gorzowa. Z kolei 2 września odbędą się aż trzy tego typu plenerowe imprezy: Święto Chleba w Radomiu w Muzeum Wsi Radomskiej, Święto Chleba w Tokarni na terenie Parku Etnograficznego oraz IX Diecezjalne Święto Chleba w Brzesku. 8 września piekarze z Wielkopolski będą mieli okazję, aby pochwalić się swoimi wypiekami podczas Święta Chleba, które tradycyjnie zostanie zorganizowane na poznańskim Starym Rynku. Dzień później (9 września) w Lublinie już po raz czwarty ma być zorganizowana podobna impreza, lecz o krajowym zasięgu - Ogólnopolskie Święto Chleba. 16 września piekarzy i stoisk z ich wyrobami nie powinno zabraknąć na III Święcie Chleba w Żegocinie, a tydzień później (23 września) na podobnej imprezie w Milikowicach, której już po raz siedemnasty towarzyszyć będzie Konkurs na Tradycyjne Wypieki Chleba.

Najgorsze zbiory od 40 lat

Cukiernicy, którzy korzystają ze świeżych owoców, mają powód do zmartwień. Truskawki, maliny, porzeczki i inne owoce sezonowe będą w tym roku rekordowo drogie.

Wszystko przez przymrozki, które poważnie zaszkodziły rolnikom. Najbardziej ucierpiały uprawy owoców miękkich, których zbiory mogą być najgorsze od 40 lat - informuje Ministerstwo Rolnictwa. Tymczasem właśnie truskawki, maliny oraz porzeczki i jagody są powszechnie używane w cukiernictwie jako dodatki do ciast i deserów. Wysokie ceny owoców martwią również przetwórcy produkujące owoce w żelu i owoce kandyzowane - prawdopodobnie będą one musiały podnieść ceny swoich wyrobów.

W ubiegłym roku zebrano w Polsce około 160 tys. ton truskawek. W tym roku, jak wynika z szacunków prof. Eberharda Makosza z Towarzystwa Rozwoju Sadów Karłowych, które oparł na informacjach od 30 plantatorów, plony wyniosą najwyżej od 100 do 120 tys. ton.

Mniej będzie także malin - 90 do 100 tys. ton (105 tys. ton w ubiegłym roku) oraz czarnej porzeczki - 100 tys. ton (115 tys. ton w 2011). Mrozy zaszkodziły także wiśniom, czereśniom, śliwom, gruszom,



Fot. Materiały własne

Droższe owoce sezonowe z pewnością odbiją się na cenie, jaką konsumenci będą musieli zapłacić m.in. za wyroby cukiernicze.

morelom i brzoskwiniom. Zbiory tych owoców również będą niższe niż przed rokiem.

Jest za to dobra wiadomość dla producentów szarlotek.

- W oparciu o aktualny stan drzew i po-

ziom zawiązania owoców sędzę, że w tym roku zbiory jabłek mogą się wahać od 2,6 do 2,7 mln ton, czyli na normalnym, średnim poziomie - twierdzi prof. Eberhard Makosz.

AM

A. Blikle z kanapkami?

Zmiany w menu, nowe placówki i pieniądze na rozwój - to tegoroczne plany słynnej warszawskiej firmy cukierniczej A. Blikle - donosi Puls Biznesu.

A. Blikle porzucił pomysł wchodzenia ze swoimi produktami premium do sieci handlowych i postawił na rozwój tradycyjnej sieci sprzedaży. Ma ona obejmować zarówno własne cukiernie i kawiarnie jak też lokale franczyzowe.

Już wkrótce firma przedstawi nowy koncept cukierniczy, w którym prawdopodobnie obok tradycyjnych wypieków pojawią się również m.in. kanapki i croisanty. Nie zabraknie też wysokogatunkowych kaw, także sprzedawanych na wynos. Szczegóły dotyczące nowego konceptu na razie trzymane są w tajemnicy. Przypomnijmy, że pod szyldem A. Blikle wyroby cukiernicze sprzedaje 10 lokali franczyzowych, a samych cukierni i kawiarni należących bezpośrednio do firmy jest w Warszawie aż 16.



Fot. Materiały własne

Oprócz kawy na miejscu lub na wynos w lokalach A. Blikle można również kupić świeżo mieloną markową kawę sygnowaną logo zakładu cukierniczego.

TP

Polska narodem miłośników kawy

Polacy wypijają już tyle samo kawy co herbaty, czyli średnio filiżankę dziennie. Coraz więcej z nas decyduje się na jej picie poza domem. Robi tak aż 70 procent ankietowanych Polaków - poinformowała Gazeta Prawna.

Na wzrost spożycia kawy, i to najczęściej w kawiarniach i cukierniach, zwróciło w ostatnim czasie uwagę już kilka agencji badających preferencje konsumentów. Wyniki ich badań dostrzegło już kilka międzynarodowych sieci oferujących gorące napoje oraz desery i podjęło decyzję o inwestowaniu w nowe lokale w naszym kraju. Rozbudowę swoich placówek planuje m.in. Coffeeheaven i Starbucks. Na nasz rynek wchodzi również nowe światowe marki: Aroma Espresso Bar oraz Costa Caffee. Na kawie i ciastach będą zarabiać również markety i stacje paliw - sieć kawiarni chce otworzyć m.in. Biedronka, a Orlen, BP i Statoil rozszerzają swoją dotychczasową ofertę.

Zdaniem ekspertów, konkurencja sprawi w krótkim czasie, że kawa potanieje i poza domem będzie ją pić jeszcze więcej Polaków. To z kolei oznacza, że cukiernicy, którzy jeszcze nie wprowadzili do swojej oferty gorących napojów, powinni to zrobić jak najszybciej, bowiem na kawie nadal można dobrze zarobić. Zwłaszcza że jej ceny na światowych rynkach lecą w dół. Ekspertcy szacują, że obecnie jest ona najtańsza od 2010 roku.

- Cena nasion kawy odmiany arabica, stanowiącej około 70% światowej produkcji, w ostatnim czasie spadła na rynkach towarowych do najniższego od 16 miesięcy poziomu - donosi serwis Gulfnes.com. W stosunku do bardzo wysokich cen z maja 2011 roku obecne są one niższe o 40%. Zawdzięczamy to świetnym



Fot. B&S

Cena kawy spada, spożycie wzrasta - dobry czas, aby wyposażyć swoją cukiernię w ekspres i poszerzyć ofertę np. o cappuccino.

prognozom w Brazylii, które w tym roku zapowiadają się tam rekordowe zbiory. Światowa produkcja kawy (liczonej w 60 kg workach) wrosnąć ma o 11 mln worków do poziomu 146 mln. Przypomnijmy, że jeszcze kilka miesięcy temu obawiano się, że jej zbiory mogą być niższe niż przed rokiem. Zdaniem ekspertów z Międzynarodowej Organizacji Kawy (ICO),

kawa będzie więc jeszcze tańsza, ale już niedługo jej ceny powinny się ustabilizować. - Utrzymanie ceny poniżej dwóch dolarów za funt kawy na dłuższą metę nie jest możliwe. Stale rosnący popyt doprowadzi w końcu do podwyżek - twierdzi Roberto Oliveria Silva z ICO.

AM

Będziemy promować żywność

Promocją polskiej żywności zajmie się w najbliższych dwóch latach Agencja Rynku Rolnego, która wygrała przetarg ogłoszony przez Ministerstwo Gospodarki.

Program promocyjny będzie realizowany w ramach projektu „Promocja polskiej gospodarki na rynkach międzynarodowych” jako część Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka. Agencja będzie wdrażała przygoto-

waną przez siebie koncepcję promocji żywności, która ma pomóc wykreować polskie marki i spowodować ich większą rozpoznawalność na świecie. Kampania prowadzona przez ARR obejmie między innymi takie rynki jak: Ro-

sja, Niemcy, Chiny, Francja, Ukraina. Działania promocyjne objęte projektem przeznaczone są dla przedsiębiorców z branży spożywczej. Z naszej branży dotyczą one producentów produktów zbożowych, wyrobów ciastkarskich, czekolady i wyrobów cukierniczych.

AM

Superior Taste Award dla Sante

Granola Dark Chocolate i Ciasteczka Owsiane Żurawinowe firmy Sante zostały nagrodzone tytułem Superior Taste Award 2012 w tegorocznej edycji międzynarodowego panelu degustacyjnego. Rokrocznie organizowany jest on przez International Taste and Quality Institute w Brukseli - niezależną i renomowaną organizację zajmującą się m.in. promowaniem produktów żywnościowych i napojów z całego świata.



Tytuł Superior Taste Award 2012 Międzynarodowego Instytutu Smaku i Jakości (iTQi) przyznawany jest przez jury składające się ze 120 uznanych szefów kuchni oraz znawców napojów z 13 najświetniejszych europejskich stowarzyszeń kulinarnych oraz z Międzynarodowego Stowarzyszenia Sommelierów (ASI). Dokonują oni oceny produktów na podstawie ślepych testów (oceniających wyłącznie ich właściwości bez porównań) z naciskiem na intensywność przyjemności smakowej. Kryteria organoleptyczne są punktowane (pierwsze wrażenie, wygląd, aromat, tekstura, smak oraz wtórne wrażenia węchowe), a następnie komentowane przez każdego członka jury. Produkty, które uzyskują

wynik powyżej 70% podczas degustacji otrzymują Superior Taste Award w następujących kategoriach: Smak godny uwagi i jedna gwiazdka (wynik pomiędzy 70% a 80%), Smak wybitny i dwie gwiazdki (od 80% do 90%) oraz Smak wyjątkowy i trzy gwiazdki (powyżej 90%).

W tym roku do konkursu zgłoszono 997 produktów z całego świata. Wśród 428, które nagrodzono dwoma gwiazdami, znalazły się Granola Dark Chocolate produkowane przez Sante, zaś Ciasteczka owsiane żurawinowe otrzymały jedną gwiazdkę z punktacją całkowitą 75,4%.

- Jesteśmy bardzo dumni z tytułu Superior Taste Award, gdyż przyznają go wybitni znawcy smaku w możliwie najbardziej

bezsposny sposób - mówi Anna Pasińska, dyrektor ds. marketingu Sante. - Dla naszych obecnych konsumentów jest on potwierdzeniem ich dobrego wyboru, a dla nowych może być interesującą zachętą do zapoznania się z ofertą naszej firmy.

Przypomnijmy, że firma Sante A. Kowalski sp. j. specjalizuje się w produkcji żywności funkcjonalnej, czyli żywności korzystnej dla zdrowia, oraz jest liderem na rynku musli, produktów sojowych i cukru trzcinowego. Swoje wyroby eksportuje m.in. do Wielkiej Brytanii, Litwy, Estonii, Szwecji, Austrii, Islandii, a także na Bliski Wschód.

Opr. TP

Kawiarni McDonald's coraz więcej

McCafé jest jedną z najszybciej rozwijających się i liczących się sieci kawiarni w Polsce. Świadczy o tym m.in. otwarcie kolejnego, 65. już lokalu, który od niedawna działa w Białej Podlaskiej.

Od otwarcia pierwszej polskiej restauracji wzbogaconej o McCafé w 2008 roku McDonald's Polska systematycznie rozwija ich sieć. McCafé powstają w już działających, zmodernizowanych lokalach McDonald's, ale stanowią także uzupełnienie restauracji nowo otwieranych. Obecnie co piąty lokal McDonald's w Polsce ma McCafé. Ta wydzielona strefa w restaura-

cji różni się nie tylko wystrojem i komfortem, jaki mają gościom zapewnić wygodne, tapicerowane meble. Zaletą McCafé, które są już bardzo poważną konkurencją tradycyjnych kawiarnio-cukierni, jest szybkość obsługi i atrakcyjna cena kawy, która parzona jest z mieszanki Arabica przygotowywanej wyłącznie na potrzeby McCafé. W swojej ofercie oprócz napojów

przygotowywanych na bazie klasycznego espresso (gorących i mrożonych) McCafé ma też szeroki wybór deserów, w tym wypiekane na miejscu croissanty. I to również coraz bardziej niepokoi cukierników, dla których jeszcze kilka lat temu McDonald's ze swoimi hamburgerami nie był żadną konkurencją.

TP

W skrócie

Kraków, Miasto Chleba Królów - pod takim hasłem już po raz dziewiąty zorganizowano w stolicy Małopolski Święto Chleba. Na początku czerwca swoje wyroby piekarsko-cukiernicze na krakowskim Kazimierzu zaprezentowało blisko 50 wystawców, głównie lokalnych rzemieślników. Nie zabrakło m.in. chleba prądnickiego, bajgli i żydowskich chałek oraz innych wypieków, które znajdują się na Liście Produktów Tradycyjnych z Małopolski.

Tip-Top Ultra Clean to enzymatycznie nieaktywna zapobiegająca przywieraniu specjalna mąka niepaląca, którą na niemiecki rynek wprowadziła niedawno firma Kampffmeyer Food Innovation GmbH. To innowacyjne rozwiązanie ma ułatwić produkcję wyrobów piekarsko-cukierniczych, zmniejszając przywieranie mąki i ciasta do maszyn oraz ograniczając szkodliwe pylenie podczas produkcji w piekarniach i cukierniach.

Firma Consonni, znany na polskim rynku producent pieczywa i wyrobów cukierniczych, zdobył wicemistrzostwo w ogólnopolskim konkursie AgroLiga 2011 w kategorii „firmy”. Celem konkursu jest nobilitacja i promocja przedsiębiorstw, które potrafią produkować wyroby na wysokim poziomie i których wysokie efekty pracy mogą służyć za wzór do naśladowania - zapewniają organizatorzy AgroLigi. Zdzisław Bartelak, właściciel zakładu piekarsko-cukierniczego z Kamyka k. Częstochowy odebrał puchar prezesa Agencji Rynku Rolnego bezpośrednio z rąk prezydenta RP Bronisława Komorowskiego na początku czerwca.

Sztandar Stowarzyszenia Rzemieślników Piekarstwa RP został pod koniec czerwca poświęcony na Jasnej Górze podczas nabożeństwa, w którym wzięli udział uczestnicy Pielgrzymki Rzemiosła Polskiego. Do Częstochowy przybyli przedstawiciele wielu izb branżowych, nie zabrakło także piekarzy i cukierników. Ołtarz na szczycie jasnogórskim został udekorowany okolicznościowymi chlebami, które zostały wykonane w piekarni Lecha Jędryki z Częstochowy.

The Coffee Factory to nowa sieć kawiarni, która ma wejść na polski rynek w miejsce lokali sieci Wayne's Coffee. Szwedzki koncept wycofuje się z Polski, ale zamierza wykorzystać swoje doświadczenie i stworzyć nowy koncept kawiarniany, adresowany głównie do franczyzobiorców, ale na dużo bardziej przystępnych warunkach współpracy niż oferował Wayne's Coffee. Poza tym, kawa ma być serwowana w porcelanie a nie w kubkach z papieru. Pierwszy polski lokal The Coffee Factory ruszy jeszcze tego lata.

Toruńskie pierniki podbijają Gorzów Wlkp. W tamtejszym Muzeum Lubuskim otwarto sezonową ekspozycję, która ma nie tylko przybliżyć historię ciastek wypiekanych od niemal siedmiu stuleci, ale również dać możliwość zwiedzającym, aby spróbowali swoich sił przy rzemieślniczej produkcji pierników. Wystawa Świat toruńskiego piernika otwarta będzie do końca wakacji i adresowana jest przede wszystkim do dzieci i młodzieży.

Trybunał Sprawiedliwości UE pod koniec maja ostatecznie uznał, że kształt zajęczka z czekolady, który jest sztandarowym produktem firmy Lindt, nie zostanie zarejestrowany jako wspólnotowy znak towarowy. Znany na całym świecie szwajcarski producent starał się o to od kilku lat, ale bezskutecznie. Czekoladowego zajęca w połączonej folii, z czerwona wstążką i dzwonkiem na szyi może produkować każdy - uznali sędziowie z unijnego trybunału.

Oprac. TP

Co ma herbata do tapioki?



Foto: Bubbleology

Moda na bubble tea - tajwański napój na bazie naturalnej, czarnej lub zielonej herbaty z dodatkami aromatów owocowych lub mleka oraz umieszczonych na dnie perełek tapioki dotarła już do Polski. Czy podbije podniebienia konsumentów, tak jak również pochodzący z Azji mrożony jogurt?

Początki bubble tea to lata 80. ubiegłego wieku. Początkowo napoje sprzedawane były na jednym straganie w nocnym bazarze w Tajpej. Obecnie na samym tylko Tajwanie jest ponad 8000 barów oferujących bubble tea. Napój szybko rozprzestrzenił się po całej Azji, by następnie trafić do USA, Kanady i Australii. Cały czas ma swoich klientów, nie jest więc produktem zaliczanym do tzw. sezonowych hitów. Co zadecydowało o jego popularności? Z pewnością smaki naturalnej herbaty i aromaty owocowe, ale również tapioka, której perełki przypominają w smaku żelowe misie o karmelowej nucie połączonej ze smakiem samego napoju.

Bubble tea to produkt uniwersalny, gdyż może być serwowany na zimno lub ciepło. Znaczenie, zwłaszcza marketingowe, ma jednak rodzaj opakowania, w którym podawany jest herbaciany drink - musi być przezroczyste, aby wyraźnie było widać perełki tapioki na dnie. Bubble tea w stołecznym lokalu sieci Bubbleology dostępna jest w wielu smakach. W ofercie są napoje: mango, marakuja, truskawka, biała brzoskwinia, imbir, kumkwat, jabłko oraz liczi - wszystkie na bazie owocowych dodatków przygotowane z zielonej lub czarnej herbaty. Z kolei mleczne bubble tea, które przypominają milkshake, sprzedawane są w wersjach smakowych: assam, matcha, jaśmin, taro, melon, kawa mokka, migdał, kakao, wanilia, melon i papaja. Średniej wielkości kubek kosztuje 12,90 zł, a większy 14,90 zł.

Dodajmy, że pierwszy na świecie bar sieci Bubbleology został otwarty przed rokiem w londyńskim Soho i od początku stał się mekką artystów i osób związanych z modą. W efekcie szybko nowe lokale powstały w modowych domach handlowych w Manchesterze, Leeds oraz Edynburgu. W tym roku ekspansja sieci planowana jest nie tylko na Polskę, ale także na inne kraje europejskie.

TP

Pakuj walizkę, cukierniku

WŁOCHY. Dramatycznie brakuje piekarzy i cukierników - donoszą włoskie media. Prawie co czwarte stanowisko pracy w tych zawodach pozostaje wolne.

Z problemem braku dobrze wykwalifikowanych rzemieślników Włochy borykają się już od kilku lat. Szczególnie dramatycznie jest w tym roku - pracodawcy poszukują obecnie łącznie około 150 tysięcy fachowców, którym są w stanie zaoferować pracę od zaraz. Najgorsza sytuacja jest w piekarniach, cukierniach i lodziarniach, które we Włoszech funkcjonują przez cały rok. Pracowników dla włoskich przedsiębiorców szukają nawet biura pośrednictwa pracy na terenie Europy Wschodniej, również w Polsce. W słonecznej Italii pracuje już coraz więcej naszych rodaków, w większości są to jednak kobiety zatrudnione do opieki nad osobami starszymi.

Polscy piekarze i cukiernicy bez trudu znajdują również pracę w Irlandii i Wielkiej Brytanii. Na polskim rynku także jest coraz więcej wolnych etatów w zakładach z naszej branży.

AM

Moda na Estelle



Fot. Materiały producenta

SZWECJA. Estelle to mały różowy tort stworzony na cześć kilkumiesięcznej księżniczki, którą w maju ochrzczono w Sztokholmie. Ciastko staje się letnim hitem miejscowych cukierni.

Torcik Estelle stworzony przez cukierników z piekarni NK składa się z ciasta biszkoptowego, kremu waniliowego, bitej śmietany oraz malin i świeżego musu z tych owoców. Pokryty jest różowym marcepanem i zwieńczony bezą, melisą oraz czekoladową literą E.

Stefan Johnsson Petersem, szef piekarni NK przyznaje, że narodziny córki następczyni szwedzkiego tronu Wiktorii i księcia Daniela od razu stały się dla cukierników inspiracją, aby opracować nową recepturę i stworzyć ciasto, którym będą mogli uczcić to wydarzenie. O tym, jak ważne jest ono dla Szwedów, świadczy m.in. fakt, że prinsesstarta, czyli tort księżniczki jest obecnie jednym z najpopularniejszych ciast w Sztokholmie.

AM

My



Weź udział:
www.iba.de/summit



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

Czekolada na śniadanie sprzyja odchudzaniu

IZRAEL. Naukowcy udowodnili, że słodki deser jedzony na śniadanie pozytywnie wpływa na wagę i sprzyja odchudzaniu. To kolejny argument dla cukierników, których klienci rezygnują ze słodkości ze względu na promowany zdrowy styl życia.

O tym, że jedzenie słodczy na śniadanie pomaga zrzucić zbędne kilogramy przekonują naukowcy z Uniwersytetu w Tel-Awivie. Z ich badań wynika, że poranek to najlepszy czas na jedzenie słodczy. Wówczas nasz metabolizm jest najbardziej aktywny i mamy cały dzień na to, aby spalić dodatkowe kalorie. Na dodatek słodczy jedzone rano zmniejszają ochotę na słodkie przekąski w ciągu dnia.

Naukowcy przeprowadzili eksperyment z grupą 132 otyłych wolontariuszy. Podzielono ich na dwie grupy: jedna trzymała się niskowęglowodanowej diety przez cały dzień, zjadając na śniadanie posiłek o wartości 300 kcal. Druga grupa zjadła na śniadanie słodkie, czekoladowe ciasto o wartości 600 kcal. W połowie trwającego 32 tygodnie eksperymentu wolontariusze z obu grup stracili średnio po 15 kg wagi. Niedługo potem okazało się jednak, że ci, którzy jedzą na śniadanie ciastka nadal chudną, a ci



Fot. B&S

Słodkie śniadanie odchudza - który z cukierników pierwszy zdecyduje się na taki slogan reklamowy?

którzy ich nie jedzą... tyją. Ciekawe wyniki otrzymano na zakończenie eksperymentu - pierwsi wolontariusze stracili na wadze aż o 18 kg więcej niż zwolennicy diety niskowęglowodanowej. Naukowcy podkreślają, że badane osoby z obu grup zjadały dziennie posiłki o takiej samej ilości kalorii: mężczyźni 1600 kcal, a kobiety 1400 kcal.

- Uczestnicy eksperymentu z grupy, która jadła tylko niskowęglowodanowe posiłki, czuli mniej satysfakcji z diety i częściej odczuwali głód. Ich apetyt na cukry i węglowodany był o wiele większy, co w końcu doprowadziło do oszukiwania, po prostu podjadali wieczorem - tłumaczy prowadząca badanie prof. Daniela Jakubowicz.

AM

Starbucks rezygnuje z koszenili

STANY ZJEDNOCZONE. Sieć kawiarni Starbucks, coraz silniej obecna również w Polsce, w specjalnym oświadczeniu zadeklarowała, że wycofuje ze swoich wyrobów koszenilę - barwnik stosowany w cukiernictwie.

Koszenila to barwnik otrzymywany z wysuszonych, żeńskich owadów czerwca kaktusowego żyjącego w Ameryce Południowej i w Meksyku. Na całym świecie powszechnie jest stosowany w przemyśle spożywczym, również w cukiernictwie - nadaje galaretkom, napojom i kremom żywy, różowy kolor. Ponieważ jest barwnikiem naturalnym, w ostatnim czasie koszenila była coraz chętniej stosowana przez producentów jako alternatywa dla barwników sztucznych. Starbucks dodawał go do truskawkowego frappuccino.

- Robiliśmy to dlatego, aby ograniczyć w naszych wyrobach barwniki sztuczne - napisali przedstawiciele firmy w specjalnym oświadczeniu, które opublikował The Washington Post. Burzę wywołała mieszkanka Karoliny, która pozostawała na diecie wegańskiej i nie miała pojęcia, że pijąc ulubiony napój łamie swoje zasady. Po jej petycji, którą na specjalnie utworzonej stronie internetowej podpisało kilka tysięcy osób firma zdecydowała, że od czerwca 2012 będzie używać likopenu - czerwonego barwnika uzyskiwanego z pomidorów.

W Polsce producenci stosujący koszenilę wymieniają ją w składzie produktów, na razie protestów nie było.

AM



Fot. Materiały własne

W napojach oprócz truskawek były też zmielone wysuszone pluskwiki, z których otrzymuje się koszenilę - intensywny czerwony barwnik powszechnie stosowany m.in. w galaretkach cukierniczych.

Pocałunki Klimta

- wiedeńskie arcydzieła cukiernicze

AUSTRIA. Wiedeńscy cukiernicy w szczególny sposób uczcili 150. rocznicę urodzin znanego austriackiego malarza Gustava Klimta.



Fot. Café Central Wien

Pocałunki Klimta to ciastka z czekolady i masy orzechowej pokryte jadalnymi reprodukcjami najsłynniejszego obrazu wiedeńskiego artysty.

W połowie maja otwarto we Wiedniu wystawę, która zwróciła na siebie uwagę całego świata. Prezentuje ona dorobek sławnego secesjonisty Gustava Klimta, którego rok jubileuszowy obchodzony jest w stolicy Austrii. - To bodajże największa kolekcja jego obrazów na świecie - mówi Ursula Stroch, kuratorka wystawy. „Urodzinowy” budżet to aż 12 mln euro, które przeznaczone są m.in. na kampanie reklamowe w muzeach, hotelach oraz lokalach gastronomicznych. Secesyjne rysunki artysty znalazły się także na produktach cukierniczych oferowanych w słynnej wiedeńskiej kawiarni Café Central. Kiedy w 1878 r. otworzono ten legendarny lokal, Klimt miał zaledwie 14 lat. Kawiarnia rychło stała się miejscem spotkań uczonych, artystów i literatów. Wprawdzie nigdy nie udowodniono, jakoby sam Klimt tutaj zasiadał, ale jego osoba doskonale wpisuje się w koncepcję wciąż istniejącego lokalu.

- Jako zażywający wszelkich rozrywek kulinarnych sybaryta Klimt rozkoszował się również różnego typu słodyczami - mówi Pierre Reboul, szef piekarni Café Central, który z okazji rocznicy wykreował Klimt-Nuss-Kuss. Te drobne ciasteczka z czekolady i masy orzechowej pokryte są jadalnymi reprodukcjami słynnego obrazu „Pocałunek”.

- Ich niepowtarzalna ornamentyka sprawia, że ciastka są nie tylko rozkoszą dla języka, ale też dla oka - przekonuje Pierre Reboul. Podobne wrażenie robią torciki Klimt-Surprise z wymienitego musu o smaku waniliowo-kawowym z dodatkiem karmelu, ozdobionego lukrowymi wzorami nawiązującymi do stylu secesyjnego.

Znakomite wyroby cukiernicze oferuje również piekarnia Gerstner, która dostarczała niegdyś torty dla samego Franciszka Józefa.

- W naszym przedsiębiorstwie, które jest ściśle związane z Operą Państwową, Wiedeń-

skim Opernballetm oraz teatrem Hofburg, sztuka i malarstwo odgrywają niebagatelną rolę. 150. urodziny Gustava Klimta były zatem doskonałą okazją, by uczcić artystę i oddać mu słodki hołd - śmieje się Oliver Braun, prezes zarządu firmy Gertner dodając, że artysta Klimt byłby zapewne zadowolony z dzieł cukierniczych sprzedawanych w kawiarni Gertner. Ogromnym powodzeniem cieszą się tu Tort Klimta z masy orzechowej przeplatanej kawałkami marcepana oraz pralinki a'la Klimt przygotowane w trzech kompozycjach smakowych: espresso, marakui oraz z aromatem karmelowo-pomarańczowym. Na ich opakowaniu oczywiście nie mogło zabraknąć reprodukcji wspomnianego już „Pocałunku” - najsłynniejszego obrazu artysty. Zamówienia na te wyroby spływają z całego świata, m.in. z Brazylii i Nowej Zelandii.

Słodycze nawiązujące do osoby oraz dorobku Klimta znajdziemy także w sklepie austriackiego króla dżemów Hansa Stauda. Na słoiczkach nowej edycji Staud's jest aż 47 motywów z najbardziej znanych obrazów wybitnego malarza oraz architektury secesyjnej. Popyt na nie okazał się zaskakujący. Pierwsza partia produkcyjna wyniosła 5 mln sztuk, przy czym już po paru tygodniach trzeba było doprodukcować dodatkowe 3 mln.

Komu jeszcze za mało będzie Klimta, ten może pokusić się o wyborne trunki firmy Schlumberger, która wydała m.in. specjalną serię szampana z rysunkami najsłynniejszego wiedeńskiego secesjonisty.

Wojciech Osiński (Berlin)



Fot. Café Central Wien

Torciki Klimt-Surprise cukiernicy z wiedeńskiej Café Central przygotowali z wymienitego musu o smaku waniliowo-kawowym z dodatkiem karmelu i ozdobili secesyjnym ornamentem.

AMERYKAŃSKI KICZ

CZY NOWE TRENDY W CUKIERNICTWIE?

Na początku maja w kanadyjskim Toronto odbyły się międzynarodowe targi pieczywa, lodów i słodczy Bakery Showcase 2012. Imprezę, w której wystawiało się prawie 300 firm z całego świata, odwiedziło co najmniej kilka tysięcy piekarzy, cukierników i fachowców z branży nie tylko z Kanady. Aktualnym amerykańskim trendom przyglądał się też Bogusław Tatarczyk z firmy Baker Polska, którego spytaliśmy o wrażenia z tej imprezy.

- Do Toronto na targi Bakery Showcase 2012 pojechaliśmy specjalnie, gdyż wychodzimy z założenia, że firma, która funkcjonuje w naszej branży, powinna na bieżąco wiedzieć jak najwięcej o wszystkich wyrobach piekarskich i cukierniczych oraz przyglądać się im z różnych perspektyw, a nie tylko przez pryzmat polskiego rynku - uważa Bogusław Tatarczyk dodając, że rynek amerykański to tygiel różnych narodowości i kultur, przez co jest on pełen zarówno atrakcyjnych, jak też dziwnych produktów. - Zaskoczyły mnie między innymi niekonwencjonalne zestawienia smaków, różnorodność wypieków i oryginalne pomysły na ich aranżacje. Najbardziej przyciągały mój wzrok stelaże do tortów z cukrowymi ledami. Początkowo wydawało mi się to kiczowate, lecz trzeba pamiętać, że w tej branży odrobina kiczu nie zaszkodzi.

Mimo iż targi adresowane były głównie do piekarzy, cukierników i lodziarzy, to jednak oprócz stoisk z produktami, maszynami i technologiami nie zabrakło też ekspozycji lokalnych rzemieślników. Bogusław Tatarczyk przyznaje, że wśród prezentowanych na targach gotowych wyrobów najbardziej ujęły go desery prezentowane przez cukierników z różnych krajów, których nie brakuje zarówno w całej Ameryce Północnej, jak i w samej Kanadzie. Można było więc podziwiać zarówno oryginalne desery koreańskie, jak i australijskie z dodatkiem miodu z... odwołków mrówek. Nie zabrakło też oczywiście tortów w kształcie charakterystycznej dla Toronto wieży CN Tower, jak również wyrobów z krystalicznego cukru, które swoją formą nawiązywały do słynnego wodospadu Niagara. Współczesne kanadyjskie cukiernictwo często nawiązuje też do dawnej kultury, co widać m.in. na przykładzie tortów przypominających krajobraz



Stelaże z cukrowymi ledami z pewnością już niebawem pojawią się na polskich weselach. Czy okażą się chwilową modą, czy też zajmą stałe miejsce wśród cukierniczych dekoracji?

FOT. BAKER POLSKA

stepów amerykańskich, na których osadzono małe lukrecyjne wigwamy.

- Na szczególną uwagę zasługiwał też tort Inuksuk, wykonany na wzór tradycyjnych dla Kanady rzeźb kamiennych przypominających sylwetkę człowieka - przyznaje Bogusław Tatarczyk. Kilkaset lat temu pełniły one funkcję drogowskazów i punktów orientacyjnych dla rdzennych mieszkańców tych terenów, obecnie stanowią nieodłączny element zarówno małej architektury, jak i narodowej tradycji. Ciekawa była jednak nie tylko forma prezentowanych wyrobów, ale również składniki, jakich użyto do ich produkcji.

Kanadyjczycy dobrze zdają sobie sprawę z walorów smakowych i zdrowotnych wielu naturalnych surowców spotykanych w przyrodzie. Duża część ciast i deserów posłodzona była więc popularnym w tej części świata syropem klonowym. Nie zabrakło też chleba z orzeszkami Pini - ziarnem sosny kanadyjskiej, która słynie z długowieczności. Według kanadyjskiej tradycji, spożywanie tych orzeszków również ma wpływ na długowieczność życia człowieka.

Wysoki standard życia w tym regionie świata ma niewątpliwie duży wpływ na wyższe standardy konsumpcji, a tym samym na większą

popularność tzw. pieczywa funkcjonalnego. Jest ono co prawda kilkukrotnie droższe od zwykłego pszenno-żytniego, ale dla większości Kanadyjczyków te kilka dolarów różnicy w cenie nie ma większego znaczenia. Widać to też na przykładzie innych wyrobów spożywczych, wśród których dużą popularnością cieszą się produkty ze słowem „fitness” w nazwie.

Przyglądając się temu, co oferują kanadyjskie piekarnie, jak też stoiskom na Bakery Showcase 2012 opanowanym przez producentów różnych miksów i mieszanek, dostrzec można silną dominację pieczywa gatunkowego.

- Wydaje mi się, że europejskie firmy, które wystawiały się na targach w Toronto, widzą w Kanadzie atrakcyjniejszy rynek zbytu dla swoich mieszanek piekarskich niż w wysoko rozwiniętych krajach z naszego kontynentu - uważa właściciel Baker Polska. - Kanadyjczycy dużą wagę przykładają do tego co jedzą, a to ma istotny wpływ na jakość pieczywa i ciast. Piekarnie i cukiernie muszą spełnić oczekiwania swych klientów i nie mogą produkować czegokolwiek, bo nikt tego nie kupi. Sądzę, że po tym względem kanadyjski rynek konsumencki wyprzedza Europę.

Na uwagę zasługuje też sama organizacja Bakery Showcase 2012.

- Impreza rozpoczynała się o godz. 9 i przez pierwsze trzy godziny w dużej sali konferencyjnej firmy wystawiające się na targach przedstawiały swoją ofertę w formie krótkich wystąpień i prezentacji multimedialnych. Dopiero od południa otwierano dla zwiedzających halę wystawienniczą ze stoiskami - opowiada Bogusław Tatarczyk dodając, że takie wprowadzenie pozwala w dużej mierze przygotować się do odwiedzenia stoisk określonych firm i jednocześnie nie pominąć tych, które mają ciekawą ofertę, lecz mogą „zginąć” w tłumie blisko 300 wystawców, którzy rozlokowali się na powierzchni ponad 100 tys. mkw. w International Center w Toronto.

TP



Już miesiąc po kanadyjskich targach ledowy stelaż pojawił się na zamku w Tarnowskich Górach, gdzie firma Baker Polska częstowała tortem gości i uczestniczki konkursu Miss Śląska. FOT. BAKER POLSKA

reklama

Zamiast śmietany



KOMPLET Krem Volu

Mieszanka do przygotowania kremu na zimno. Do wypełnień i dekoracji. Superlekki i puszysty, o delikatnym smaku waniliowym.

- Super lekki i puszysty
- Duży przyrost objętości
- Świetnie łączy się z nośnikami smaku jak: alkohol, pasty czy inne kremy
- Łatwy w przygotowaniu - także w wysokiej temperaturze otoczenia
- Możliwość dodawania cukru

 **KOMPLET Polska**

Z dobrego upieczesz najlepsze!

więcej na www.komplet.pl



NOWOCZESNA PIEKARNIA PO ROSYJSKU

Po raz kolejny udało się organizatorom targów Modern Bakery potwierdzić swoją pozycję lidera na rosyjskim rynku branży piekarskiej i cukierniczej. W tegorocznej edycji tej międzynarodowej imprezy wzięło udział 171 wystawców z 20 krajów, a targowe stoiska odwiedziło ponad 11 tys. gości.

Od 13 do 15 czerwca na terenach wystawienniczych w Moskwie już po raz 18 zorganizowano targi, które - jak co roku - przyciągnęły właścicieli zarówno małych rzemieślniczych zakładów, jaki i dużych przemysłowych piekarni i cukierni z całej Rosji i krajów ościennych. Również jak co roku, na targach wystawiało się wiele zagranicznych firm, co świadczy o tym, że rynek rosyjski wciąż jest bardzo atrakcyjny dla branży. Także i tym razem nie zabrakło producentów maszyn i mieszanek z Niemiec, Włoch i Turcji, którzy już kilka lat temu dostrzegli ogromny potencjał, jaki drzemie na rynkach wschodnich.

Jak już pisaliśmy, w Rosji istnieje ogromne zapotrzebowanie na nowoczesne, zachodnie

technologie piekarskie oraz know-how. Popyt na pieczywo w tym kraju wciąż rośnie, i w przeciwieństwie np. do Polski, rosyjscy producenci nie narzekają na problemy ze zbytem swoich wyrobów.

Zdaniem Siergieja Smirnowa, dyrektora spółki Rondo Rus i jednocześnie sponsora moskiewskich targów: „Modern Bakery jest najważniejszym punktem spotkań handlowych dla nawiązania kontaktów z potencjalnymi klientami w tym rejonie świata.”

Z kolei Beatrix Fraese z VDMA przyznaje, że Rosja jest obecnie najdynamiczniejszym rynkiem eksportowym dla niemieckich firm z branży piekarsko-cukierniczej. Rynkiem, który w ubiegłym

roku zanotował aż 22 procent wzrostu sprzedaży niemieckich maszyn i technologii.

Rosja wyraźnie wspiera rozwój i modernizację branży piekarskiej, przeznaczając na ten cel niemałe pieniądze. Prezydent Rosyjskiego Stowarzyszenia Piekarskiego dr Anatolij P. Kosowa przyznaje, że targi Modern Bakery są najlepszym dowodem na to, że rosyjskie piekarnictwo dynamicznie się rozwinięło i stanowi obecnie ważny sektor biznesu. Świadczy o tym również fakt, że na jego rozwój rząd rosyjski do 2020 roku chce przeznaczyć 2,4 mld euro.

Kolejną edycję targów zaplanowano na 7-10 października 2013.

TP

Coraz ważniejszy segment rosyjskiego rynku stanowią wyroby mrożone. Tempo wzrostu tej grupy produktów będzie wynosić 20-30 procent rocznie. Z tego powodu rośnie zainteresowanie technologiami chłodzenia i odpiekania.



Fot. Organizator Targów

IBA W MONACHIUM

- OBECNOŚĆ OBOWIĄZKOWA

Pod sam koniec lata na terenach wystawowych Messe München spotkają się fachowcy z branży piekarsko-cukierniczej, którzy w tym okresie zjadą do Niemiec z najodleglejszych krańców świata. Spora część z nich nie bierze udziału w tego typu imprezach, ale dobrze wie, że na targach IBA trzeba być obowiązkowo. Nie zabraknie tam też polskich wystawców i odwiedzających.

IBA są uznawane za najważniejsze i największe na świecie targi piekarstwa i cukiernictwa. To niezwykle ważne dla całego sektora wydarzenie, którego tradycja sięga 1949 r., organizowane jest w cyklu trzyletnim, na przemian w Dusseldorfie i Monachium. W tym roku impreza rozpocznie się 16 września i potrwa sześć dni.

O randze tych targów, które z roku na rok coraz bardziej rozszerzają ofertę tematyczną, najlepiej świadczą liczby. Podczas ostatniej edycji w 2009 r. w Düsseldorfie stoiska wystawiennicze miało 1079 firm z 55 krajów. Z ich ofertą zapoznano się blisko 80 tys. odwiedzających reprezentujących aż 157 państw. W środowisku branżowym często mówi się, że te targi są doskonałą okazją do promocji niemieckich maszyn, technologii i produktów, w które zaopatruje się obecnie cała Europa. Z pewnością jest w tym sporo prawdy, ale okazuje się, że ponad połowa wystawców i gości targowych pochodzi jednak spoza Niemiec. Dla tych kilkudziesięciu tysięcy właścicieli przedsiębiorstw, technologów i rzemieślników IBA to okazja, aby w ciągu kilku dni zwiedzić cały branżowy świat (w jeden dzień jest to fizycznie niemożliwe). Z badań, jakie organizatorzy imprezy przeprowadzili trzy lata temu podczas ostatniej edycji targów wynika, że blisko 70 proc. wystawców nawiązało nowe kontakty biznesowe oraz zawarło bezpośrednie transakcje. Jeszcze więcej wystawiających się firm już w 2009 r. potwierdziło swój udział w tegorocznej monachijskiej edycji targów IBA. Z pewnością nie zabraknie podczas niej targowych premier i prezentacji najnowszych, innowacyjnych rozwiązań dla branży

piekarniczej i cukierniczej, które prezentowane będą na powierzchni 121 tys. mkw. (12 hal wystawienniczych). Na kilka tygodni przed rozpoczęciem targów ich organizatorzy przewidują udział ponad 1100 czołowych firm. Są też przekonani co do jeszcze większej frekwencji odwiedzających niż w Dusseldorfie.

W tym roku oferta targów IBA zostanie poszerzona m.in. o dodatkowe grupy produktowe w kategoriach Lody (pojawi się śmietana) oraz Kawa i Herbata (nowy dział poświęcony porcelanie). Więcej miejsca zajmą też firmy zajmujące się logistyką (opakowania, maszyny do opakowań, pojazdy, automatyzacja, logistyka wewnątrzzakładowa).

Oprócz nowości w zakresie maszyn i produktów cennych informacji odwiedzającym targi dostarczy również bogaty program wykładów, dyskusji i konferencji adresowanych do fachowców. Przypomnijmy, że już na dzień przed rozpoczęciem targów rozpocznie się Kongres Światowej Unii Piekarzy i Cukierników UIB.

Nie zabraknie też rywalizacji, która z pewnością będzie towarzyszyć konkursowi IBA Cup, a o tytuł najlepszych walczyć będą zespoły piekarzy i cukierników z 20 krajów Azji, Ameryki i Europy.

Targi IBA czynne będą codziennie od 16 września w godz. 9.30 - 18.00, jedynie ostatniego dnia (21 września) o godzinę krócej. Bilet jednorazowy będzie kosztował w targowych kasach 32 euro, bilet dwudniowy - 44, zaś bilet na wszystkie sześć dni - 79 euro (ceny w przedsprzedaży są znacznie niższe).

TP



Fot. Organizator targów

DOCEŃ GODŁO PROMOCYJNE

Coraz więcej najróżniejszych certyfikatów jakościowych przyznawanych jest produktom piekarsko-cukierniczym. Oprócz Teraz Polska, AGRO Polska czy Poznaj Dobrą Żywność, producenci pieczywa i wyrobów cukierniczych rywalizują też w innych programach promocyjnych, m.in. Doceń Polskie, którego piąty już audyt certyfikacyjny odbył się w maju w Krakowie.

O godło programu Doceń Polskie mogą ubiegać się jedynie produkty posiadające tzw. „polski czynnik”, a więc te, które produkowane są według rodzimych tradycyjnych receptur lub ze składników polskiego pochodzenia. Eksperti oceniający zgłaszane wyroby i przyznający certyfikaty podkreślają rosnące znaczenie spożywania naszych artykułów żywnościowych.

- Nie ulega wątpliwości, że Polacy zrozumieli, iż warto promować polskie produkty i ich wytwórców. Na rynku dominują duże, międzynarodowe koncerny, które lobbują na rzecz swoich wyrobów. Jestem jednak przekonany, że małe, polskie firmy nie są od nich gorsze - mówi Zbigniew Kurlito z Fundacji Klubu Szefów Kuchni, członek Loży Ekspertów programu Doceń Polskie.

Podczas certyfikacji specjaliści oceniają najróżniejsze produkty spożywcze zgłoszone do programu, m.in. wyroby mleczne, mięsa i wędliny, przetwory, słodczyce, napoje oraz dania gotowe i mrożone. W tym roku po raz pierwszy ocenie poddane były też produkty świeże oraz wyroby rolnictwa ekologicznego.

Warto podkreślić, że do audytu przystąpiły znane firmy, których pro-



dukty są od wielu lat obecne na polskim rynku - mówią organizatorzy programu.

- Renoma znaku Doceń Polskie rośnie - twierdzi Jarosław Kujawa, członek Loży Ekspertów, reprezentujący Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, który podkreśla, że firmy uczestniczące w tym programie często biorą udział również w innych prestiżowych systemach certyfikacji, np. Poznaj Dobrą Żywność.

O godło Doceń Polskie ubiegały się w tym roku także małe, rodzinne przedsiębiorstwa oraz firmy, które dopiero rozpoczynają działalność. Rekomendacja, której udzielają niezależni eksperci, jest dla nich szansą na zaistnienie na rynku i okazją, aby wyróżnić się na tle konkurencji - zapewniają organizatorzy programu.

Wśród blisko 300 produktów, jakie otrzymały w maju certyfikaty i mogą m.in. posługiwać się promocyjnym godłem Doceń Polskie znalazło się jednak zaledwie kilku producentów z branży piekarsko-cukierniczej.

Eksperti wyróżnili m.in. firmę Spomet, która znana jest na rynku ze swoich ciasteczek Bergen. Producent z Bielska-Białej otrzymał certyfikat dla dwóch wyrobów: ciastek z kawałkami czekolady oraz Belgijek - ciastek z czekoladą i orzechami arachidowymi. Logo Doceń Polskie będzie mogło się teraz pojawić również na Słomce Ptysiowej produkowanej przez ZPC Brześć, a także na tradycyjnym wyrobie z giżyckiego zakładu MARK, jakim jest Sękacz Mazurski. Z kolei ciasteczka Vital Choco i Vital Classic produkowane przez Lambertz Polonia zostały wyróżnione nie tylko godłem, ale również tytułem Top Produkt.

Logo Doceń Polskie trafiło również do firmy Spyrzyński z Psar, która specjalizuje się w produkcji mrożonego pieczywa dla gastronomii. Certyfikat przyznano za bułkę do hot doga.

- Cieszę się, że firmy, które wcześniej brały udział w certyfikacjach, wracają i zgłaszają kolejne wyroby. Oznacza to, że nasz program spełnia swoją rolę, a posiadanie certyfikatu Doceń Polskie przynosi im korzyści - mówi Karolina Szlapańska, organizator programu dodając, że pozytywna ocena produktów przez ekspertów to dla producentów dodatkowa możliwość promocji, także na zagranicznych rynkach. Nie bez znaczenia jest przy tym fakt, że honorowy patronat nad akcją Doceń Polskie objął Marek Sawicki, minister rolnictwa i rozwoju wsi.

TP

Wypowiedzi w tekście na podstawie materiałów organizatora programu Doceń Polskie.



Wśród certyfikowanych produktów znalazł się m.in. Sękacz Mazurski z giżyckiego zakładu MARK.
FOT. MATERIAŁY PRODUCENTA

NIE PRZEGAP CZEKOLADY

Aneta Marczak

Większość cukierni sieciowych w kraju i coraz więcej rzemieślników decyduje się na wprowadzenie na rynek czekolady własnej produkcji. To doskonały pomysł na zwiększenie dochodu - sprzedaż wyrobów czekoladowych przekroczyła w ubiegłym roku rekordowy poziom 4,82 mld zł. W tym roku zyski mogą być jeszcze większe.

Czasy, gdy czekoladę można było kupić wyłącznie w supermarketach, gdzie swoją ofertę prezentowało kilku przemysłowych gigantów, na szczęście już są za nami. Cukiernicy, którzy zawodowo zajmują się produkcją czekolady, wyrobów z supermarketów w ogóle za czekoladę nie uważają.

- Wystarczy przeczytać skład - zdradza jeden z ekspertów. - Jeżeli na pierwszym miejscu jest cukier a nie kakao, to mamy do czynienia nie z czekoladą, ale z wyrobem czekoladopodobnym. Prawdziwą czekoladę można dostać wyłącznie w cukierniach.

W ostatnim czasie do swojej oferty wprowadza ją coraz więcej z nich.

KROK PIERWSZY: ZAUFAJ KONSUMENTOM

Z czekoladą jest jak z lodami - twierdzą cukiernicy, którzy uważanie śledzą światowe trendy. Rynek nasycił się już wyrobami wielkich koncernów i nadszedł dobry czas dla manufaktury, małych rzemieślniczych zakładów, które oferują wyrób niepowtarzalny i najwyższej jakości. Równocześnie na rynku przybywa świadomych konsumentów, którzy chcą zapłacić więcej mając pewność, że kupują prawdziwą czekoladę o oryginalnym smaku. Cukiernicy, którzy już zdecydowali się na rozszerzenie produkcji o wyroby czekoladowe przyznają, że to była dobra decyzja.

- Przede wszystkim doskonały efekt marketingowy - mówi Adam Cichowski, właściciel cukierni Cichowscy z Krakowa, który praliny sprzedaje od 2004 roku, a właściwie jeszcze wcześniej, bo obecna produkcja nawiązuje do powojennych tradycji wyrobu czekolady, z której cukiernia ta słynęła przed laty. Dziś praliny od Cichowskich są tak popularne w Krakowie, że zamawia je hotel Sheraton, a w okresie świąt kolejki przed cukiernią stoją kilometrami.

- Moja cierpliwość została nagrodzona, bo trzeba było czasu, aby klienci docenili wyroby rzemieślnicze i nauczyli się odróżniać praliny wykonane przez nas od tych w sklepowych pudełkach - wyjaśnia cukiernik. - Wiedza konsumentów jest jed-



Przed zainwestowaniem w sprzęt do produkcji galanterii czekoladowej należy zadbać o zdobycie odpowiedniej wiedzy, gdyż praca z czekoladą nie jest łatwa.

Fot. B&S

nak coraz większa i robione ręcznie praliny znalazły już swoje miejsce na rynku. Doceniane są też figurki czekoladowe, których z każdym rokiem produkujemy więcej. Myślę, że teraz nadchodzi czas na tabliczki czekoladowe, które, mimo że znacznie droższe niż w supermarketach, cieszą się coraz większym zainteresowaniem kupujących.

KROK DRUGI: POSZPERAJ W HISTORII

Większość cukierników, którzy zdecydowali się na produkcję galanterii czekoladowej podkreśla, że ich decyzja wynikała z tradycji. Dziś już niewielu miłośników czekolady pamięta, że tuż po wojnie produkcją pralin zajmowała się każda szanująca się cukiernia. Smaki czekoladek ściśle wiązały się z ich producentami i stawały się znakiem rozpoznawczym na rynku.

Pracownia cukiernicza Cichowscy istnieje w Krakowie nieprzerwanie od 1945 r. Pierwszym właścicielem i założycielem był Piotr Czop, który przeniósł cukiernię ze Lwowa. W latach 50. jego zakład słynął przede wszystkim z galanterii czekoladowej.

Nie tylko Kraków znany był z czekolady. Na północy, w Słupsku, niemieccy cukiernicy wytwarzali praliny w kilkudziesięciu miejscowych cukierniach. Przed wojną miasto to nazywane było Paryżem Północy, a czekoladki, które tu powstawały, uchodziły za jedne z najlepszych na świecie. W trudnych powojennych czasach czekolada stała się wyrobem luksusowym, a tradycje jej produkcji zaniknęły. W szkołach cukierniczych nie uczono sztuki tworzenia pralinek, a więc kolejne pokolenia rzemieślników nie miały już skąd czerpać inspiracji.

Dariusz Szyca, słupski cukiernik, właściciel firmy Szyca Company, gdy zapragnął poszerzyć asortyment o wyroby czekoladowe, mistrzów musiał szukać na Zachodzie. Wyjechał uczyć się sztuki robienia pralin do najlepszych cukierników w Niemczech i Belgii.

Doświadczeni rzemieślnicy radzą, aby poszperać w historii cukierni - jeżeli jej tradycje sięgają czasów przedwojennych, epizod z pralinami na pewno się znajdzie.

Czekoladowe tradycje można doskonale wyko-



Na tegorocznych targach Expo Sweet utytułowani mistrzowie czekolady Paweł Małecki i Mariusz Buritta prezentowali ręcznie produkowane praliny z bydgoskiej cukierni Sowa.
FOT. B&S

► rzystać marketingowo nawet przed rozpoczęciem produkcji.

- Zanim jeszcze sprzedaż pralin zaczęła przynosić efekt finansowy, znacznie szybciej przyszyły korzyści marketingowe - podkreśla Adam Cichowski z Krakowa. - Klienci lubią nawiązania historyczne, tradycję, wyjątkowość. Przychodzili do nas, bo usłyszeli o pralinach, a to korzystnie wpłynęło na sprzedaż innych wyrobów.

KROK TRZECI: INWESTYCJE SĄ KONIECZNE, ALE NIE MUSZĄ BYĆ DUŻE

Jeżeli już podejmiemy decyzję o sprzedaży wyrobów czekoladowych, przed zainwestowaniem w sprzęt należy zadbać o zdobycie odpowiedniej wiedzy. W tym celu nie trzeba już jechać na zachód Europy, choć nadal umiejętności tamtejszych cukierników często przewyższają naszych mistrzów.

- Specjalizacja jest już widoczna na polskim rynku - mówi Michał Wiśniewski, szef cukierni w hotelu Haffner w Sopocie. - Coraz więcej moich kolegów, szczególnie młodych ludzi, praktycznie od początku kariery zawodowej wie, że chce pracować z czekoladą i szkoli się w tym kierunku.

Kursy dla cukierników i konkursy mające na celu podnoszenie ich umiejętności oferuje coraz więcej firm dostarczających surowce dla branży, m.in. Barry Callebaut - pomysłodawca i organizator konkursu World Chocolate Masters, którego polscy laureaci coraz lepiej radzą sobie na światowych rynkach.

- Praca z czekoladą nie jest łatwa, wymaga precyzji, dużej wiedzy również dotyczącej właściwości fizycznych otoczenia, w jakim produkcja ma się odbywać - zaznacza Michał Wiśniewski. - Dlatego należy być dobrze do niej przygotowanym.

Uzbrojeni w odpowiednią wiedzę możemy zacząć przygotowania inwestycyjne. Cukiernicy są zgodni co do jednego - do pracy z czekoladą niezbędna jest osobna pracownia, najlepiej wyposażona w klimatyzację.

- Konieczne są odpowiednie warunki zewnętrzne, o które trudno na przykład w pomieszczeniu, w któ-

rym piecze się ciasta - mówi Adam Cichowski. Na początku w pracowni wystarczy profesjonalny, granitowy stół i formy do pralin. Jeżeli chcemy sprzedawać także czekoladę w tabliczkach, będziemy również potrzebować odpowiednich form. Szeroki ich wybór na rynku pozwoli nam także na produkcję figurek czekoladowych. Dopiero później można się pokusić o kupno profesjonalnej temperówki (koszt ok. 40 000 zł). Gdy produkcja czekolady zaczyna przynosić zyski, dobrze jest zainwestować w bębny drażeciarskie, które pomogą rozszerzyć asortyment o drażetki i owoce oblewane czekoladą, które w ostatnim czasie są hitem na rynku.

Profesjonalną pracownię do produkcji czekolady, której mogą pozazdrościć zachodni cukiernicy, otworzył kilka lat temu Marek Bargieł, właściciel Cukierni Santos z Krościenka Wyżynnego. Obecnie funkcjonuje ona jako mała fabryka czekolady z własną przetwórną warzyw i owoców oraz plantacją krzaków róż, których płatki dodawane są dla tabliczek.

- Właściciel Santosu zrobił bardzo dużo dla popularyzacji czekolady rzemieślniczej w Polsce - uważa Adam Cichowski. - Udało mu się wprowadzić swoje wyroby do sieci delikatesów i natychmiast czekolada tworzona przez cukierników stała się modna i znalazła wiernych fanów w całym kraju.

KROK CZWARTY: PRODUKUJ I POSZERZAJ ASORTYMENT

Obecnie Santos produkuje kilkadziesiąt gatunków czekolady w tabliczkach, m.in. takie rarytasy, jak czekoladę gorzką z fiołkiem, jaśminem czy różą, czekoladę z solą morską, czekoladę mleczną z trawą zubrówkową oraz czekoladę białą z miętą. Ofertę uzupełniają liczne figurki czekoladowe,



Prawdziwą czekoladę można dziś dostać wyłącznie w cukierniach - twierdzą rzemieślnicy. Niektóre z nich produkują tylko jeden gatunek, inne - po kilka różnych smaków czekolad w tabliczkach.
FOT. B&S

w tym rekordowej wielkości pisanki, płaskorzeźby, rzeźby i praliny. Te ostatnie sprzedawane są w ręcznie malowanych pudełkach, możliwe są również indywidualne napisy.

Co roku Wytwórnia Ciast i Lodów Santos przygotowuje nowe propozycje, którymi chce zaskoczyć klientów. Lista osiągnięć, nagród i medali z trudem już mieści się na stronie internetowej cukierni.

Asortyment czekoladowy wprowadziła do swoich sklepów firmowych i franczyzowych cukiernia Sowa z Bydgoszczy. Produkowane ręcznie praliny - dostępne już w kilkudziesięciu smakach i kształtach - cieszą się coraz większym uznaniem klientów. Ofertę uzupełniają czekolady w tabliczkach nawiązujące do różnych regionów świata, począwszy od Peru aż po Kostarykę.

- Czekolady te charakteryzują się dużą zawartością kakao i przygotowane są ze szczególną dbałością o jakość, czemu zawdzięczają swój niepowtarzalny smak - mówi Monika Tyburek, brand & PR manager cukierni Sowa. Ciekawostką są rzeźby z czekolady przygotowywane na szczególne okazje. W okolicach świąt Bożego Narodzenia ogromnym zainteresowaniem cieszyła się szopka dostępna w trzech gatunkach czekolady i - co ważne dla konsumentów - w przystępnej cenie.

Kilkadziesiąt smaków pralin, które dzięki promocji słupskiego magistratu stały się symbolem miasta, ma w swojej ofercie też wspomniana już firma Szyca Company.

W Świdnicy rodzinną cukiernię z tradycjami przemianował na czekoladziarnę mistrz i aktor Jacek Sikora. Całą produkcję wykonuje ręcznie, w białych rękawiczkach. Pralinki pod szyldem Chocoffe sprzedaje też we Wrocławiu i w Szczecinie.

Tajemnicę produkcji doskonałych czekoladek zdradza nam Adam Cichowski.

- Liczy się jakość i jeszcze raz jakość - wyjaśnia. - Tu nie można oszczędzać, szukać produktów zastępczych, wszystko musi być jak najlepszej jakości.

Dodatkową trudność stanowi to, że pralinki powinny być sprzedawane świeże, zgodnie z tradycją bowiem nie używa się konserwantów, przez co produkt ma krótki termin przydatności do spożycia. Cała sztuka polega więc na tym, aby powstał w niewielkiej ilości, tak aby sprzedawały się na bieżąco i nie generowały strat.

KROK PIĄTY: SPRZEDAWAJ I LICZ ZYSKI

Adam Cichowski problemów ze zbytem nie ma, bo jego czekoladki promuje Sheraton, jeden z największych hoteli sieciowych w Polsce. Jerzy Bargieł z Santosa swoją czekoladę sprzedaje w licznych sklepach firmowych i delikatesach. Czekolady



Warto poszperać w historii cukierni - jeżeli jej tradycje sięgają czasów przedwojennych, epizod z pralinami na pewno się znajdzie i będzie go można doskonale wykorzystać również do celów marketingowych. Fot. B&S

Adama Sowy chwałą franczyzobiorcy cukierni, ponieważ są one produktem pewnym, który zawsze znajdzie zainteresowanie klientów.

- Kiedy mój ojciec prowadził cukiernię, wystarczył doskonały produkt wysokiej jakości, który sam dla siebie był najlepszą reklamą. Bez względu na strój ekspedientki i szyld przed sklepem lody robione przez moją tatę sprzedawały się świetnie. Dziś trzeba umieć podać produkt - mówi Jacek Sikora. - W Polsce jest mnóstwo dobrych czekoladziarzy, ale nie są popularni. Mamy przecież kilku mistrzów świata w tej dziedzinie. Oni gdzieś są i pracują, a w ogóle ich nie widać, a szkoda. To słabość naszego rzemiosła. Na szczęście to się zmienia. Czekolady rzemieślniczej produkuje się coraz więcej, ale wciąż za mało.

- Ciasta też są nietrwałe, ale koszty ich produkcji są niskie - mówi jeden z trójmiejskich cukierników. - Z czekoladkami bałbym się ryzykować ze względu na drogę surowce, niełatwy proces produkcji i stosunkowo krótki termin przydatności do spożycia gotowego wyrobu - przyznaje rzemieślnik.

Tymczasem rynek czekolady wciąż jeszcze kryje ogromny potencjał. Zdaniem ekspertów, rocznie na tabliczki czekoladowe wydajemy ponad 1,1

mln zł i ich sprzedaż ciągle rośnie. Do wzrostu przyczyniły się głównie najbardziej popularne czekolady mleczne (72% sprzedaży). Z kolei sprzedaż galanterii czekoladowej i pitnej czekolady kilka lat temu tak zaskoczyła koncern Wedel, że zdecydował się on na promocję wyłącznie swoich produktów gotowych i wycofanie z rynku oferty dla cukierników.

Sezon czekolady dopiero przed nami - cukiernicy podkreślają, że najgorzej sprzedaje się ona latem, kiedy królują lody.

- Wystarczy kilka dni ciepła i sprzedaż pralinek spada na łeb na szyję - wzdycha Adam Cichowski. Czekoladowe żniwa zaczynają się za to jesienią, a kulminacja sprzedaży następuje w okresie poprzedzającym bożonarodzeniowe święta i w karnawale. Cukiernicy, którzy planują poszerzenie oferty o galanterię czekoladową, mają więc najlepszą okazję, aby rozpocząć przygotowania. Warto się pośpieszyć, bo analitycy rynku prognozują, że rok 2012 będzie bardzo dobry do sprzedaży czekolady. Rynek słodczy w Polsce w tym roku powinien przynieść wzrost w granicach 5-7% w stosunku do 2011, a największego wzrostu należy się spodziewać właśnie w segmencie czekolady. ■

RÓŻNE ZIARNA, RÓŻNE SMAKI

Manufaktura Czekolady z Warszawy to jedyny w Polsce zakład, w którym czekolada jest produkowana ręcznie bezpośrednio z ziarna kakaowca.

- Gwarantuje to niespotykany, intensywny smak prawdziwego ziarna kakaowca, a nie wypłowywały smak proszku kakaowego lub innych półproduktów - twierdzą jej twórcy Krzysztof Stypułkowski i Tomasz Sienkiewicz. - Nasze czekolady robimy z różnych ziaren kakaowca, każde z nich ma swój charakter i ogromny wpływ na smak czekolady. Nuty smakowe wywodzące się z ziarna staramy się odpowiednio podkreślić przez dodatki, które kładziemy na czekoladzie: imbir, żurawina, kwiat soli morskiej, chili Peri Peri i wiele innych.

Twórcy manufaktury promują czekoladę rzemieślniczą w mediach w Polsce i za granicą. Swoją czekoladę sprzedają w kilkudziesięciu sklepach na terenie całego kraju.

NA LODACH MOŻNA DOBRZE ZAROBIĆ

Aneta Marczak

Lody w Polsce powoli przestają być produktem sezonowym - zauważają analitycy. Tylko w tym roku wartość tego segmentu rynku może się zwiększyć o 7%, do niemal 1,5 mld zł. Rośnie sprzedaż, zwiększa się spożycie, ale większość sprzedających ciągle jeszcze nie ma pomysłu, jak na lodach zarabiać przez cały rok.

Jeszcze do niedawna w Polsce panowało mocne przekonanie, że sprzedaż lodów jest u nas wyłącznie sezonowa. Zarabia się na nich głównie latem, zaś po sezonie sprzedaż jest jedynie marginalna.

Mit ten jako pierwsze złamały sieci lodziarskie, które od niedawna zaczęły podbijać polski rynek. Co ciekawe, zdecydowana większość z nich nie przyszła, jakby się można było spodziewać z Zachodu, ale ma swoje korzenie w Polsce. Jednym z pierwszych graczy pretendującym do miana lidera na rynku był koncept Carte d'Or Cafe, który bardzo szybko stał się jedną z największych sieci lodziarskich w naszym kraju. Jego właścicielem jest spółka Ice Cafe Concept, której mniejszościowym udziałowcem jest firma Jago. Obecnie zarządza ona około 20 lokalami pod nazwą Carte d'Or Cafe. Nawiązuje do marki lodów należących do lidera polskiego rynku firmy Unilever, partnera Ice Cafe Concept. Spółka zapowiada, że zamierza powalczyć o pozycję lidera w Polsce i do 2015 r. chce mieć ponad 80 lokali franczyzowych w całym kraju. Zaznaczmy, że oferta lodziarni Carte d'Or Cafe jest bardzo rozbudowana - obok szerokiej gamy deserów oferuje napoje zimne i gorące oraz słodczyce.

Jednym z jej najpoważniejszych rywali jest firma Grycan Lody od Pokoleń, która obecnie ma 93 lokale, a do końca roku chce ich otworzyć setkę i tym samym stać się liderem na rynku. Na czym polega tajemnica sukcesu dużych sieci? - Znajomość rynku oraz dobrze przemyślane koncepty, gdzie sprzedaje się nie tylko lody, ale też oferuje szeroką gamę deserów oraz tworzy modne miejsce spotkań stawiając na lojalność klientów - twierdzą specjaliści od marketingu.



Lody w cukierniach często są produktem sezonowym, bo oprócz oferty „gałka na wafle” cukiernicy zazwyczaj nie wysilają się, aby uatrakcyjnić formę sprzedaży tych produktów również jesienią i zimą.
Fot. B&S

Nie bez znaczenia jest w tym przypadku dobra lokalizacja (często w galeriach handlowych) i doskonale zaplanowana strategia marketingowa, która pozwala dotrzeć do szerokiego spektrum klientów.

ZNALEŹĆ SWÓJ KAWAŁEK TORTU

Nie oznacza to jednak, że na lodach będą zarabiać najwięksi. Zdaniem analityków, polski rynek lodów jest bardzo atrakcyjny dla producentów i dystrybutorów, bowiem daleko mu jeszcze do nasycenia.

Firma Euromonitor International podaje, że w 2010 r. statystyczny Polak zjadł 3,7 litrów

lodów. W Finlandii, gdzie spożycie lodów jest największe w Europie, wyniosło ono 11 litrów. Kolejne miejsca zajmują Norwegowie (7,6 litra), Włosi (7,3 litra) i Niemcy (6,9 litra).

Producenci prognozują, że sprzedaż lodów będzie nadal rosła m.in. dlatego, że Polacy - wzorem innych krajów - będą kupować lody w ciągu całego roku. Obecnie ok. 70% rocznej sprzedaży przypada na okres od kwietnia do września.

Euromonitor zakłada, że w tym roku nasze wydatki na lody zwiększą się do niemal 1,5 mld zł, a do 2015 roku wartość rynku ma urosnąć do ponad 1,9 mld zł.

Jest też dobra wiadomość dla producentów lodów rzemieślniczych - rośnie nam grono konsumentów, którzy potrafią docenić dobrej jakości lody rzemieślnicze i odróżnić je od przemysłowych. Co więcej, są oni w stanie za takie lody odpowiednio więcej zapłacić.

- Świadomość konsumentów jest coraz większa - cieszy się Giuseppe Lamandini, twórca i właściciel marki Gelati Giuseppe, który jako pierwszy oferuje w Polsce lody wytwarzane wyłącznie z naturalnych składników. - We Włoszech jest silnie rozwinięty sektor lodów przemysłowych, co nie przeszkadza dobrze funkcjonować małym rzemieślniczym lodziarniom, których jest w Italii całe mnóstwo, często jedna obok drugiej. Włoski klient doskonale odróżnia mocno napowietrzony, przesłodzony i aromatyzowany wyrób przemysłowy od lodów rzemieślniczych o intensywnym, naturalnym smaku i elastycznej strukturze. Do supermarketu idzie się po lody tanie, a do lodziarni po lody lepszej jakości i smaczniejsze. W polskich lodziarniach zaczęto niestety sprzedawać na gałki lody przemysłowe, co sprawia, że ludzie są zdezorientowani i znużeni lodami, które wszystkie smakują podobnie. Chętnie poszukują czegoś innego, zdrowszego i bardziej finezyjnego.

ZAPEWNIĆ SOBIE STAŁYCH KLIENTÓW

Giuseppe Lamandini, który lody w Trójmieście kręci już kilka lat, początkowo starał się z nimi trafić do klientów indywidualnych. Ponieważ jego produkty powstawały z naturalnych, wysokiej jakości składników, ich cena była wyższa od innych dostępnych na rynku. Obecnie włoski przedsiębiorca zmienił taktykę - jego lody sprzedają najlepsze kawiarnie w Polsce, dbając równocześnie o właściwy marketing unikalnego produktu.

Naturalne lody Gelati Giuseppe można kupić np. w Naleśnikarni Manekin w Gdańsku, restauracji Vege Miasto w Warszawie czy Bistro Kwadrat w Poznaniu. Świadomi klienci dobrych restauracji są w stanie zapłacić więcej za dobrą jakość.

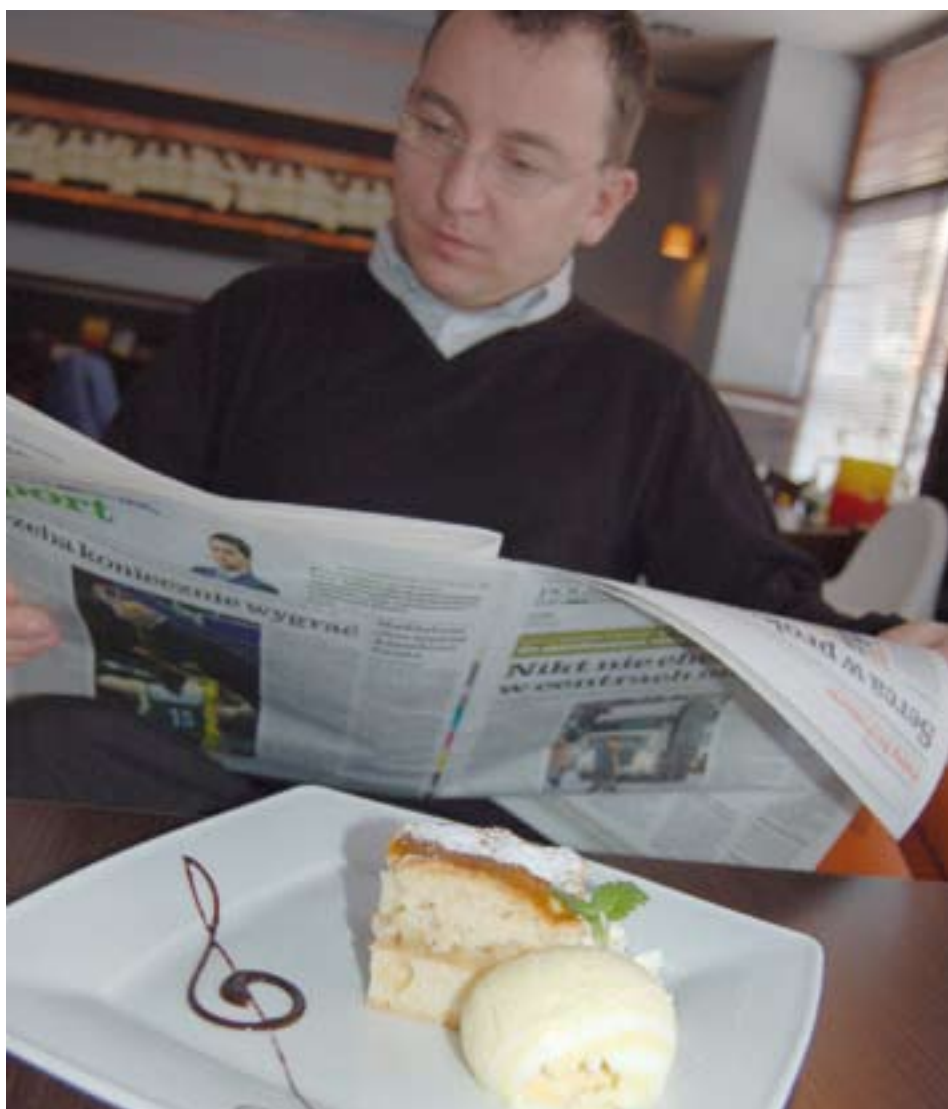
- Początkowo próbowaliśmy lody robić sami, obecnie skupiamy się na własnoręcznym przygotowaniu deserów lodowych, a lody kupujemy u dobrych rzemieślników - przyznaje Michał Wiśniewski, szef cukierni Hotelu Haffner z Sopotu. - Taka współpraca się opłaca, gdyż mamy bardzo dobry produkt wysokiej jakości przygotowany przez profesjonalistów i zadowolonych klientów.

Na takie rozwiązanie decyduje się coraz więcej hoteli i restauracji w Polsce. Samodzielne kręce-



Tak jak nowoczesna cukiernia nie może obyć się bez serwowania kawy, tak i całoroczna lodziarnia musi mieć w ofercie cappuccino, latte, macchiato...

For. B&S



Cukiernie-lodziarnie mogą być miejscem spotkań towarzyskich lub też oazą spokoju, pozwalającą na chwilę odpoczynku i np. relaks przy gazecie.

For. B&S



Umiejętne marketingowe sprzedanie produktu jako „nowość” w ofercie cukierni-lodziarni przyciągnie przypadkowych konsumentów, którzy w przyszłości mogą zostać stałymi klientami lokalu.
Fot. B&S

nie lodów w hotelowych cukierniach byłoby zbyt skomplikowane i pracochłonne, a często ambicją szefów kuchni czy cukierni jest posiadanie w karcie doskonałych produktów, które wyróżniają się smakiem w stosunku do oferty konkurencji. Stała współpraca z hotelami czy restauracjami opłaci się więc cukiernikom i lodziarzom - mają zapewniony stały zbytny, niezależnie od pory roku i pogody. Jeżeli oferują wysoką jakość, mogą dyktować warunki cenowe. Lody rzemieślnicze coraz chętniej kupują również sieci delikatesów, kawiarnie i niewielkie sklepy.

OTWORZYĆ WŁASNĄ KAWIARNIĘ

W jaki sposób można podnieść sprzedaż wyrobów cukierniczych? Obok sklepu firmowego trzeba otworzyć kawiarnię. Klienci chętniej zjedzą w gronie znajomych profesjonalnie przygotowany deser niż zabiorą ciasto do domu.

Podobnie rzecz się ma z lodami - najwięksi gracze zarabiają coraz więcej na sprzedaży deserów lodowych na miejscu. Jak podkreślają przedstawiciele firmy Grycan, ważna jest urozmaicona oferta oraz częste wprowadzanie nowości. Tę zasadę wyznają prawie wszystkie duże sieci, które poza deserami lodowymi zdecydowały się na sprzedaż gorących i zimnych napojów, ciast, często również koktajli i innych napojów owocowych.

W czym tkwi tajemnica lodziarni, którym udało się odnieść sukces na rynku? Właściciele Lodomanii z Bielska Białej, jednej z najbardziej znanych lodziarni na lokalnym rynku, stale podnoszą kwalifikacje i starają się sprawdzać swoje umiejętności. W ubiegłym roku zostali zwycięzcami Lodziarskich Mistrzostw

Polski Expo Sweet w kategorii najlepsze lody autorskie.

- Odkryliśmy kiedyś, że coś nadaje naszemu życiu smaku. To była pasja - twierdzą Izabella i Tomasz Galus, właściciele firmy. - To dzięki niej Lodomania jest synonimem smaku, począwszy od rozkoszy podniebienia, kończąc na odrobinie luksusu, jaką daje czas spędzony w naszych lodziarniach.

W menu tych ostatnich są 53 desery w stylu włoskim, jogurtowe oraz napoje lodowe i przysmaki dla dzieci. Zachwyconych klientów stale przybywa.

PRZEWIDZIEĆ NADCHODZĄCE TRENDY

Jak będzie zmieniać się rynek lodowy w Polsce w ciągu najbliższych lat? Zdaniem analityków, spożycie lodów będzie rosnąć, sezonowość straci na znaczeniu, a za dobre lody będziemy w stanie płacić coraz więcej. To dobre wiadomości. Równocześnie klienci będą bardziej wymagający, dokładniej będą analizować skład produktów i bardziej niż do tej pory oczekiwać nowości, nietypowych doznań i smaków. Na znaczeniu będzie zyskiwać moda na zdrowy styl życia i oczekiwanie, aby łakocie były nie tylko pyszne, ale również zdrowe. Szczególnie te adresowane dla najmłodszych.

Zdaniem Andrzeja Krawczyka z Akademii Systemów Sieciowych, która bada rozwój sieci na polskim rynku, dużych conceptów oferujących sprzedaż lodów w kawiarniach będzie przybywać. - Na uwagę zasługują na pewno sieci ze słodkimi przekąskami na zimo, tj. lodami i jogurtami mrożonymi - twierdzi specjalista. - W mi-

nionym roku Zielona Budka uruchomiła dwie pierwsze lodziarnie firmowe. Jedną z najbardziej znanych marek lodów w kraju miała do tej pory jedynie punkty partnerskie, które oferowały jej lody. Nie posiadała jednak własnego conceptu lodziarni, nie uruchamiała lokali własnych ani franczyzowych aż do 2011 roku, kiedy to ruszyła z franczyzą.

Koncept lodowy pod marką Lovit przygotowała także firma Gastromall, która oferuje w nim własne wyroby. Firma ma już sieć gastronomiczną Olimp, w której działają zarówno punkty własne, jak i franczyzowe. Marka Lovit też ma być rozwijana w tym systemie.

Prawdziwa inwazja nowych conceptów nastąpiła natomiast w segmencie mrożonych jogurtów.

- Po wcześniejszej porażce oraz kilkuletniej nieobecności na polskim rynku powróciła do nas kanadyjska marka Yogen Frusz - mówi specjalista - z nowym masterfranczyzobiorcą, który uruchomił tu już dwa punkty własne w warszawskich galeriach Wola Park i Galeria Mokotów i zamierza rozwijać sieć. Na franczyzę stawiają także Redberry i Loveyo, które również w 2011 roku uruchomiły swoje pierwsze punkty z jogurtami mrożonymi.

Cukiernicy produkujący własne lody nie powinni się więc bać zakończenia sezonu ani inwazji dużych rynkowych graczy, ale szukać na rynku miejsca dla siebie. Zdaniem analityków, na sprzedaży własnych lodów i otwarciu lodziarni w ciągu najbliższych kilku lat nie da się stracić. Ważne jest jednak, aby dokładnie obserwować rynek i być wyczulonym na nowe trendy.

KAWIOR, BEKON, KOZI SER - NOWE SMAKI

Na świecie coraz większe znaczenie ma moda na kuchnię fusion i nietypowe łączenia smaków, stylów i nowe pomysły na desery. Nie ominęła ona również lodziarzy - coraz częściej producenci decydują się na nowe rozwiązania, które stają się poszukiwaną nowością na rynku. Popularne stają się lodziarnie, które przyciągają klientelę unikatowymi smakami. Są już lody o smaku curry czy Bourbonu, które mają dostarczyć konsumentom niezwykłych przeżyć smakowych. Prawdziwym hitem w ostatnim czasie są jednak lody o smaku kawioru, bekonu, fig i sera koziego. Dla osób preferujących sorbet ciekawy może okazać się smak sojowy czy też lody o smaku japońskiego sezamu. Rok temu w Wielkiej Brytanii wyprodukowano dla niemowląt lody na bazie kobiecego mleka. We Włoszech dobrze sprzedają się lodowe desery z mleka oślego. Oryginalnych pomysłów nie trzeba jednak szukać daleko - wspomniany Giuseppe Lamandini w swojej ofercie ma lody o smaku marchewki i buraków. ■

LODY ZE STAROWIŚLNEJ

Blisko stumetrowa kolejka na ul. Starowiślnej w Krakowie w upalne dni to zjawisko naturalne. I choć niektórym na ten widok przypominają się czasy PRL, to krakowianie wiedzą, że jedyną przyczyną takiej kolejki są... lody.

Jak wynika z plebiscytu przeprowadzonego przez krakowski oddział Gazety Wyborczej, przez dłuższy czas właśnie lody z pracowni cukierniczej Stanisława Sargi przy ul. Starowiślnej otrzymywały najwięcej głosów. Co prawda w ostatnim dniu głosowania spadły na drugą pozycję, ale i tak otrzymały prawie półtora tysiąca głosów i nie zmniejszyło to kolejek na ulicy Starowiślnej.

Skąd taka popularność tych lodów? Stanisław Sarga uważa, że najważniejsze zalety jego wyrobów to naturalność i tradycyjny sposób wykonywania.

- Bez polepszaczy, proszków i bez używania automatów - mówi właściciel lodziarni. - Zresztą w sytuacji, gdy do lodów dodałbym całe ka-

wałki czekolady lub kawałki owoców automat pewnie uległby uszkodzeniu.

Organizatorzy plebiscytu w redakcji Gazety w Krakowie uważają, że o wyższości jednych smaków lodów nad innymi można by toczyć niekończące się dyskusje. Jedni cenią prostotę i to, że w lodziarni można dostać tylko pięć smaków, inni poszukują nietypowych połączeń, np. lodów o smaku piwa czy marchewki. Pracownia cukiernicza Stanisława Sargi nie jest dużym zakładem, a właściciel firmy praktycznie sam wszystko produkuje - w sezonie wakacyjnym robi po 200 kg lodów dziennie o różnych smakach. Zatrudnia tylko cztery osoby do sprzedaży na dwie zmiany, które również częściowo pomagają mu przy produkcji.

- Latem robię wyłącznie lody, w zimie pączki - mówi Stanisław Sarga. Firmę przejął 30 lat temu po siostrze, która interes rozkręciła, a potem wyjechała i zamieszkała za granicą. Być może właśnie tu trzeba by dopatrywać się przyczyn popularności zakładu przy ul. Starowiślnej w Krakowie - tradycja, przywiązanie do miejsca i mozolne, wieloletnie budowanie zaufania wśród klientów, którzy wiedzą, że u Sargi lody smakują najlepiej. Przynajmniej w opinii ponad półtora tysiąca konsumentów, którzy zagłosowali na jego lodziarnię. Dodajmy, że z 1533 pierwsze miejsce w plebiscycie zajęły wyroby z zakładu U Marysi - Lody z Krościenka.

Adam Zyzman



W upalne dni taka kolejka po lody od Stanisława Sargi to norma.
FOT. ADAM ZYZMAN

MROŻONE JOGURTY FROYOCAKE CUKIERNICZYM HITEM W BERLINIE

Wojciech Osiński (Berlin)

Mrożony jogurt i cupcake to amerykańskie wyroby, które już od dawna można nabyć w większych miastach na terenie Niemiec. W berlińskiej restauracji FroYoCake, Philipp Eickstädt połączył ostatnio te dwa produkty i stworzył zupełnie nowy wyrób cukierniczy, będący doskonałą alternatywą dla konwencjonalnych deserów.

Frozen Yogurt to niskokaloryczny deser lodowy adresowany m.in. do osób stosujących dietę lub sportowców. Wymyślony został już w latach 70. ubiegłego wieku w Południowej Korei, lecz na amerykańskie stoły trafił jednak dopiero w 2005 r. Pinkberry w Los Angeles był wówczas pierwszym sklepem, który wprowadził mrożone jogurty do swojego asortymentu. Stamtąd trafiły one do Europy. Najpierw na rynek angielski, a następnie m.in. do Niemiec, gdzie mrożone jogurty pojawiły się niespełna dwa lata temu. Rosnąca od tamtej pory liczba powstałych nad Szprewą pracowni i kawiarni wyspecjalizowanych w produkcji i sprzedaży tych niskokalorycznych deserów nie pozostawia żadnych złudzeń w kwestii popularności tego produktu. Nawet strudzeni długą podróżą kierowcy mogą się nim orzeźwić w restauracjach przy niemieckich autostradach.

W przeciwieństwie do jogurtów mrożonych, cupcake, małe ciasteczko o kształcie łudząco podobnym do babeczki, jest już pomysłem czysto amerykańskim. Wypiek serwowany jest z polewą, posypką bądź innymi dekoracjami, przy czym uważany jest on za prototyp nowoczesnego ciastka. Popularny serial telewizyjny „Seks w wielkim mieście” sprawił, że kult tego ciastka w papierowej foremce szybko rozprzestrzenił się poza granice Stanów Zjednoczonych, docierając m.in. do Polski i do Niemiec. Kombinacją tych dwóch cukierniczych hitów jest wykreowany przez berlińczyka Philippa Eickstäda deser o nazwie FroYoCake. Jego koncepcja deseru całorocznego a nie tylko sezonowego (sprzedawanego głównie latem) ma niewątpliwie wiele zalet. Do wyrobu FroYoCake używane są wyłącznie składniki naj-



FroYoCake jest pomysłą kombinacją mrożonego jogurtu z popularnym ciastkiem cupcake.
FOT. FROYOCAKE BERLIN

wyższej jakości. Mrożony jogurt zawiera 70% naturalnego jogurtu oraz tylko 30% mleka, które pochodzi wyłącznie z ekologicznego gospodarstwa z okolic Berlina. Zimą największe zainteresowanie jest przeważnie deserami o smaku naturalnym i waniliowym, natomiast latem głównie owocowym. W tym roku przebojem okazał się smak mango.

- Oferta składająca się wyłącznie z mrożonych jogurtów prędzej czy później doprowadziła by mnie jednak do bankructwa - przyznaje Philipp Eickstädt wyjaśniając, że istniejące w Niemczech lokale oferujące tylko Frozen Yogurt są jesienią i zimą zamknięte. Z kolei

ciasteczka cupcake sprzedają się przez cały rok. Również w ich wypadku wykorzystywane są surowce o wysokiej jakości. Kolejną tajemnicą sukcesu tkwi niewątpliwie w różnorodności oferowanych produktów. Ciekawym rozwiązaniem jest np. Red Velvet - cupcake z białej czekolady tudzież z waniliowym podłożem, polewany kremem paryskim. Uwagę odwiedzających kawiarnię FroYoCake przykuwają też ciastka o smaku ajerkoniakowym, masła orzechowego lub szampana, które na bieżąco są przygotowywane przez doświadczonych cukierników w pracowni przy ulicy Kurfürstendamm.

- Dzięki kombinacji dwóch sprawdzonych na rynku produktów znaleźliśmy nietkniętą dotąd niszę - cieszy się właściciel FroYoCake. Głównym celem berlińskiego przedsiębiorcy jest dalsze pozyskanie stałej klienteli w prawdziwym tego słowa znaczeniu, czyli tzw. kiez-publikum (osiedlowej klienteli), co się już w pewnej mierze powiodło.

- Ludzie do nas wracają, choćby tylko do sklepu, aby kupić szybko desery na wynos - przekonuje Marie, sprzedawczyni ze sklepu FroYoCake, w którym poza mrożonymi jogurtami i cupcakes sprzedawane są również francuskie Petits Fours. Poza tym w ofercie jest też m.in. sernik lub torty ślubne.

Coraz częściej przychodzą też starsi klienci, rezydujący w pobliskim hotelu Kempinski. Tę klientelę lokal pozyskał m.in. dzięki odpowiednim chwytom marketingowych wykorzystującym inne, bardziej konserwatywne nazwy produktów. Dla takich konsumentów nowoczesny cupcake staje się więc klasycznym torcikiem szwarczwaldzkim.

- Jeżeli starsi ludzie zauważą u nas coś co znają, do czego są już przyzwyczajeni, to potem przeważnie sięgają również po inne produkty z naszego asortymentu i zaczynają eksperymentować - twierdzi Philipp Eickstädt. - Tę klientelę zdobywamy sukcesywnie, być może drogą mniej efektowną, ale na dłuższą metę zdecydowanie bardziej efektywną. Tu trzeba się wykazać cierpliwością - dodaje właściciel cukierni.

Już samo otwarcie kawiarni oraz sklepu FroYoCake na Kurfürstendammie było wielkim wydarzeniem. W ubiegłym roku ów Kurfürstendamm, ongiś główna arteria Berlina Zachodniego, obchodził swoje 125. urodziny. To był w istocie doskonały moment, aby wła-



Cupcake - bez względu na to, czy z mrożonym jogurtem na wierzchu czy też kremem - wymaga od cukiernika bogatej i kolorowej dekoracji.

FOT. FROYOCAKE BERLIN

śnie wtedy otworzyć kawiarnię, której wystrój jest równie wielobarwny i różnorodny jak same oferowane w niej produkty - kolor turkusowy miesza się tu z żółtymi oraz kawowo-czekoladowymi odcieniami, przy czym zdecydowanie dominuje kolor różowy. Sam prezydent miasta Klaus Wowereit przybył na imprezę, przeciął banderolę i nie omieszkał skosztować sprzedawanych tu deserów. Start był więc udany, lecz trzeba podkreślić, że idea FroYoCake znajduje się jeszcze w fazie eksperymentalnej.

35-letni Philipp Eickstädt często jeździ po Europie i tropi najnowsze trendy na rynku cukierniczym, które mogłyby wpłynąć na dalszy rozwój jego przedsiębiorstwa i produktów.

- To rzeczywiście mozolna pionierska praca, wciąż jeszcze próbujemy i eksperymentujemy, aby udoskonalić naszą koncepcję - mówi. Obejmuje ona m.in. kurs pieczenia, który cukiernicy FroYoCake organizują raz w miesiącu dla swoich klientów. Znacznie rozszerzyła się również oferta cateringowa. Ciasteczka cupcake i jogurty coraz częściej trafiają na ważne berlińskie imprezy, choćby na Fashion Week Berlin albo Victress Gala. FroYoCake to również koncepcja franczyzowa adresowana do tych przedsiębiorców, którzy w oryginalnym połączeniu dwóch popularnych deserów dostrzegą szansę na własny cukierniczy biznes i finansowy sukces, być może również i w Polsce. ■



W berlińskiej kawiarni Philippa Eickstäda oferowane są również klasyczne mrożone jogurty z równie klasycznymi dodatkami.

FOT. FROYOCAKE BERLIN

LODY O SMAKACH BAZYLI I RYNKOWEGO SUKCESU

Wojciech Osiński (Berlin)

Zanim pierwsze podmuchy lata dotarły do Niemiec, lodziarze na dobre obudzili się z zimowego snu. Jednym z nich jest Uwe Koch, założyciel Szkoły Lodziarstwa w nadreńskim miasteczku Werl.



Uwe Koch podczas zajęć w swojej Szkole Lodziarstwa w nadreńskim miasteczku Werl.
FOT. Z ARCHIWUM UWE KOCHA

Sezon rozpoczął się właściwie już pod koniec marca. Jak co roku, włoscy lodziarze działający na terenie Niemiec mają powód do radości. Jednak także coraz więcej niemieckich producentów zaskakuje znakomitymi wyrobami. Z informacji, jakie ukazały się w majowym wydaniu czasopisma branżowego Lebensmittel Praxis niezłomie wynika, że w tak dobrej kondycji niemiecki przemysł lodziarski nie był już od dawna. W istocie, rosnący w ostatnich dwóch latach popyt sprawia, iż przyszłość branży rysuje się w optymistycznych barwach. Sytuacja ekonomiczno-finansowa niemieckich zakładów jest dobra, a produkcja lodów w Niemczech charakteryzuje się wysoką rentownością.

W latach 2011-2012 wzrosła ona o 19%, a wartość przychodów ze sprzedaży o 8 proc. Dane te nie obejmują jednak produkcji w mniejszych firmach, np. cukierniach lub zakładach rzemieślniczych, a właśnie w tym sektorze najwyraźniej szykuje się rewolucja.

Jak zaznacza Uwe Koch, producent i znany fachowiec w swojej dziedzinie, rynek lodów w Niemczech aż do 82% regulowany jest przez przemysł, podczas gdy zaledwie 18% wyrobów wytwarzają rzemieślnicy. Proporcje te jednak z pewnością będą ulegały zmianom, gdyż wyraźnie widać, że coraz więcej małych przedsiębiorców dostrzega w rzemieślniczej produkcji lodów szansę na intratny biznes. Przykładem

może być m.in. frekwencja w założonej przez Uwe Kocha Szkole Lodziarstwa, do której jeszcze cztery lata temu uczęszczało 25% obcokrajowców, a obecnie chodzi do niej niemal wyłącznie Niemcy, którzy chcą zapoznać się z procesami produkcji lodów.

- Jesteśmy świadkami wielkiego przełomu, niemieckie lody podbijają Europę - twierdzi Koch. Przemysłowi producenci z pewnością nie mogą narzekać na swoją sytuację finansową. Rosnące dochody ze sprzedaży lodów mają jednak przełożenie m.in. na coraz to nowocześniejsze rozwiązania stosowane w technologii produkcji lub na poszerzenie oferty asortymentowej. Przedsiębiorstwa przeznaczają też ogromne kwoty na wprowadzanie systemów bezpieczeństwa zdrowotnego i kontroli jakości. Gigantyczne nakłady inwestycyjne w 2011 r. umożliwiły niemieckim lodziarzom wzmocnienie swojej pozycji w Europie, co potwierdza np. wysoka sprzedaż produktów firm Sanobub i Eisbär za granicą. Eksport tych wyrobów w ostatnich latach rozwija się dynamicznie, a decyduje o tym głównie rosnący popyt w krajach skandynawskich, za którymi Niemcy plasują się na czwartym miejscu pod względem konsumpcji lodów w Europie. Dodać trzeba, że wraz z akcesją nowych państw członkowskich do UE, w tym Polski, wzrost obrotów handlu zagranicznego powiększył się jeszcze bardziej i wskrzesił również produkcję mniejszych zakładów cukierniczych.

Spośród licznych katalogów małych przedsiębiorstw warto zwrócić uwagę na wspomnianego już Uwe Kocha, cieszącego się wielkim uznaniem w niemieckiej branży lodziarskiej. Świadczy o tym choćby jego częsta obecność na wielu imprezach targowych oraz seminariach. Lodziarz, który sam posiada własny

zakład cukierniczy, podczas swoich występów próbuje wytłumaczyć, że włoskie produkty nie są niedościgłym wzorem dla producentów z innych państw.

- W mojej szkole na początku roku zewsząd słychać lament, że produkcja lodów jest nieosiągalną sztuką. Nic bardziej błędnego. Robienie dobrych lodów nie wymaga specjalnej przenikliwości - przekonuje nauczyciel, który przyznaje, że aby skruszyć pierwszą niepewność młodych aspirantów lodziarstwa, przemawia do swoich uczniów prostym językiem.

Główną zasadą dla początkujących jest prosta maksyma, wedle której dobre lody nie powinny zawierać nic, czego też sam producent nie zechciałby spożyć. Co więcej, „przyzwoity lód” pozbawiony jest wszelkich środków wiążących bądź emulgatorów, mogących zaszkodzić zdrowiu. Użytek znajdują wyłącznie owoce, woda i cukier. Niezbędny dla produkcji lodów syrop glukozowy powinien pochodzić z własnej produkcji, co pozwala indywidualnie regulować zawartość cukru, natomiast jako środek wiążący stosowane jest zazwyczaj mleko w proszku.

- Ponieważ jednak liczba uczulonych na laktozę wciąż rośnie, lodziarze muszą zastanowić się nad odpowiednimi alternatywami stosowania mleka - zaznacza Uwe Koch w rozmowie z Bake & Sweet i podpowiada, że zamiast proszku mlecznego można użyć np. inulinę, łagodny substytut cukru na bazie roślinnej. Dodaje też, że cukiernicy mogliby poważnie zastanowić się nad uwzględnieniem mleka sojowego w produkcji lodów. Cukiernikowi z Nadrenii nie można odmówić kreatywności, czego dowodem są oryginalne smaki lodów, jakie prezentuje na licznych szkoleniach i seminariach.

- Trzeba zaoferować klientom coś szczególnego - mówi. - Smak bazylii albo oleju z pestek dyni jest wprawdzie nieco niekonwencjonalny i nie cieszy się jeszcze zbyt ogromnym zainteresowaniem, ale niewątpliwie przykuwa uwagę konsumenta - mówi Uwe Koch, podkreślając wagę i znaczenie odpowiednich chwytów marketingowych, do których należy również umiejętność prezentacji własnego produktu w kawiarni. ■



Lody o smaku bazylii są wprawdzie nieco niekonwencjonalne i nie cieszą się jeszcze zbyt dużym zainteresowaniem, ale niewątpliwie przykuwają uwagę konsumenta - mówi znany niemiecki lodziarz. FOT. Z ARCHIWUM UWE KOCHA



Sprawdzone podczas wakacji




KOMPLET Gofry

Mieszanka do wyrobu ciasta na wyśmienite gofry, racuchy i naleśniki.

- Powtarzalna jakość - zawsze ten sam pyszny efekt.
- Łatwość i szybkość wykonania oraz duża wydajność.
- Różnorodne zastosowanie: lekkie chrupiące gofry, puszyste naleśniki lub pulchne racuchy.

 **KOMPLET Polska**

Z dobrego upieczesz najlepsze!

więcej na www.komplet.pl 

BAUMKUCHEN BEI BUCHWALD, CZYLI SĘKACZ PO BERLIŃSKU

Wojciech Osiński (Berlin)

Stolica Niemiec kojarzy się turystom przede wszystkim z murem berlińskim lub Bramą Brandenburską. Dla cukierniczych smakoszy Berlin to jednak miasto pełne oryginalnych i tradycyjnych wypieków, wśród których ważne miejsce zajmuje baumkuchen z kawiarni G. Buchwald w dzielnicy Moabit.

Historia berlińskich sękaczy rozpoczyna się w 1852 r., kiedy to Gustav Buchwald, ceniony cukiernik i przedsiębiorca z Cottbus, otworzył swoją pierwszą piekarnię. Wypieki marki Buchwald rychło przyniosły założycielowi majątek i sławę, a jego niepowtarzalne ciasta powędrowały do mieszkań berlińskich elit oraz na dwór samego króla Prus. Po śmierci Gustava rodzina przeniosła swoją piekarnię do stolicy Niemiec, gdzie od przeszło stu lat znajduje się ciągle pod tym samym adresem: Bartniggallee 29.

Jak na Podlasiu, także i tradycyjny berliński sękacz z G. Buchwald podobny jest do ściętego pnia drzewa (stąd nazwa baumkuchen, czyli ciasto drzewne). W wyniku polewania różną kolejnymi warstwami ciasta, w przekroju sękacza widoczne są grubsze warstwy, przedzielone dodatkowymi ciemnymi warstewkami spieczonego ciasta, co w istocie przypomina słoje roczne w pniu drzewa.

W Polsce przy produkcji sękacza nadmiar ciasta spływający podczas pieczenia tworzy charakterystyczne, zastygające sople podobne w ostatecznym efekcie do sęków (stąd nazwa sękacz). Natomiast w trakcie pieczenia niemieckiego baumkuchen te odstające „sęki” są na bieżąco wygładzane, wskutek czego forma gotowego produktu przypomina nieco gniazdo pszczoł. Odpowiednik sękacz nie jest więc do końca adekwatny.

Jak opowiada Ursula Kantenberg, obecna właścicielka kawiarni, proces przygotowania przysmaków à la Buchwald jest wyjątkowo pracochłonny i zajmuje dwóm osobom od trzech do czterech godzin.

- Do produkcji naszych wypieków wykorzystujemy najlepsze surowce, pochodzące z własnego gospodarstwa w Brandenburgii, dzięki którym nasz baumkuchen nabiera jeszcze szlachetniejszych właściwości smakowych. Gdy opracowano recepturę ciasta w XIX wieku nie używano barwników lub innych polepszczy, bo takich po prostu nie było i tej tradycyjnej receptury trzymamy się do dziś - twierdzi. Sama metoda produkcji nie jest owiana szczególną tajemnicą. Polega na zastosowaniu do wypieku zwykłego, poziomego wałka, na który nalewane jest warstwami ciasto. Wielkość wypieku zależy od rozmiaru wałka oraz ilości składników użytych do przygotowania ciasta. Przeważnie piecze się je na wałku o wysokości 38 cm i podstawie o średnicy 15 cm. W G. Buchwald wypieka się jednak także mniejsze baumkuchen, np. o wysokości 20 cm. Do otrzymania średniej wielkości wypieku o wadze ok. 4 kg berlińscy cukiernicy zużywają po kilogramie masła, cukru, mąki i śmietany oraz 40 żółtek jaj, a także odrobinę soku z cytryny. Upieczone ciasto polewane jest zazwyczaj czekoladą bądź lukrem.

Wyroby G. Buchwald sprzedawane są bezpośrednio na miejscu lub też produkowane na specjalne zamówienia i dostarczane do klientów, po-

dobnie jak to robiono przed przeszło stu laty. Ciasto w lokalu jest jednak nieco droższe, przypuszczalnie za unikalną, przedwojenną atmosferę kawiarni, jaką udało się zachować właścicielom. Co ciekawe, podany w G. Buchwald specjał na pierwszy rzut oka nie sprawia wrażenia konwencjonalnego baumkuchen, po przekrojeniu jednak ujawnia już swój złocisty kolor i charakterystyczne jasnożółte słoje przeplatane cienkimi brązowymi smugami.

O baumkuchenach z piekarni Buchwald krążą w cukierniczym świecie rozmaite, zwykle sprzeczne ze sobą plotki. Według jednej z nich, sękacze z Berlina dostarczane są na dwór samego cesarza Japonii Akihito. Fakt faktem, że baumkuchen o typowo berlińskiej formie, czyli bez „sęków”, stał się jednym z ulubionych ciast w Japonii, gdzie jest też obecnie wypiekany w wielu zakładach cukierniczych. ■



W berlińskim zakładzie G. Buchwald przy produkcji sękacza nadmiar ciasta spływający podczas pieczenia nie tworzy charakterystycznych, zastygających sople, gdyż cukiernicy na bieżąco je wygładzają, przez co baumkuchen pozbawiony jest sęków. Fot. G. BUCHWALD

PROSZĘ NIE JEŚĆ EKSPONATÓW!

Wojciech Osinski (Berlin)

Na początku czerwca odbyła się w Berlinie kolejna edycja Festiwalu Smaku, która w tym roku zdominowana została niemal wyłącznie przez cukierników. W tych dniach drzwi kawiarni-cukierni zlokalizowanych w staromiejskim Nikolaiviertel oraz w jego bezpośrednim sąsiedztwie były owarte dla wielbicieli deserów.

Latem, w długie, ciepłe wieczory każdy szanujący się berlińczyk zasiada w kawiarniach na starówce przy kościele św. Mikołaja. Legendarnym miejscem takich wieczorów jest Kaffeestube, uchodząca za najstarszą rodzaju kawiarnię w tej części miasta. Należący do lokalu ogródek jest umiejętnie wkomponowany w historyczny pejzaż kamienic, który w upalne czerwcowe dni chroni kawoszy przed słońcem. W ramach największej kulinarnej imprezy, jaką jest Taste Festival, można tu było jednak degustować coś więcej aniżeli tylko kawę. W tym roku przed tradycyjnymi berlińskimi lokalami pojawiły się dodatkowe stoiska cukiernicze. Wspomniany już Kaffeestube zapraszał np. na historyczne lokalne produkty, takie jak Zimtpflaumen - gorące śliwki cynamonowe z lodem waniliowym, bitą śmietaną i rumem lub Berliner Apfelringe - doskonałe, pączkopodobne wypieki z jabłkami, żurawiną oraz sosem waniliowym. A wszystko za stosunkowo niskie ceny, bardziej przychylnie niż te w powszechnie obowiązującym menu.

- Wszystko co słodkie, a zarazem berlińskie, toruje sobie drogę i wije trwałe gniazdo w naszych sercach - śmieje się Hannelore Köhnkow, właścicielka Kaffeestube. Stwierdzenie może nieco patetyczne, ale można w nim dostrzec chłodną strategię biznesową. Akcje związane z tegorocznym Taste Festival przyniosły bowiem biorącym w nim udział gastronomikom wyraźne zyski.

- Obserwując rozwój tej imprezy jestem pewna, że pieniądze, którymi ją dofinansowujemy, nie są wydane za darmo - dodaje z poważniejszą już miną Köhnkow.

Festiwal Smaku obejmował jednak dużo więcej atrakcji niż tylko degustacje ciast i deserów. Pasjonaci słodczy mogli wziąć udział w Laboratoriach Smaku i zdobyć wiedzę na temat produkcji wyrobów cukierniczych. Przy stoisku cukierni Tigertörtchen, w bezpośrednim sąsiedztwie kawiarni Kaffeestube, dzieci w wieku od 4 do 10 lat



Jednym z ciekawszych eksponatów w Direktorenhaus był stół z lukrecji.
FOT. WOJCIECH OSIŃSKI

uczły się piec ciasto oraz rozpoznawać i próbować najdziwniejszych przysmaków. Warto dodać, że te zajęcia były bezpłatne.

Na Festiwalu Smaku nie zabrakło też rozmaitych konkursów, pokazów oraz branżowych spotkań i koncertów muzycznych.

W lokalnej berlińskiej prasie relacje z imprezy zdominowane były jednak informacjami o wystawie w Muzeum Cukiernictwa. W renesansowym Direktorenhaus nad Szprewą zaprezentowało się z okazji Festiwalu Smaku 40 wystawców z dziesięciu krajów.

Na wystawie zaprezentowano m.in. produkty o bardzo intrygującej konstelacji smaków, jak

np. połączenie arbuza z parmezanem i bazylią czy sorbetu jagodowego z ziołami. Nie zabrakło też rysunków stworzonych sosami truskawkowym, waniliowym i czekoladowym. Intrygująco wyglądały meble sklejone ze słodczy, np. krzesło z żelek czy stół z lukrecji. Umieszczone powyżej wywieszki z napisem: „Proszę nie jeść eksponatów” wzbudzały uzasadniony śmiech zwiedzających. Na wystawie nie zabrakło jednak szeregu bardziej konwencjonalnych obiektów: zbioru historycznych reklam produktów cukierniczych, ekspozycji narzędzi i przepisów używanych w cukiernictwie afrykańskim.

BĘDZIE GORĄCO, BĘDĄ KONTROLE

Państwowa Inspekcja Pracy zamierza podczas tegorocznego lata dokładniej skontrolować zakłady piekarskie i sprawdzić, czy panujące w nich warunki pracy, a zwłaszcza wysokie temperatury nie dają się we znaki pracownikom.

Na internetowych stronach Okręgowych Inspekcji Pracy pojawiły się na początku czerwca informacje na temat zaleceń dla pracodawców, na których spoczywają obowiązki przygotowania stanowisk pracy w okresie upałów. W zaleceniach tych znajdziemy także listę przywilejów, jakie mają pracownicy, gdy temperatury tego lata mocno skoczą w górę.

O problemie związanym z upałami, jakie szczególnie odczuwają piekarze i cukiernicy pracujący bezpośrednio przy wypieku, pisaliśmy już przed miesiącem. Do tematu jednak wracamy, gdyż - jak się dowiedzieliśmy - kontrolerzy ze stołecznej Okręgowej Inspekcji Pracy wnikliwie przyglądali się ostatnio problematyce przestrzegania przez pracodawców obowiązujących przepisów

bezpieczeństwa pracy, w tym również zapewnienia pracownikom odpowiednich warunków podczas upałów. Właściciele warszawskich i okolicznych zakładów muszą się więc mieć na baczności, jeśli chodzi o wspomniane kontrole. OIP nie chce jednak zdradzić bliższych szczegółów i terminów, w jakich inspektorzy odwiedzą piekarnie i cukiernie.

- Kontrole przeprowadzane są zgodnie z ustalonym harmonogramem, zatwierdzonym przez Główny Inspektorat Pracy - mówi Aleksandra Zagajewska, rzecznik prasowy PIP w Warszawie. - Podobnie sytuacja wygląda w pozostałych Okręgowych Inspektoratach Pracy. Z uwagi na charakter i cel działalności naszego urzędu nie możemy podać zaplanowanych terminów, ponie-

waż mogłoby to spowodować utrudnienia w czynnościach kontrolnych.

Wcześniej inspekcje wykazywały najczęściej nieprawidłowości dotyczące m.in. niewłaściwego i niedostatecznego wyposażenia pomieszczeń higieniczno-sanitarnych, złego stanu ścian i posadzek, braku urządzeń ochronnych w eksploatowanych maszynach, braku ochrony podstawowej urządzeń i instalacji elektrycznej, braku badań i pomiarów środowiska pracy (m.in. stężenia pyłów zwłókniających) czy braku ustaleń, co do rodzajów odzieży i obuwia roboczego na stanowisku pracy. Wizyt inspektorów powinny się więc obawiać przede wszystkim te zakłady, w których już wykryto zły stan ochrony pracy.

Wawrzyniec Mocny

PIP PRZYPOMINA!

Pracodawca jest obowiązany zapewnić pracownikom zatrudnionym w warunkach szczególnie uciążliwych nieodpłatnie odpowiednie napoje, jeżeli jest to niezbędne ze względów profilaktycznych. Mówi o tym art. 232 Kodeksu pracy.

Zgodnie z rozporządzeniem Rady Ministrów z 28 maja 1996 r. w sprawie profilaktycznych posiłków i napojów (Dz. U. nr 60, poz. 279), obowiązek zapewnienia napojów przez pracodawcę dotyczy osób zatrudnionych m.in. przy pracach na stanowiskach, na których temperatura spowodowana warunkami atmosferycznymi przekracza 28 stopni C. Napoje powinny być dostępne dla pracowników w ciągu całej zmiany roboczej, zimne i w ilości zaspokajającej ich potrzeby.

Należy również zwrócić uwagę na wyposażenie okien i świetlików w odpowiednie urządzenia, np. w żaluzje i rolety, eliminujące nadmierne nasłonecznienie stanowisk pracy. Podstawa prawna: rozpo-

ządzenie Ministra Pracy i Polityki Socjalnej z 26 września 1997 r. w sprawie ogólnych przepisów bezpieczeństwa i higieny pracy (Dz. U. z 2003 r., nr 169, poz. 1650, ze zm.). Należy też zadbać, aby okna i świetliki były wyposażone w urządzenia pozwalające na ich łatwe i bezpieczne otwieranie z poziomu podłogi oraz w urządzenia pozwalające na utrzymanie otwieranych części w pożądanym położeniu. Istnieje zakaz pracy dla pracowników młodocianych w pomieszczeniach, w których temperatura powietrza przekracza 30 stopni C, a wilgotność względna powietrza 65%. Podstawa prawna: rozporządzenie Rady Ministrów z 24 sierpnia 2004 r. w sprawie wykazu prac wzbronionych młodocianym i warunków ich zatrudniania przy niektórych z tych prac (Dz. U. nr 200, poz. 2047, ze zm.).

Źródło: www.pip.gov.pl

BUŁKA TARTA

TO NIE ODPAD PRODUKCYJNY

Tomasz Przysiężny

Bułka tarta jest w polskiej kuchni nieodłącznym składnikiem powszechnie dodawanym do mięs, ryb czy warzyw. Ogromne ilości, w jakich jest używana w gastronomii, skłoniły już kilka zakładów w kraju do uruchomienia przemysłowej produkcji tego wyrobu, który coraz częściej znajduje odbiorców również w Europie Zachodniej i Wschodniej.

Pomysł, by wyspecjalizować swój zakład piekarski w zakresie produkcji bułki tartej wymaga nie tylko inwestycji w profesjonalne, przemysłowe maszyny, ale również w liczne działania marketingowe. Bułka tarta nie jest więc „lekarstwem” dla przedsiębiorstw, które chylą się ku upadkowi, lecz przede wszystkim alternatywą dla zakładów rozwijających się i szukających możliwości zagospodarowania mocy produkcyjnych.

CO NIE SPRZEDANE, TO ZMIELONE

Jeszcze kilkadziesiąt lat temu produkcja tego wyrobu opierała się głównie na wykorzystaniu zwrotów pieczywa ze sklepów, a tym samym zmniejszeniu strat produkcyjnych. Obecnie polskie przepisy tego zabraniają m.in. dlatego, gdyż bułka tarta to produkt higroskopijny, który wymaga nie tylko odpowiednich warunków podczas wytwarzania, ale również właściwego przechowywania, które zapobiegnie jej skisnięciu i spleśnieniu.

W małych rzemieślniczych piekarniach, ale również w większych, przemysłowych zakładach, w których racjonalnie podchodzi się do oszczędności podczas produkcji pieczywa, wszelkie nadwyżki i tzw. odpady są po wysuszeniu mielone i - już w postaci bułki tartej - wykorzystywane na własny użytek lub sprzedawane w sklepach firmowych. Z uwagi na ich niewielkie ilości, nie można jednak w tym przypadku mówić o produkcji przemysłowej, a bardziej o uatrakcyjnieniu oferty handlowej piekarni adresowanej do klientów indywidualnych.

BUŁKA Z DROŻDŻÓWKI?

Sporadycznie zdarza się jednak, że to co piekarz nazywa bułką tartą w rzeczywistości



Polskie normy obowiązujące od 1997 r. zabraniają produkcji bułki tartej z tzw. zwrotów sklepowych, chyba że jest ona wytwarzana na własne potrzeby zakładu piekarskiego (np. do posypywania blach).
Fot. B&S

nią nie jest, gdyż nie odpowiada normom, jakie taki produkt musi spełniać (PN-A-74113:1997/Az1:1999). Przykładem tego mogą być m.in. wyniki kontroli inspektorów JHARS, które wskazują, że ponad 30% zbadanej laboratoryjnie bułki tartej ma zbyt wiele cukrów i tłuszczu, co świadczyć może o tym, że producenci użyli do jej wyrobu np. pieczywa półcukierniczego*. To najczęstszy „grzech” zakładów piekarskich, w których za wszelką cenę próbuje się zmniejszyć straty produkcyjne. Znacznie rzadziej dochodzi do sytuacji, w których produkt jest niewłaściwie rozdrobniony lub zbyt wilgotny (niedokładne wysuszenie pieczywa przed zmieleniem oraz złe warunkach przechowywania wyrobu gotowego). Sporadycznie też niektórzy drobni

producenci zawyżają termin przydatności bułki tartej, która według polskiej normy wynosi dwa miesiące. Może on być jednak dłuższy, ale dopiero po wykonaniu odpowiednich badań, m.in. przechowalniczych.

Na „domowej” produkcji bułki tartej zarobić się nie da, a jeśli już - to niewiele. Pieczywo wymaga bowiem odpowiedniego wysuszenia (maksymalna wilgotności nie może przekraczać 10%) i dokładnego zmielenia (90% granulatu musi mieć średnicę mniejszą niż 1 mm). Inwestycja w produkcję bułki tartej tradycyjnymi metodami wymaga więc kupna odpowiedniej suszarni oraz młynka, nie wspominając już o urządzeniach pakujących gotowy produkt do torebek.

Innym rozwiązaniem jest zainwestowanie



Rynek bułki tartej w Polsce nie jest jeszcze nasycony, a przed producentami otwierają się możliwości eksportu za granicę, gdzie często bułka tarta w ogóle nie jest znana (np. w Wielkiej Brytanii).
 FOT. MATERIAŁY PRODUCENTÓW

► w przemysłową linię technologiczną, tak jak to zrobiły m.in. piekarnia Bielany czy Spółdzielnia Produkcji Spożywczej Tosta.

GASTRONOMIA POTRZEBUJE PANIERKI

- Pracujemy na specjalnej maszynie sprowadzonej ze Szwajcarii, która jest przygotowana celowo do produkcji bułki tartej i panierki. Urządzenie to z jednej strony pobiera mąkę z silosów oraz pozostałe składniki, a z dru-

giej oddaje gotowy produkt, który można od razu konfekcjonować - mówi prezes Tosty, Grzegorz Glama. Cała produkcja - pieczenie, suszenie, mielenie - przebiega więc automatycznie pod nadzorem komputera i bez ingerencji człowieka, co ma m.in. zapobiec zanieczyszczeniu produktu. Na wszelki wypadek do sprawdzenia jego czystości używa się też detektora metali, którym za każdym razem kontroluje się całą partię wyprodukowanej bułki tartej.

- Uważam, że tylko tego typu w pełni zautomatyzowane urządzenia dają gwarancję wysokiej jakości produkcji, o czym świadczą m.in. posiadane przez nas specyfikacje HACCP i ISO. Pozwalają też produkować odpowiednio duże ilości - twierdzi Grzegorz Glama przyznając, że co miesiąc bydgoską Tostę opuszcza 100 ton bułki tartej jak również panierki. Ta sama linia używana jest bowiem również przy produkcji panierki, w których bydgoska spółka również się specjalizuje. W tym przypadku do produkcji ciasta dodaje się naturalnych barwników, takich jak zmielona papryka lub kurkuma.

W taki w pełni zautomatyzowany sposób bułka tarta w bydgoskiej spółdzielni robiona jest już od 12 lat. Wcześniej była wytwarzana nieco tradycyjniejszymi metodami.

- Gdy w 1996 roku ruszyliśmy z produkcją, początkowo korzystaliśmy ze zwykłych maszyn piekarskich. Pieczywo po wypieczeniu w piecach było suszone i potem mielone. Od początku staraliśmy się jednak zautomatyzować i udoskonalić produkcję. W zakładzie pojawiały się więc różne prototypy urządzeń rozdrabniających i przesiewaczy, które miały nam usprawnić wyrób bułki tartej - przyznaje prezes spółdzielni Tosta.

SKĄD TEN POMYSŁ?

- W połowie lat 90. rynek piekarski zaczął się gwałtownie kurczyć, gdyż przybywało na nim coraz więcej nowych piekarni. Takie olbrzymie molochy jak nasza spółdzielnia coraz bardziej zaczęły odczuwać spadek zainteresowania wyrobami piekarskimi - przyznaje Grzegorz Glama. - Dostrzeżliśmy jednak nowy produkt, który, jak już wtedy

BEZ SKÓRKI LUB BEZ GLUTENU

Niektórzy producenci bułki tartej, ze względu na wykorzystany w czasie produkcji surowiec, wyróżniają dwa rodzaje produktów. Najpowszechniejszy z nich to jasna bułka tarta, którą otrzymuje się w wyniku starcia bułki wraz ze skórką. Podobne właściwości ma też odmiana biała, do produkcji której wykorzystuje się wyłącznie pieczywo bez skórki.

W rzeczywistości rodzajów bułki tartej jest nieco więcej. Należą do nich m.in. rzadko spotykane bułki tarte rude, które powstają z samych skórek chleba, oraz bogate w błonnik i inne cenne dla zdrowia składniki pokarmowe bułki tarte razowe, otrzymywane z pieczywa pszenno-żytnio-orskiszowego. Niektórzy gastronomicy unikają jednak używania tych produktów, gdyż uważają, że nie nadają się one do panierki, bo bardzo łatwo się przypalają. Znajdują za to zastosowanie jako tzw. zagęszczacz do potraw z mięs mielonych.

Na polskim rynku produkowane są też bułki tarte bezglutenowe (zazwyczaj z pieczywa z mąki ryżowej lub kukurydzianej), a także bezglutenowe o zmniejszonej zawartości białka.

BUŁKA „DŁUGOWIECZNA”

Standardowy termin przydatności do spożycia dla bułki tartej to dwa miesiące. Zachowanie odpowiedniego reżimu produkcji i warunków przechowywania pozwala niektórym producentom wydłużyć ten okres nawet do pół roku. Są jednak i takie produkty, które mogą być używane aż przez 10 miesięcy. Należy do nich bułka tarta wrocławska produkowana przez firmę Mamut. Powstaje ona na specjalnej linii technologicznej i - jak twierdzi producent - jako jedyna w Polsce jest wytwarzana ze specjalnie wypiekanego pieczywa pszenne o stałym składzie surowcowym. O niewątpliwych walorach tego produktu świadczą m.in. znak jakości Q przyznany przez Polskie Centrum Badań i Certyfikacji oraz godło Poznań Dobra Żywność.

nam się wydawało, ma przyszłość. Choćby z uwagi na coraz bardziej rozwijający się rynek fast foodów i gastronomii, w których bułka tarta wykorzystywana jest do wszystkich panierowanych potraw.

Również w piekarni Bielany w Bielanych uruchomienie produkcji bułki tartej podyktowane było potrzebami rynku.

- Gdy zakład jest duży i ma duże moce przerobowe, które nie są w pełni wykorzystywane, wówczas pojawia się problem, który trzeba rozwiązać. Koniunktura na rynku piekarskim jest zmienna, a więc dobrze mieć alternatywę, jak wykorzystać moc zakładu - uważa Michał Krasnodębski, szef marketingu piekarni Bielany.

- Bułka tarta, z produkcją której ruszyliśmy dwa lata temu, była naszym zdaniem rozwiązaniem problemu, przed jakim stanęło wiele zakładów piekarniczych. Spadek konsumpcji pieczywa, szalejące ceny mąki i innych surowców oraz paliwa doprowadziły wiele piekarni do upadku. Być może właśnie dzięki nowej gałęzi asortymentu, który zaczęliśmy produkować, udało się nam złagodzić skutki kryzysu.

W przeciwieństwie do Tosty, zakład z Bielany nie zaczynał swojej produkcji od metod tradycyjnych, lecz od razu zainwestował w austriacką profesjonalną linię przemysłową i ruszył pełną parą.

ZAPOTRZEBOWANIE NIE ZMALEJE

Aktualna wielkość produkcji jest tajemnicą handlową, ale Michał Krasnodębski przyznaje, że lokalny rynek odbiorców bułki tartej, których piekarnia dotychczas zaopatry-



Tradycyjna metoda produkcji bułki tartej to suszenie i mielenie nadwyżek i odpadów produkcyjnych, które nie opuściły terenu zakładu. Tylko przemysłowi producenci robią ją ze specjalnie do tego celu wypiekane pieczywa. Fot. B&S

wała, okazał się już za mały i sukcesywnie trzeba go powiększać.

Krąg swoich odbiorców cały czas poszerza również spółdzielnia Tosta - jej produkty można kupić niemal w całym kraju. Choć sama nie eksportuje swojej bułki za granicę, to robią to jej pośrednicy, którzy bydgoskie wyroby dostarczają do odbiorców z Europy Zachodniej i na Wschód, a także na południe kontynentu, np. do Bułgarii.

Konkurencja na rynku producentów bułki tartej z pewnością nie jest mała. Oprócz wspomnianych firm wyrób ten można znaleźć w ofertach wielu zakładów piekarskich, takich jak np. Kiedrowscy z Kościerzyny, Ko-

nieczny z Mielca, Wispol z Biłgoraja czy PSS Białystok. Rynek zasypany jest też bułkami sygnowanymi przez marki Mevlit, Kupiec, Prymat czy Mamut. Nie znaczy to jednak wcale, że nie ma na nim miejsca na kolejnych producentów. Warto się więc poważnie zastanowić nad takim alternatywnym rozwiązaniem dla swojego zakładu piekarskiego, zwłaszcza w czasach, gdy z roku na rok spada spożycie, a tym samym zapotrzebowanie na pieczywo. O malejącym popycie na panierki i bułkę tartą nikt jeszcze nie słyszał. ■

* Ostatnie tego typu inspekcje przeprowadzono w 2009 r.

reklama



Do naszej oferty dołączyła nowa margaryna

MARGARYNA PROFESJONALNA DO KRUCHEGO

Stosowanie naszej margaryny pozwala na szybkie i proste przygotowanie ciasta o znakomitych właściwościach. Ciasto daje się łatwo formować w dowolne kształty jest znakomite zarówno do ciastek słodkich jak i słonych przekąsek.

Stosowanie Margaryny Profesjonalnej gwarantuje uzyskanie wyrobów najwyższej jakości.

www.ajaxfood.pl

SPRAWDŹ ILE MOŻESZ
NA TYM ZYSKAĆ!!!



PIZZERKA NIEJEDEN MA SMAK

Tomasz Przysiężny

Według Słownika Języka Polskiego „pizzerka” to pracownica, która przygotowuje pizzę. W branży piekarskiej określa się tym słowem minipizze, które niestety przez wielu właścicieli piekarni traktowane są „po macoszemu” - jako produkt dodatkowy, nie przynoszący dochodu. Nic dziwnego, że piekarze na pizzerkach nie zarabiają, skoro często zaoszczędzają na ich produkcji kosztem jakości.



Kolorowe, o świeżym wyglądzie, na tradycyjnym cieście i najlepiej jeszcze serwowane na ciepło - to pomysł na dobrze sprzedającą się pizzerkę.

FOT. ARCHIWUM WŁASNE

Przyglądając się ofercie rynkowej dostrzec można ogromne różnice w składzie, wyglądzie i jakości pizzerek. Wszystko zależy od nastawienia piekarzy, którzy zazwyczaj robią te wyroby wyłącznie po to, aby wzbogacić i uatrakcyjnić ofertę.

Często dochodzi więc do tego, że pizzerką nazywany jest placek z ciasta pszennego (takiego samego, z którego produkuje się bułki) z dodatkiem mieszanki cebulowo-pieczarkowej, keczupu i sera. Tanie, szybkie i... nieatrakcyjne. W smaku nie przypomina ani pizzy, ani cebularza. Cena za taki produkt nie może być wygórowana, bo nikt by tego nie kupił. Zysk ze

sprzedaży takich zapiekaneek jest więc minimalny, na granicy opłacalności produkcji. Zadajmy sobie pytanie: czy warto dalej w nią brnąć, czy też zaprzestać robienia pizzerek, a w tym czasie np. zwiększyć produkcję bułek, bagietek lub rogalików. Jest jeszcze inne rozwiązanie: potraktować konsumentów uczciwie i dać im produkt, jakiego oczekują. Przygotowanie minipizzy według tradycyjnej receptury wcale nie jest skomplikowane i pracochłonne, a wszystkie potrzebne produkty są ogólnie dostępne na rynku zaopatrzenia piekarni i gastronomii. Trzeba tylko chcieć.

CIASTO TO PODSTAWA

Jakub Kyrzcz, właściciel piekarni Kyrzcz i Spółka z Oleśnicy, która codziennie produkuje świeże pizzerki dla potrzeb swoich sklepów firmowych i odbiorców detalicznych uważa, że odpowiednie ciasto ma ogromny wpływ na jakość wyrobu.

- Przede wszystkim musi być dobre, dlatego korzystamy z gotowego koncentratu, który bogaty m.in. w przyprawy charakterystyczne dla smaku tradycyjnej pizzy. To nie może być zwykła bułka - podkreśla piekarz.

Takich gotowych mieszanek na spody do pizzy używa się też w piekarni Mariana Kurasiaka z Kościana, który swoje pizzerki sprzedaje w ponad 20 sklepach firmowych m.in. w Poznaniu, Lesznie, Rawiczu i Gostyniu.

Zaletą tych mieszanek piekarniczych jest powtarzalność wypieków, prostota i szybkość produkcji, a także smak wypieczonego ciasta, który jest taki sam jak w tradycyjnej, pełnowymiarowej pizzy. Piekarze korzystający z tych produktów podkreślają jednak, że takie 100% mieszanki nie są tanie i znacząco podnoszą koszt produkcji - zwykle ciasto na bułki jest znacznie tańsze. Innym rozwiązaniem może być korzystanie z koncentratów, które miesza się z mąką w odpowiednich proporcjach. Produkty te oprócz naturalnego zakwasu zawierają również preparaty enzymatyczne, mające istotny wpływ na osiągnięcie pożądanego efektu końcowego, jakim jest oryginalny w zapachu i smaku spód na pizzerkę. Taka metoda wytwarzania ciasta na pizzę jest obecnie prawdopodobnie najczęściej stosowaną w naszym kraju.

Warto wiedzieć, że zdecydowana większość lokali gastronomicznych, które specjalizują się w produkcji tradycyjnej pizzy, również korzysta z mieszanek lub koncentratów, a niektóre wręcz

z gotowych mrożonych ciast (o nietypowej piekarni produkującej głównie spody do pizzy pisaliśmy w styczniowym Bake & Sweet).

Mieszanki znaleźć można w ofertach wielu firm, takich jak: Komplet, Pfahnl, Credin, Irex czy Eco Trade. Również Zeelandia ma gotowe produkty, które oprócz swoich podstawowych zastosowań również mogą być wykorzystane jako spody do pizzy lub ciasto na zapiekanki. Należy do nich zarówno 10% Ciabatta Mix do produkcji różnego rodzaju pieczywa w śródziemnomorskim stylu, jak również mieszanka Mix Pikantny z dodatkiem przypraw (oregano, bazylię, czosnek) i suszonych warzyw (smażona cebula, mielona papryka, pomidory), która pozwala otrzymać oryginalne pieczywo o lekko ostrym smaku i wyszukany, ziołowym aromacie.

Z SOSEM CZY BEZ SOSU?

W tradycyjnej pizzy - przynajmniej w takiej wersji, jaką znają polscy konsumenci - ciasto pokryte jest sosem pomidorowo-ziołowym. W pizzeriach najczęściej korzysta się już z gotowych sosów lub koncentratów, które przed użyciem trzeba wymieszać z wodą. Jest to powszechne również przy produkcji pizzerek, gdyż w piekarniach nikt nie ma czasu, a często również umiejętności, aby samodzielnie zrobić taki sos. Gotowe sosy to produkty ogólnie dostępne, ale warto pamiętać, że nie wszystkie z nich nadają się do zapiekania. Niektóre pod wpływem wysokiej temperatury ciemnieją, inne tracą swoją gęstą konsystencję i spływają z ciasta. Do pieczenia należy więc używać przede wszystkim profesjonalnych produktów dla piekarstwa i gastronomii (np. Sos Boloński firmy Zeelandia), które charakteryzują się również szeroką możliwością zastosowań i mogą być użyte nie tylko przy produkcji pizzerek czy zapiekanek, ale również w bułkach, snackach czy pasztecikach.

Sosy pomidorowe i farsze pieczarkowo-pomido-



■ Nieatrakcyjna forma i ubogie składniki nie przyciągną konsumentów do produktu, nawet jeśli będzie smaczny.

FOT. ARCHIWUM WŁASNE

rowe znaleźć można m.in. w ofertach firm Reypol i Witex. Ta ostatnia oprócz tradycyjnej w smaku mieszanki do pizzy oferuje też m.in. kompozycję ziołową z bazylią, oregano i rozmarynem; czosnkową z dodatkiem kopru i cebuli; orientálną z cynamonem, imbirem i słodką papryką. Każda z nich znacząco zmienia smak pizzerek, co pozwoli z jednego produktu zrobić kilka różnych, a tym samym jeszcze bardziej uatrakcyjnić ofertę dla klienta.

Z gotowych sosów do pizzy korzysta się m.in. we wspomnianej piekarni Kyrz i Spółka z Oleśnicy. Z kolei nie dodaje się go wcale do pizzerek produkowanych w piekarni Kurasiak.

- Nie wystarczy posmarować ciasto sosem pomi-

dorowym i posypać odrobiną sera. To jest tanie w produkcji, ale też musi być tanie w sprzedaży, jeśli klient ma coś takiego kupić. A przecież nie o to chodzi - mówi Marian Kurasiak, który pizzereki ma w ofercie już od prawie 10 lat. - Ja mam swoją cenę, ale wiem, że moje produkty są jej warte, bo staram się robić je dobrze.

WIĘCEJ NIŻ TYLKO PIECZARKI I SER

- Niektórzy producenci bardzo często korzystają z gotowych mieszanek i farszów, które kładą na ciasto. Na dodatek robią to tandetnie i później za tandetne pieniądze sprzedają - mówi właściciel piekarni z Kościana. - Produkcję pizzerek lub zapiekanki staram się robić je jak się należy i we własnym zakresie przygotowuję cebulę czy pieczarki.

Oprócz tych składników na część pizzerek trafia też wędlna. Reszta jest bez mięsa i oferowana jako produkt wegetariański.

Jakub Kyrz również nie ukrywa, że w jego piekarni pizzerekę traktuje się jako produkt uboczny. Nie znaczy to jednak, że ma być zrobiony byle jak.

- Korzystamy z pieczarek i papryki ze słoików, które po odsuszeniu kroimy w paski i kładziemy na ciasto. Papryka nie tylko wzbogaca produkt i uatrakcyjni go wizualnie, ale także ma istotny wpływ na jego smak - mówi właściciel piekarni z Oleśnicy. - Niektórzy producenci przesmaro-



■ Rynek zaopatrzenia gastronomii oferuje wiele różnych serów w postaci wiórków, które nadają się do bezpośredniego użycia przy produkcji pizzerek.

FOT. MATERIAŁY PRODUCENTÓW (OSM WŁOSZCZOWA, OSM ŁOWICZ, LACTALIS)



Gotowe zapiekanki to wyrób coraz częściej oferowany przez dużych producentów z branży piekarsko-gastronomicznej, którzy dostrzegli potencjał rynkowy dla tego typu produktów.
FOT. FANTASY FOOD

► wują pieczywo samym sosem i posypują serem, ale dla mnie to nie jest pizzerka tylko bułka z sosem.

Ja z kolei uważam, że tego typu produkt powinien być bogaty w dodatki, a wówczas, nawet mimo wyższej ceny niż ma konkurencja,

będzie chętnie kupowany przez klientów. Przyglądając się minipizzom produkowanym przez polskie piekarnie, trudno jednak znaleźć w tych wyrobach coś więcej niż wspomniane: sos, papryka, pieczarki, cebula czy wędlina. A przecież na pizy normalnych roz-



Kto powiedział, że minipizza musi mieć formę okrągłego placka? Pomysłów na kształt pizzerek może być wiele.
FOT. FANTASY FOOD

miarów są m.in. kukurydza konserwowa, plaster świeżego pomidora czy liść rukoli - bogaty w witaminę C, magnez i żelazo. To samo w mniejszych, „symbolicznych” ilościach może również pojawić się na pizy w wersji mini. Jest to prosty sposób na to, aby niewielkim wysiłkiem i kosztem uatrakcyjnić swój wyrób dodając mu smaku, świeżości i kolorystyki, co wizualnie wyróżni go spośród produktów oferowanych przez konkurencję. Nieodzownym składnikiem pizzerek jest oczywiście żółty ser. Również i w przypadku tego surowca zarówno piekarze, jak i gastronomicy nie bawią się w samodzielne tarcie sera, bo jest to zarówno pracochłonne, jak również absolutnie nieopłacalne - wiórki są w tej samej cenie co ser w bloku, a niekiedy nawet jeszcze tańsze. Tartych serów na rynku zaopatrzenia gastronomii nie brakuje, jest więc z czego wybierać. Warto jednak pamiętać o tym, że nie każdy z nich nadaje się do zapiekania. Najpopularniejszy na pizzerki jest gouda, który można połączyć z odrobiną nieco droższej mozzarelli, co zwykłej pizzerce jeszcze bardziej nada smak tradycyjnej pizy.

MIKROFALÓWKA NA ŻYCZENIE

Jest wiele sposobów na wyróżnienie swojego wyrobu spośród innych, podobnych. Oprócz wspomnianego wzbogacenia o dodatki, kolorowe składniki (żółta kukurydza, czerwony pomidor, zielona rukola) można się również pokusić o zmianę kształtu ciasta. Zarówno wśród większości piekarzy, jak też sporej grupy konsumentów przyjęło się, że pizzerka jest... okrągła. Nic jednak nie stoi na przeszkodzie, aby była trójkątna lub w formie prostokąta - taki produkt powstaje np. w piekarni Konkol w Karwi, skąd trafia m.in. do sieci sklepów Biedronka.

Oryginalnym i na polskim rynku chyba jeszcze niespotykanym rozwiązaniem może być wykorzystanie odpowiedniej wielkości form wypiekowych, co pozwoli stworzyć całkiem nową jakość produktu, w którym drzemie spory potencjał i wcale nie takie małe pieniądze do zarobienia. Zwłaszcza że rynek sprzedaży pizy w Polsce rośnie dynamicznie z roku na rok, co może mieć również odbicie we wzroście sprzedaży minipizz. Pod warunkiem, że będą atrakcyjne dla konsumentów.

Produkując pizzerki i sprzedając je we własnych firmowych sklepach warto też zastanowić się nad niewielką inwestycją w kuchenkę mikrofalową, w której - gdy klient sobie zażyczy - będzie można już w 30 sekund podgrzać produkt, tak by nadawał się do bezpośredniej konsumpcji. ■

CIASTO MIESIĄCA: OWOCOWE

**NIEUCHRONNA
FUZJA SMAKÓW
STR. 40**

**OWOCE
KANDYZOWANE
STR. 45**

**ŻELE CHRONIĄ PRZED
WYSYCHANIEM
STR. 42**

**ELEKTRYCZNE
GRZANIE
STR. 50**

**OWOCE PRAŻONE
STR. 53**

OWOCOWE MIESZANKI

NOWE SMAKI

Ciasto owocowe to żelazny punkt oferty właściwie każdej cukierni. W miejsce tradycyjnych ciast kruchych i biszkoptowych z owocami sezonowymi coraz częściej pojawiają się nowe rozwiązania i smaki.

Tak jak Włosi są dumni ze swoich owocowych tart, a pierwsze ciasto, jakie uczył się piec francuskie dzieci to jogurtowe z owocami, tak i my mamy swoje tradycyjne ciasto owocowe: placek drożdżowy. Pachnący, pełen owoców sezonowych może stać się dumą każdej cukierni.

Str. 48-49

OWOCE KANDYZOWANE

NIE TYLKO DO DEKORACJI

Owoce kandyzowane od zawsze cieszyły się dużym zainteresowaniem cukierników ze względu na możliwości szerokiego zastosowania. W tym roku producenci poszerzyli ofertę o nowe, bardzo plastyczne dekoracje z ich udziałem.

Mimo że owoce kandyzowane są powszechnie używane, niewielu producentów dla branży cukierniczej ma je w swojej ofercie.

Str. 45-47

ŻELE CUKIERNICZE

OWOCE ŚWIEŻE I Z POŁYSKIEM

Żele, powszechnie stosowane w cukiernictwie, mają nie tylko zabezpieczyć owoce przed wysuszeniem, ale również stanowią „spoiwo” łączące je z ciastem. Przy okazji tworzą też warstwę nieprzepuszczającą soków z owoców do wypieczonego spodu, na którym są ułożone. Dzięki tej różnorodności zastosowań o żelach śmiało można powiedzieć, że to produkty uniwersalne.

Str. 42-44

NIEUCHRONNA FUZJA SMAKÓW

Aneta Marczak

Styl fusion, mieszanka stylów, kombinacja kolorów i zapachów, nietypowe połączenia znanych składników i potraw podbiły gastronomię. Inspiracje czerpie się tu ze światowego dziedzictwa kulinarnego, odważnie łącząc to, co na pierwszy rzut oka połączyć się nie da. Efekty eksperymentów bywają zadziwiające i odkrywcze.

Bardzo szybko kuchnia fusion znalazła również zwolenników w Polsce i jak grzyby po deszczu zaczęły wyrastać restauracje oferujące dania z nietypowymi połączeniami smaków. Niedługo później fusion stało się niezwykle modne w światowym cukiernictwie - nie tylko w dziedzinie deserów, ale również ciast i tortów, a także w produkcji czekolady. W końcu pod koniec ubiegłego roku nietypowe połączenia smaków znalazły się na liście pięciu najważniejszych trendów, które - jak twierdzi amerykański National Restaurant Association - mają w najbliższym czasie zdominować światowe cukiernictwo. O ile cztery inne nowości

(m.in. minidesery i lody w nowych smakach) szybko się przyjęły w naszym kraju, o tyle cukiernicze fusion wciąż pozostaje w Polsce prawie niezauważalne. A szkoda, bowiem tak jak fusion zmieniło światową gastronomię, tak i cukiernictwo w nowym wydaniu stało się oryginalne i inspirujące.

PYSZNE OWOCE ZE SZCZYPTĄ SOLI

Na świecie cukiernicze fusion od dawna już nie jest nowością. Około trzech tysięcy klientów dziennie obsługuje każda ze

Klasyczne kompozycje z pikantnymi dodatkami i inne nietypowe połączenia smaków to jeden z najważniejszych trendów w światowym cukiernictwie. Tymczasem w polskich cukierniach nadal trudno znaleźć ciasta owocowe o dodatkach innych niż klasyczne.

słynnych cukierni Laduree z Paryża, której oddziały otworzono m.in. w Stanach Zjednoczonych, Japonii, Kuwejcie i Monako. W ofercie są np. ciasta owocowe z ostrymi przyprawami (chilli, curry, kardamon), kozimi serami, ziołami i solą morską. Zieloną sól morską dodaje się do ciast z owocami nie tylko Francji, ale również na Wyspach Brytyjskich i w Belgii. Popularnymi dodatkami do tych cukierniczych wyrobów są tam też pomidorki koktajlowe, sosy balsamiczne, pory, feta, papryczki chilli, a nawet... owoce morza.

- Fusion to sztuka wyobraźni i inspiracji - mówi francuski cukiernik Christopher Meziche. - Inspirować mogą tradycyjne dodatki w kuchniach różnych krajów, które łączy się w sposób nietradycyjny. Kto powiedział, że owoce najlepiej smakują z czekoladą? Skąd o tym wiemy? Gdy moi goście próbują moich ciast są zachwyceni, długo opisują smaki. Dziwią się, gdy mówię im, że wiśnie posypałem solą morską, a do jagodowego sufletu dodałem ostrych ziół. W naszym kraju z takich połączeń korzysta wielu cukierników i nie są one niczym nowym.

Specjaliści przekonują, że łączenie słodkich smaków z pikantnymi łatwiej przekona do ciast i deserów tych, którzy do tej pory za nimi nie przepadali właśnie ze względu na słodki smak.

- Desery nie muszą być słodkie, a ciasta mogą zaskakiwać - podkreślają.

Nie wszyscy jednak się do fusion przekonali.

- Tak, ten trend jest bardzo popularny, choć ja



Nieumiejętne połączenie ze sobą różnych owoców może być dalekie od stylu fusion, a bliższe stylowi jarmarczemu.
Fot. B&S

wolałbym zostawić fusion kucharzom - mówi Alexandre Bourdeaux, doradca techniczny Akademii Czekolady Callebaut w Belgii. - A to dlatego, że tworzenie deserów odbywa się według innych technik niż te, którymi operuje kuchnia molekularna. Łączenie smaków jest sprawą niezwykle trudną, nie każdy umie to zrobić poprawnie. Zawsze jest ryzyko, że nie uda się uzyskać równowagi smaków i odpowiednich kontrastów. To bardzo ryzykowane, dlatego w cukiernictwie lepiej jednak postawić na klasykę.

CO NAM ZASTĄPI SZARLOTKĘ?

Trudno sobie wyobrazić polskie cukiernictwo bez ciast z owocami. Z badań wynika, że są one jednym z najchętniej wybieranych produktów w cukierni. Większość z zakładów oferuje ciasta z owocami sezonowymi. Zaczyna się w maju, trochę nietypowo, bo od rabarbaru, który owocem nie jest. Później nadochodzi czas tart truskawkowych i pora na takie owoce jak: jagody, maliny, porzeczka, agrest, aronia i wiśnia. Nieco rzadziej można spotkać na naszym rynku ciasta z dodatkiem czereśni, owoców egzotycznych czy gruszek. Przez cały rok na półkach cukierni króluje za to ciasto z jabłkami w różnych wydaniach. Po sezonie miejsce owoców świeżych zajmują mrożone bądź - niezwykle popularne w ostatnim czasie - owoce w żelu.

W większości tych produktów połączenia są typowe i znane od pokoleń: jabłka dobrze komponują się z brzoskwiniami bądź cynamonem, smak kwaśnych porzeczek można nieco złagodzić bardziej „mdłym” agrestem, a poziomki pasują do jagód, tworząc mieszankę znaną pod hasłem „owoce leśne”.

W cukierni-piekarni Walter w Wodzisławiu Śląskim owoce sezonowe łączy się z twarogiem i żelami. Owoce takie jak wiśnie dobrze komponują się również z czekoladą, w cieście czekoladowym i ze śmietaną w lekkich ciastach owocowych.

- Tradycyjne ciasta sprzedają się dobrze, więc nie eksperymentujemy - twierdzą przedstawiciele cukierni.

Z doskonałych ciast owocowych słynie cukiernia Sabinka z Wejherowa, ale i tam owoce łączy się w tradycyjny sposób: z galaretką, budyniem i śmietaną. Innowacyjne jest za to ciasto Dominik wypełnione ananasami gotowanymi w... białym winie.

FUSION TYLKO U MISTRZÓW

O ile styl fusion w tortach staje się coraz bardziej popularny (ciekawe połączenia chilli, jadalnych kasztanów i owoców wprowadził

niedawno na rynek Michał Wiśniewski, szef cukierni Hotelu Haffner z Sopotu), to w przypadku ciast z owocami oryginalne połączenia można znaleźć prawie wyłącznie w dużych cukierniach prowadzonych przez znanych, nagradzanych cukierników.

Tegoroczną nowością w ofercie cukierni A. Blikle z Warszawy jest zielone ciasto stylem nawiązujące do boiska, gdzie jako nadzienie wykorzystano połączenie mięty, czekolady i zielonej herbaty Matcha. Efekt jest wyśmienity, bo ciasto nie tylko doskonale wygląda, ale też wyjątkowo smakuje i zapewne na długo pozostanie we wspomnieniach klientów cukierni.

Ta sama cukiernia oferuje Bezę Pavlovej, w nadzieniu której połączono słodkie, świeże truskawki z nieco ostrzejszymi pistacjami. Niezwykłą ofertę ma Stary Dom z Warszawy, choć podobnie jak inne cukiernie odwołuje się ona do tradycji. Chociaż jej przedstawiciele mocno podkreślają, że korzystają z tradycyjnych receptur, to jednak szef cukierni Mariusz Palarczyk nie boi się nietypowych połączeń. Ciasta doprawiane są najlepszymi alkoholami, a także dekorowane płatkami kwiatów czy... jadalnym złotem. Efekt jest wyjątkowy, bo przygotowywane tu ciasta wyglądają jak małe dzieła sztuki.

Wyjątkową ofertę ma też cukiernia T. Deker z Trójmiasta, która od lat kreuje nowe trendy w sztuce cukierniczej w Polsce. Znajdziemy w niej owoce połączone z whisky, truskawki z czarnym bzem i czekoladą.

FUSION U DOSTAWCÓW

Nietypowe połączenia smaków powoli pojawiają się też w ofercie nadzień dla cukierni-

ków. Tego rodzaju produktów na razie jest jeszcze bardzo niewiele, ale dostawcy już uważają obecność nowego trendu.

Firma Prospina proponuje odważnym cukiernikom nadzienie do ciast z serii Premium, w którym morele łączą się z rumem. Innowacyjne rozwiązania ma również firma Polmarkus, która przygotowała dla cukierników nadzienia owocowe przeznaczone do produkcji ciast w ciekawych połączeniach: czarnej porzeczki z ziarnem kakaowca i wiśni z ziarnem kakaowca. Obydwa produkty charakteryzuje wysoka zawartość owoców (minimum 75%), termostabilność i gęsta konsystencja.

Ciekawe kombinacje smaków to duże pole do popisu dla producentów, ale cukiernicy, którzy w swojej pracy korzystają z idei fusion zazwyczaj wolą eksperymentować sami i własnoręcznie poszukiwać nowych i zaskakujących połączeń.

Jedno jest pewne: chociaż polscy cukiernicy - szczególnie przy produkcji popularnych w naszym kraju ciast owocowych - ciągle jeszcze są tradycjonalistami, to zmiany nadejść muszą. Niekoniecznie oznacza to, że szarlotkę z cynamonem całkowicie zastąpi ciasto z nadzieniem owocowym połączonym z owocami morza. Może jednak polski klient razem z jablecznikiem powinien mieć możliwość kupna również owocowej tarty z trawą cytrynową i solą morską?

- Rewolucja w tortach już była, cukiernicy nie boją się tam łączyć smaków i eksperymentować. Sądzę, że zapewne lada dzień pojawią się także nowe ciasta z owocami, które będą ciekawym i niebanalnym przykładem łączenia smaków - przewiduje Michał Wiśniewski. ■

ODRZUC SCHEMATY, URUCHOM WYOBRAŹNIĘ

Nowy styl fusion pozornie wygląda na dziwne połączenie nietypowych rozwiązań. W rzeczywistości jest jednak umiejętnym scaleniem ze sobą różnych kuchni świata, zarówno pod względem techniki produkcji ciast lub wyrobów piekarskich, jak też łączenia pozornie niepasujących do siebie smaków, niekonwencjonalnego używania przypraw i surowców, a kończąc na oryginalnej formie produktu lub zaskakującym sposobie jego podawania. Specjaliści od stylu fusion uważają, że należy odrzucić schematy oraz ograniczenia narzucone tradycją i bazować jedynie na wyobraźni. Sztuka ta wymaga też ciekawości i otwartości oraz pewnej odwagi, która jest niezbędna, aby eksperymentować z nowościami.

W gastronomii korzeni fusion można doszukać się już w XIX-wiecznej Ameryce Północnej, w której wraz z napływem emigrantów ze wszystkich stron świata zaczęto mieszać różne kuchnie narodowe, wzbogacając je najpierw o oryginalne przyprawy, a później również o produkty pochodzące z innych regionów świata, w dużym stopniu z Dalekiego Wschodu. To przenikanie różnych kultur, tradycji, mieszanie smaków czy sposób przygotowywania potraw pozwala stworzyć coś nowego i nietuzinkowego, czyniąc tym samym kuchnię fusion niepowtarzalną.

TP

BŁYSZCZĄ I CHRONIĄ PRZED WYSYCHANIEM

Tomasz Przysiężny

Możliwości ich wykorzystania jest oczywiście o wiele więcej, jednak - z uwagi na tematykę, jakiej poświęcony jest nasz dział Ciasto miesiąca - ograniczymy się do prezentacji tych produktów, z których cukiernicy mogą skorzystać przede wszystkim przygotowując ciasta z owocami.

PALETTA

Doskonałą ochronę zapewni im delikatna warstwa Zeelandia Paletta. To linia żelów dekoracyjnych dedykowanych przede wszystkim do powlekania ciast i deserów owocowych. Dzięki zastosowaniu Paletty owoce zachowują przez kilka dni swój świeży, naturalny wygląd, smak i aromat - zapewnia producent dodając, że tak udekorowane ciasta mają gładką błyszczącą powierzchnię, co wyróżnia je w ekspozycji i przyciąga uwagę klientów.

Paletta jest wygodna oraz łatwa w użyciu i - co bardzo ważne - szybko żeluje. Jest też odporna na niskie temperatury oraz na kwasy owocowe. Dobrze się też kroi. Żele z tej serii dostępne są w dwóch smakach: neutralnym i morelowym oraz w dwóch postaciach: Paletta Pasta i Paletta Żel.

Pierwsza z nich przeznaczona jest przede wszystkim dla cukierników dekorujących ciasta metodą tradycyjną, za pomocą pędzla. Do Paletty Pasty należy dodać 25-50% wody w stosunku do ilości żelu, całość wymieszać, zagotować, a następnie powlekać owoce. Można do tego użyć również żelownicy.

Z kolei Paletta Żel jest produktem o galaretowatej postaci, co pozwala bezpośrednio dozwoląc go do zasobników żelownic. Zdaniem producenta, taka metoda powlekania jest najbardziej higieniczna, wygodna i efektywna.

Nowością, jaką Zeelandia wprowadziła niedawno na rynek, jest Paletta Cold - wygodna w użyciu wersja żelu na zimno, polecana szczególnie do ciast deserowych. Występuje ona w dwóch wariantach: transparentnej i czekoladowej.

Żele, powszechnie stosowane w cukiernictwie, mają nie tylko zabezpieczyć owoce przed wysuszeniem, ale również stanowią „spoiwo” łączące je z ciastem. Przy okazji tworzą też warstwę nieprzepuszczającą soków z owoców do wypieczonego spodu, na którym są ułożone. Dzięki tej różnorodności zastosowań o żelach śmiało można powiedzieć, że to produkty uniwersalne.



Master Gel Gold Neutro
FOT. MASTER MARTINI

MASTER GEL

Wygląd ciasta z owocami jest dla klienta cukierni niewątpliwie jednym z najważniejszych czynników, który ma wpływ na podjęcie decyzji o jego kupnie. Zazwyczaj to co błyszczące wydaje się bardziej atrakcyjne, dlatego też żelowanie w przypadku wielu wyrobów cukierniczych, nawet jeśli nie jest niezbędne, to z pewnością bardzo wskazane.

Do produktów, które nadają połysk i efekt

świeżości, należą żele firmy Master Martini: Master Gel Gold Neutro do stosowania na zimno oraz Master Gel Neutro i Master Gel Albicocca do żelowania na ciepło.

Master Gel Gold Neutro jest to gotowy produkt, który kładzie się bezpośrednio na powierzchni tortu oraz ciast deserowych. Można go rozsmarować zarówno na równej, płaskiej powierzchni, jak również na ciastach półkolistych - zapewnia producent dodając, że Master

Gel Gold Neutro jak najbardziej sprawdza się też przy malowaniu świeżych owoców na ciastach lub na deserach. Aby uzyskać żel w kolorze czekoladowym, należy zmieszać go z kremem Caravella Cream Cacao. Z kolei poprzez dodanie do żelu pasty smakowej Golden Ice lub alkoholu cukiernik uzyska delikatną galaretkę o żądanym smaku, którą może wykorzystać również jako „wkładkę” do tortu lub bazę do przygotowania nadzienia dla wykwintnych pralin wielosmakowych.

Master Gel Neutro i Master Gel Albicocca (neutralny i morelowy) to produkty do stosowania na ciepło, które przed nałożeniem trzeba połączyć z wodą i doprowadzić do wrzenia. Aplikuje się je za pomocą żelownicy. Również i w przypadku stosowania tych produktów owoce i ciasta oprócz atrakcyjnego połysku są zabezpieczone przed dostępem powietrza, przez co dłużej zachowują świeżość i nie obysychają.

DIAMOND I SAPHIRE

Zdaniem technologów z firmy Bakels, żele na zimno z serii Diamond to doskonałe wykończenie wszelkiego rodzaju ciast deserowych, bankietowych, tortów, a nawet deserów lodowych. Oprócz uzyskania nieprzeciętnego wyglądu - połysku i koloru - żele te mają też za zadanie podniesienie walorów smakowych wyrobów cukierniczych. Truskawkowy, wiśniowy, mandarynkowy, karmelowy czy czekoladowy to rodzaje Diamentów, które nie tylko swoim kolorem, ale i aromatem podkreślają owocowy charakter wyrobu. Sztuka ich stosowania wymaga jednak od cukiernika umiejętnego doboru określonego żelu do owoców, jakimi udekorowane są ciasta.

Przypomnijmy, że szeroka gama żelów na zimno, jakie dotychczas miała w swojej ofercie firma Bakels, a która obejmowała również żele Diament w kolorach czerwonym i białym oraz neutralnym, przed paroma miesiącami wzbogaciła się o dwa nowe „jubilerskie” produkty: Diament Złoty i Diament Srebrny. Również i one, dzięki swojej konsystencji, która gwa-



Claro Martin Braun
FOT. MARTIN BRAUN

rantuje nakładanie cienkich warstw, świetnie sprawdzają się przy wykańczaniu ciast pokrytych świeżymi owocami.

Producent zaleca, aby przed użyciem Diamentów lekko je wymieszać, a w razie potrzeby delikatnie podgrzać. Trzeba też pamiętać o tym, by przed żelowaniem odpowiednio mocno wychłodzić powierzchnię, która ma być oblewana. Warto też wiedzieć, że przy zastosowaniu odpowiedniej receptury produktami z serii Diamond można również żelować powierzchnie pionowe.

Jedną z największych zalet innych wyrobów tej samej firmy - glazur z linii Saphire - jest z pewnością ich ekonomiczne użycie. „Szafirowe” żele można łączyć z wodą nawet w stosunku 1:1, dzięki czemu kalkulacja używania tego surowca może być dla cukiernika bardzo atrakcyjna. Firma Bakels podkreśla też, że żele z tej serii charakteryzują się dużym połyskiem i przezroczystością, są wyjątkowo stabilne i jednocześnie smaczne, m.in. dzięki zawar-

tości w składzie puree owocowego. Z kolei plastyczna konsystencja surowca ułatwia jego rozpuszczanie i eliminuje ryzyko przypalenia. Zamiast wody z powodzeniem można zastosować także soki owocowe i w ten sposób np. wykorzystać zalewy z puszek z brzoskwiniami czy ananasami.

Przygotowanie Szafiru do użycia wymaga wymieszania z wodą, podgrzania mieszaniny do 95°C i ostudzenia do 80°C. Żele o smakach morelowym, truskawkowym lub neutralnym nakłada się przy pomocy pędzla.

SUPER GLANZ

Te same rodzaje smaków i kolorów występują też w linii produktów Super Glanz - tradycyjnych glazur cukierniczych na gorąco. Zostały one przygotowane przez firmę Bakels specjalnie dla cukierników ceniących sobie czas - odpowiednio dobrany skład żelów umożliwia ich bezpośrednio i łatwe zastosowanie w że-



Sztuka stosowania żelów Diamond wymaga od cukiernika umiejętnego doboru określonego produktu do owoców, jakimi udekorowane są ciasta.
FOT. BAKELS



Zeelandia Paletta
FOT. ZEELANDIA

lownicach. W zależności od posiadanego typu urządzenia, Super Glanz o gotowej już do użycia półpłynnej konsystencji należy przelać do zasobnika (komory podgrzewania) lub alternatywnie podłączyć wąż zasysający do korka opakowania. Po ustawieniu temperatury pracy w przedziale 75 - 90°C można żel aplikować przy użyciu współpracującego z urządzeniem pistoletu z dyszą. Cukiernicy nie posiadający żelownic mogą nanosić glazurę w tradycyjny sposób, czyli pędzlem, po wcześniejszym podgrzaniu jej na gazie lub w mikrofalówce. Super Glanz również nadaje się do rozcieńczania - na 1 kg żelu maksymalnie można dodać do 100 g wody lub soku owocowego. Nieco inne proporcje (200 - 300 g wody na 1 kg żelu) stosuje się w przypadku rozcieńczania Nappage - tradycyjnych glazur na gorąco o standardowych właściwościach absorpcyjnych (20 - 30%). Również i one polecane są przez technologów z firmy Bakels do wykańczania ciast pokrytych owocami zarówno świeżymi jak i zapiekаныmi.

CLARO I CRYSTALINA

Szeroką gamę produktów do zabezpieczenia owoców przed wysychaniem i uatrakcyjnienia cukierniczych wyrobów gotowych ma firma Martin Braun. Również i ten producent posiada w ofercie zarówno żele na gorąco (seria Claro), jak i do aplikacji na zimno (Crystalina i Crystalina Czekoladowa).

Claro Martin Braun to produkt przezroczysty o neutralnym smaku. Można go jednak przygo-

towywać z dodatkiem wody lub soków owocowych oraz łączyć z aromatami i pastami, a tym samym nadać mu odpowiednią nutę smakową i aromatyczną oraz zmienić jego kolor. Produkt ten stanowi więc podstawową bazę do przygotowania różnych żelów na gorąco.

Z kolei Crystalina i Crystalina Czekoladowa Martin Braun służą do zabezpieczania na zimno powierzchni ciast na bazie śmietany i kremów. Używane są również do nakładania na powierzchni owoców, które np. stanowią dekorację tortu. Crystalinę neutralną można z łatwością dopasować do własnych potrzeb m.in. przez dodanie wspomnianych już past owocowych.

Innym żelem jest Crystalina Czekoladowa, która ma już własny, niepowtarzalny, mocno czekoladowy smak. Jak podkreśla producent, idealnie komponuje się on z takimi owocami, jak truskawki czy maliny i podnosi ich wizualną atrakcyjność. Dodać trzeba, że żele na zimno z serii Crystalina, jak i Claro są odporne na mrożenie.

FRUIBEL

O popularności smaków i kolorów morelowego i truskawkowego świadczy m.in. fakt, że niemal każdy producent żelów cukierniczych ma je w swojej ofercie, a niektórzy ograniczają się wyłącznie do trzech rodzajów - oprócz wspomnianych dwóch mają jeszcze produkt neutralny.

Tak też jest w przypadku żelów do nabłyszczania Fruibel Belnap firmy Unifine. Te skoncentrowane produkty do nanoszenia na ciepło za pomocą pędzla lub żelownicy są bardzo wy-

dajne w użyciu - zapewnia producent. Można do nich dodać nawet 70% wody w stosunku do żelu. Ich zaletą jest też to, że nadwyżki żelu nie są marnowane, gdyż mogą być ponownie użyte. Fruibel Belnap może być również zamrażany, gdyż podczas tego procesu nie traci ani koloru, ani smaku, ani też połysku.

Żele dekoracyjne Fruibel Decorgel to już z kolei produkty gotowe do użycia i dostępne w wielu wariantach smakowych (karmel, czekolada, kiwi, truskawka, marakuja, pomarańcza, malina) oraz w różnych kolorach (m.in. biały i neutralny). Również i one są stabilne i odporne na zamrażanie oraz odmrażanie. Używanie Fruibel Decorgel pozwala nie tylko na dekorowanie świeżych owoców i tworzenie na ciastach powierzchni lustrzanych, ale także dekoracji marmurkowych. Aby otrzymać masę do oblewania tortów, trzeba odpowiednio połączyć Decorgel z wodą, cukrem i żelatyną lub tylko z wodą i prezentowanym wcześniej żelem Fruibel Belnap (w zależności od użytego rodzaju produktu).

SUCREA I INNE

Przy okazji prezentowania żelów nie sposób nie wspomnieć choćby o znanych już wśród większości cukierników produktach Unifine z linii Sucrea Instant Jelly. Te owocowe żele w proszku, które w połączeniu z zagotowaną wodą i cukrem pozwalają sporządzić zalewy owocowe do ciast, także wykazują dużą odporność na zmiany temperatur i przechowywanie w warunkach mroźniczych. Są też stabilne na owocach o dużej kwasowości, takich jak np. kiwi.

Profesjonalne żele dla branży cukierniczej, do nakładania na zimno i na gorąco, ręcznie lub za pomocą żelownicy znaleźć można też w ofertach innych producentów, m.in. firmy Eco Trade, która zwraca szczególną uwagę na ciasta z owocami, a zwłaszcza na metody ich ochrony przed wysychaniem. Eco Trade proponuje, aby zabezpieczyć je żelami do dekoracji, które - jak już wspominaliśmy - nie tylko nabłyszczają, ale też wydłużają świeżość owoców i utrzymują ich nieskazitelny wygląd. W ofercie producenta z Gliwic znaleźć można dwa żele przeznaczone szczególnie do ciast owocowych: skoncentrowany Super-Żel i Dekor-Żel, który nie wymaga dodatku cukru. Oba produkty można wielokrotnie ogrzewać, mrozić i łączyć z sokami owocowymi.

Oprócz stosowania produktów żelujących skutecznym zabezpieczeniem dla ciast, owoców i deserów są też galaretki na bazie żelatyny. Produktom tym, adresowanym do profesjonalistów z branży cukierniczej przyjrzymy się w jednym z kolejnych wydań miesięcznika Bake & Sweet. ■

KANDYZOWANE OWOCE NIE TYLKO DO DEKORACJI

Aneta Marczak

Mimo że owoce kandyzowane są powszechnie używane zarówno w cukiernictwie jak i przemyśle lodziarskim, a ich zastosowanie jest bardzo szerokie, niewielu producentów dla branży cukierniczej ma je w swojej ofercie.

- Rynek w tym zakresie dawno już zdominowała firma Prospona - przyznaje jeden z trójmiejskich właścicieli cukierni. - Trzeba przyznać, że ich oferta jest nie tylko bardzo urozmaicona, ale również dobrej jakości, dlatego innym producentom trudno z nimi konkurować.

Prawdopodobnie wiąże się to z tym, że jeszcze niedawno produkcja owoców kandyzowanych była dość skomplikowana i czasochłonna. Obecnie, dzięki postępowi technologicznemu ten proces udało się uprościć i skrócić.

Równocześnie coraz więcej cukierników woli używać owoców kandyzowanych zamiast owoców świeżych.

- Jeżeli chodzi o dekorację, to są niezastąpione - mówi Emil Gadowski z Cukierni Piekarni w Zielonej Górze. - Wymagają znacznie mniej pracy przy obróbce, są praktycznie gotowe do użycia, łatwiejsze w przechowywaniu od owoców świeżych, a dekoracje wykonane z ich udziałem mogą być niezwykle efektowne.

MIĘDZY DYNIĄ A AGRESTEM

Owoce kandyzowane stanowią jeden ze sztandarowych produktów Prospony. Co ciekawe, firma ta jako jeden z nielicznych producentów w kraju oferuje także... kandyzowane warzywa. Te również z powodzeniem można stosować w cukiernictwie, piekarnictwie, a nawet w branży lodziarskiej. Warto pamiętać, że ciasta i pieczywo wzbogacone o dodatki warzywne to obecnie jeden z wiodących trendów na Zachodzie.

Zarówno owoce jak i kandyzowane warzywa otrzymuje się w podobny sposób - poprzez wysycenie świeżych produktów cukrem. Dzięki temu procesowi zachowują one na długo jędrność, barwę oraz kształt. Owoce kandyzowane to produkty termostabilne, które nie zmieniają swoich właściwości podczas zamrażania i zapiekania. Są bardzo różnicowane jeżeli chodzi o kolory, co

Owoce kandyzowane od zawsze cieszyły się dużym zainteresowaniem cukierników ze względu na możliwości szerokiego zastosowania. W tym roku producenci poszerzyli ofertę o nowe, bardzo plastyczne dekoracje z ich udziałem.



Kandyzowana skórka pomarańczowa w czekoladzie może być nie tylko elementem dekoracyjnym, ale również osobnym produktem cukierniczym sprzedawanym na wagę lub na sztuki.

FOT. MATERIAŁY WŁASNE

pozwala na ich szerokie zastosowanie w sztuce dekoracji.

Na rynku jest dostępna bardzo szeroka oferta owoców. Cukiernicy mogą wybierać pomiędzy agrestem, czereśnią, gruszką, śliwką, żurawiną, wiśnią a skórkami pomarańczy czy cytryny. Dostępne są również cytrusy (pomarańcze, cytryny i ananasy w krążkach, szczególnie przydatne do dekoracji).

Równie imponująco przedstawia się oferta warzyw - Prospona proponuje klientom marchew, cukinię oraz dynię. Zarówno owoce jak i warzywa dostępne są w kilku wersjach kolorystycznych. Na przykład wybierając gruszkę można się zdecydo-

wać na odcień naturalny, zielony bądź czerwony. Minusem jest to, że żywe, nietypowe kolory uzyskuje się zazwyczaj poprzez dodatek sztucznych barwników, co może zniechęcać klientów.

- Mimo różnorodności oferty, cukiernicy najczęściej wybierają takie owoce, których najczęściej używają, czyli wiśnię, czereśnię, śliwkę i gruszkę. Bardzo popularne są też skórki pomarańczowa i cytrynowa, które sprzedajemy w kilku postaciach: począwszy od pasków, słupków, poprzez kostki różnej wielkości, kończąc na posypkach owocowych - wylicza Jerzy Brzozowski, technolog Prospony. - Żurawina i czarna porzeczka też się cieszą uznaniem cukierników.

▶ OWOCE + CZEKOLADA = POMYSŁ NA BIZNES

Cukiernicy chętnie używają kandyzowanych owoców przede wszystkim ze względu na różnorodność zastosowań. Choć te są doskonałym dodatkiem do ciast i niezastąpionym produktem do dekoracji, coraz częściej korzysta się z nich również podczas przygotowania deserów bądź past lodowych.

Nowością są owoce oblewane czekoladą, które - jako gotowy produkt - coraz częściej są produkowane i oferowane klientom przez rzemieślnicze cukiernie. Takie wykorzystanie owoców kandyzowanych możliwe jest m.in. dzięki istotnej właściwości tych produktów, jaką jest ich długi termin przydatności do spożycia, co daje owocom w cukrze dużą przewagę nad świeżymi. Dla przykładu: owoce kandyzowane dla cukiernictwa oferowane przez firmę Vortumnus, jednego z najstarszych w Polsce producentów w branży owocowo-warzywnej, mają aż roczny termin przydatności do spożycia.

Co ciekawe, długą żywotność produktu coraz częściej gwarantują nie konserwanty chemiczne, ale odpowiednie wysycenie cukrem.

Produkcja owoców w czekoladzie może nie tylko urozmaicić ofertę cukierniczą, ale również być ciekawym pomysłem na biznes. Ostatnio w całym kraju powstało kilka firm rzemieślniczych, które, podobnie jak Manufaktura Draży Czekoladowych Doti z Kątów Wrocławskich, specjalizują się w produkcji owoców oblewanych czekoladą. Cieszą się one dużym zainteresowaniem nie tylko wśród klientów indywidualnych, ale również wprowadzają je do swojej oferty delikatesy, multipleksy czy niewielkie kawiarnie.

Czy na takim asortymencie można zarobić? W detalu owoce w czekoladzie kosztują średnio od 50 do 90 zł za kilogram, w zależności od gatunku. Przy takiej produkcji nakłady inwestycyjne są niewielkie, szczególnie jeżeli cukiernia już wcześniej wytwarzała produkty z czekolady. Wystarczą bębny drażeciarskie (najlepiej tradycyjne), dobra receptura (najlepiej z zakładów rzemieślniczych od naszych zachodnich sąsiadów) oraz doskonałej jakości surowce i efekt w postaci produktu luksusowego murowany.

NOWOŚĆ GONI NOWOŚĆ

Producenci owoców kandyzowanych uważnie obserwują trendy na rynku, aby móc wyjść naprzeciw kreatywności cukierników.

- Owoce oblewane czekoladą to zupełnie nowy, luksusowy produkt - wyjaśnia Jerzy Brzozowski. - Kiedy zauważyliśmy, że stają się one coraz bardziej popularne, wprowadziliśmy do naszej oferty owoce kandyzowane specjalnie przygoto-



Owoce w cukrze to tania, atrakcyjna i smaczna forma przystrojenia różnych deserów przygotowywanych na bieżąco w cukiernio-kawiarniach.

FOT. PROSPONA

wane do tego celu. Choć owoce zawsze cieszyły się popularnością, tradycyjnie były używane przede wszystkim jako naturalna kolorowa dekoracja. Głównie dlatego, że nie tylko oryginalnie wyglądają, ale również idealnie zachowują się na tortach i deserach czekając na klienta w witrynie chłodniczej. Tymczasem rynek wciąż się zmienia i zastosowanie owoców w cukrze ciągle się rozszerza. Już nie tylko używa się ich do ciast (keksów), deserów czy pieczywa cukierniczego, ale również jako dodatek do masy lodowej oraz dekoracja kuwet lodowych. Technolodzy podkreślają, że trend ten może w najbliższym czasie okazać się jednym z wiodącym - lody owoce od lat cieszą się rosnącą popularnością, a zastosowa-

nie do produkcji past owoców w cukrze znacznie podnosi smak wyrobów gotowych.

PRAWIE TAKIE, JAK TE Z KRZAKA

W związku z modą za zdrowy styl życia i wciąż rosnącymi wymaganiami klientów producenci robią wszystko, aby owoce kandyzowane jak najmniej różniły się jeżeli chodzi o skład od owoców świeżych. Wiąże się to głównie z rezygnacją z chemicznych dodatków, które do tej pory wpływały nie tylko na barwę, ale również poprawiały smak owoców kandyzowanych.

Produkty bez sztucznych aromatów, barwników i konserwantów oferuje m.in. firma Kandy z Piotrkowa Trybunalskiego.



Lodziarze również dostrzegli atrakcyjność termostabilnych kandyzowanych owoców oraz warzyw i coraz częściej wykorzystują je do dekoracji swoich wyrobów.

FOT. PROSPONA



Efekt gwarantowany



KOMPLET Kiddy Gel

Żele do nabłyszczania tortów, ciast, innych wypieków i deserów.

- Efektowne nabłyszczanie
- Oszczędność czasu i wygoda
- Smaki: morelowy, truskawkowy, neutralny



KOMPLET Polska

Z dobrego upieczesz najlepsze!

więcej na www.komplet.pl

- Nasze wyroby to wyłącznie owoce i cukier - podkreślają technolodzy z Kandy. - Specjalizujemy się w produkcji śliwki, wiśni i aronii kandyzowanej, ale na zamówienie klienta produkujemy również porzeczkę czarną i czerwoną, rabarbar, agrest i żurawinę, a także inne owoce.

Owoce o naturalnych odcieniach bez sztucznych barwników ma również w swojej ofercie wspomniana Prospina zapewniając, że klienci zawsze otrzymują informację o składzie produktów i mogą zdecydować się na mniej barwne, ale bardziej naturalne dekoracje.

- To szczególnie ważne w przygotowaniu deserów dla dzieci - mówi Kornelia Burzyńska, właścicielka kilku punktów z lodami w miejscowościach nadmorskich. - Co prawda, najmłodszy nadal uwielbiają fluorescencyjne kolory, ale dorośli klienci są coraz bardziej świadomi i częściej zwracają uwagę na skład produktów, przy czym doskonale już wiedzą, że im bardziej naturalne barwy tym mniej chemii.

UWAGA, NADCHODZĄ SERCA

Zmienia się jednak nie tylko zastosowanie owoców, ale również sam produkt.

Nowością są ciekawie wyglądające owoce kandyzowane obtoczone cukrem kryształem, który sprawia wrażenie oszronienia.

- Stale urozmaicamy naszą ofertę wprowadzając na rynek owoce w różnych kształtach: kół, kwadratów, a nawet serc - mówi Jerzy Brzozowski zdradzając tegoroczne nowości Prospiny.

Producent ten od niedawna ma też specjalną ofertę dla cukierników i lodziarzy, którzy owoców kandyzowanych używają wyłącznie w celach dekoracyjnych i nie opłaca im się kupować 10-kg worka asortymentu jednego rodzaju, bo w takich opakowaniach najczęściej sprzedawane są produkty dla profesjonalistów.

- W jednym niewielkim, bo ważącym zaledwie 1,4 kilograma zestawie zebrałiśmy owoce kandyzowane najczęściej używane do dekoracji wyrobów cukierniczych - mówi technolog. - Całość zamknięta została w wygodnym w użyciu opakowaniu, zabezpieczającym owoce przed wysychaniem, z możliwością łatwego, wielokrotnego zamykania i otwierania.

Technolodzy obliczyli, że koszt udekorowania tortu dzięki produktom z takiego zestawu to zaledwie 4 zł. Dodatkowo klienci otrzymują praktyczny przewodnik, który podpowiada, jakie trendy obecnie dominują w sztuce dekoracji. To z pewnością innowacyjna oferta na polskim rynku, gdyż do tej pory nie było tak niewielkich i różnorodnych zestawów owoców kandyzowanych dla profesjonalistów. ■



Prospina swój zestaw do dekoracji adresuje głównie do małych rzemieślniczych lodziarni i cukierni, w których używa się niewielkich ilości różnych rodzajów owoców kandyzowanych. Fot. B&S

TRADYCYJNY BISZKOPT CZY CYTRUSOWA MONTANA?

Aneta Marczak

Ciasto owocowe to żelazny punkt oferty właściwie każdej cukierni. W miejsce tradycyjnych ciast kruchych i biszkoptowych z owocami sezonowymi coraz częściej pojawiają się nowe rozwiązania i smaki.



Montana to mix ciasta cytrusowego ze sproszkowanym miąższem pomarańczy i naturalnymi olejkami eterycznymi oraz aromatem cytryny.
FOT. ECO TRADE

Tak jak Włosi są dumni ze swoich owocowych tart, a pierwsze ciasto, jakie uczył się piec francuskie dzieci, to jogurtowe z owocami, tak i my mamy swoje tradycyjne ciasto owocowe: placek drożdżowy. Odpowiednio wyrośnięty, pachnący, pełen owoców sezonowych - począwszy do truskawek czy rabarbaru, skończywszy na późnych śliwach czy gruszkach, może stać się dumą każdej cukierni. Co ciekawe, ciasto drożdżowe choć typowe dla naszego kraju i trudno go szukać poza granicami, w Polsce ostatnio na popularności traci. A szkoda, bo po dobrze wypieczonej drożdżówce klienci będą na pewno do cukierni wracać.

TRADYCYJNIE: DROŻDŻÓWKA I KRUCHE

Drożdżowe z owocami jest ważną pozycją w ofercie tradycyjnej cukierni Skóra w Łodzi. Sąsiaduje tu z innymi oryginalnymi owocowymi ciastami, np. szarlotką japońską, ale sprzedaje się równie dobrze.

- Ciasto drożdżowe u nas w Łodzi jest bardzo popularne, praktycznie ma je w ofercie każda cukiernia - mówi Piotr Skóra, właściciel zakładu. - Jednak choć przygotowywane podobnie, to jednak różni się smakiem, bowiem każdy cukiernik ma swoje tajemnice produkcji. My dodajemy do drożdżówki owoce sezonowe: ja-

gody, maliny, później śliwki. Takie ciasto cieszy się dużą popularnością szczególnie latem. Gdy na dworze upał, trudno zabrać na działkę ciasto z kremem, a drożdżówka jest odporna na wysokie temperatury i długo pozostaje świeża.

W centralnej Polsce ciasto drożdżowe wciąż sprzedaje się dobrze. Placki z owocami mają bodaj wszystkie większe warszawskie cukiernie i niemal wszędzie wyglądają one podobnie jak w cukierni U Jabłonowskich na Targówku - drożdżowy spód, sezonowe owoce i dużo lukru na wierzchu.

Drugim tradycyjnym wyrobem, który w polskich cukierniach dobrze sprzedaje się od lat, jest kruche z owocami. Zdecydowanie najbardziej popularnym rozwiązaniem jest kruche plus jabłka ewentualnie brzoskwinie, czyli tradycyjna szarlotka, która świetnie sprzedaje się przez cały rok.

- Kruche ciasta są bardzo lubiane przez klientów i przygotowanie ciekawego połączenia z owocami może stać się wizytówką i znakiem rozpoznawczym cukierni - twierdzą cukiernicy.

Pracownia Ciast Domowych Dąbkowscy z Radzymina koło Warszawy ma w swojej ofercie kruche ciasto ze świeżymi jagodami i bezą - połączenie jest tak udane, że po ciasto ustawiają się kolejki warszawiaków.

Jedną z odmian kruchego ciasta jest tarta owocowa, która na stałe już zadomowiła się w polskich cukierniach. Owoce łączy się tutaj zazwyczaj z masą serową bądź kremem. Ciekawe tarty z owocami o kontrastujących smakach wypieka cukiernia Adamek z Krakowa.

NOWOCZEŚNIE: Z NUTKĄ BISZKOPTU

Jeszcze niedawno łatwo było wymienić cia-

sta, które dobrze komponują się z owocami: kruche, biszkoptowe, jogurtowe, drożdżowe. Obecnie takie wyroby oferują głównie cukiernie, w których nadal pracuje się tradycyjnymi metodami. W cukierni Wadowice, która słynie z papieskich kremówek, można kupić tradycyjne ciasto uciране ręcznie, z zatopionymi w puszystym środku kawałkami owoców.

- Dziś nie jest sztuką osiągnąć dowolny kolor ciasta czy glazury, ale zrobić to stosując wyłącznie naturalne, zdrowe i świeże składniki - twierdzą przedstawiciele cukierni Kraków, którzy w taki tradycyjny sposób od kilkudziesięciu lat produkują m.in. ciasta z owocami. Należą do nich również serniki z truskawkami czy innymi sezonowymi owocami na bardzo cienkim spodzie z ciasta kruchego.

Popularne latem, lekkie ciasta jogurtowe z owocami powstają z kolei na bazie biszkoptu. W wyrobach cukierni T. Deker Patissier & Chocolatier owoce można znaleźć w większości wyrobów. W kostkach deserowych biszkopaty czekoladowe sąsiadują z owocami leśnymi i bitą śmietaną (Panna Cotta), rolada marcepanowa z poziomkami, czarną porzeczką i galaretką (Back Forest), rolada biszkoptowa z wiśniami i kremem maślanym (Irish Cafe).

W dużych cukierniach podział ze względu na rodzaje ciast użytych do spodów nie jest już taki prosty.

- Jeżeli chodzi o spody, to wypieka się je według nowoczesnych technologii, łącząc ze sobą różne rodzaje ciast. Dlatego nie da się już jednoznacznie określić, że mamy w ofercie ciasto owocowe na spodzie biszkoptowym - uważa Piotr Skóra.

SZYBKO: OWOCE PLUS KONCENTRAT

Cukiernikom, którzy szukają nowych pomysłów na ciasta owocowe, z pomocą przychodzi dostawcy surowców i półproduktów. Ciekawą mieszankę ciasta biszkoptowo-tłuszczowego Fiorfiore Multi-Cake przygotowała w tym roku firma Master Martini. Jest to 100% mix na bazie mocnej mąki o wysokiej zawartości glutenu, który - jak podkreśla producent - w połączeniu z jajkami i tłuszczem daje po wypieczeniu ciasto o delikatnym i wilgotnym miękiszu, który jednocześnie jest na tyle stabilny, że utrzymuje owoce na powierzchni ciasta.

- Fiorfiore Multi-Cake świetnie komponuje się z sezonowymi orzeźwiającymi owocami, jak również z mrożonymi - zapewnia Ruth Piekarska-Stefanini z Master Martini.

Ciekawą mieszankę Cocobela Soft do produkcji soczystych i pulchnych ciast z delikatną nutką kokosową, które doskonale komponują się z owocami, poleca też firma Komplet.



Ciasto jogurtowe z owocami można przyrządzić m.in. na bazie koncentratu Joguś Lux, który zapobiega zapadaniu się owoców w głąb ciasta podczas wypieku.
Fot. AKO

ORYGINALNIE: Z PRAWDZIWYMI CYTRUSAMI

Dla cukierników szukających niebanalnych smaków i jednocześnie chcących maksymalnie uprościć produkcję interesującą propozycję ma firma Eco Trade. Niedawno wprowadziła ona na rynek 100% mieszanki owocowych ciast biszkoptowo-tłuszczowych, do których nie trzeba już dodawać owoców. Montana to mix ciasta cytrusowego, zawierający sproszkowany miąższ pomarańczy wraz z naturalnymi olejkami eterycznymi i aromatami cytryny.

- Wypieczone ciasto tworzy pełny bukiet owocowych wrażeń, charakteryzuje się swoistą barwą dojrzałych w pełnym słońcu cytrusów - podkreśla Joanna Zagała, kierownik do spraw marketingu firmy. - Doskonale nadaje się do wypiekania blatów pod kremy, rantów tortowych czy muffinek.

Mieszanka Czikota ma z kolei w swoim składzie dodatek suszonego banana, który nadaje wypiekowi oryginalny zapach i smak. Taki spód może być bazą do produkcji ciast z owocami sezonowymi, bitą śmietaną czy kremami. ■



Mieszanka Cocobela Soft do produkcji soczystych i pulchnych ciast z delikatną nutką kokosową doskonale komponuje się również z owocami.
FOT. KOMPLET

ELEKTRYCZNE GRZANIE, ELEKTRONICZNE STEROWANIE

Tomasz Przysiężny

W piekarniach wyposażonych wyłącznie w piece gazowo-olejowe, produkcja wyrobów cukierniczych jest w znacznym stopniu ograniczona. Właściciele takich zakładów myśląc o ich przyszłości powinni zastanowić się nad rozszerzeniem swojej oferty również o ciasta, na które popyt wciąż rośnie. Do ich wypieku potrzebny będzie jednak elektryczny piec cukierniczy. Na początku można zainwestować w coś niewielkiego.



Elektryczne piece modułowe dają cukiernikowi możliwość wypieku pieczywa, a piekarzowi pozwalają produkować wyroby cukiernicze - na tym polega uniwersalność tych urządzeń.
Fot. B&S

Cukiernictwo w Polsce nie rozwija się może w oszałamiającym tempie, ale jego obecna kondycja jest o wiele lepsza niż branży piekarskiej. Wiele też wskazuje na to, że w przyszłych latach przepaść między popytem na ciasta a pieczywo będzie się pogłębiać. Już obecnie niektórzy piekarze uważają, że na chlebie oraz bułkach się nie zarabia i zwijają swoje interesy. Z roku na rok ubywa małych piekarni, które m.in. nie wytrzymały konkurencji z dużymi przemysłowymi producentami, zaopatrującymi w swoje pieczywo hipermarkety i sklepy sieciowe. Z pewnością przerzucenie części

mocy produkcyjnych z pieczywa na wyroby cukiernicze nie uzdrowi całkowicie małych zakładów, ale może im pomóc utrzymać się na rynku. Jeśli postawią na oryginalność i nowatorstwo w cukiernictwie, szanse na osiągnięcie finansowej stabilizacji znacznie wzrosną. Aby rozwinąć cukierniczą produkcję, potrzeba jednak specjalistycznych maszyn i urządzeń, do których z pewnością należą piece elektryczne. W przypadku produkcji tortów lub ciast z owocami są one wręcz niezbędne.

O urządzeniach tych pisaliśmy na łamach Bake & Sweet blisko rok temu, pora więc, aby wrócić

do tego tematu. Tym razem jednak skoncentrujemy się na modułowych piecach cukierniczych o niewielkiej powierzchni wypieku.

NIEMIECKIE

Matador Store produkowany przez Werner & Pfleiderer jest co prawda piecem sklepowym, ale znajduje również zastosowanie w zakładach cukierniczych - zwłaszcza tam, gdzie produkcja jest stosunkowo niewielka. To urządzenie, w którym pieczenie odbywa się na hertach, w standardowej wersji sterowane jest manualnie. Inną możliwością sterowania daje Navigo, które jest w pełni zautomatyzowanym systemem z możliwością programowania kroków pieczenia i zaparowywania, pokazuje wykresy temperatury oraz ułatwia zarządzanie recepturami, jakie można zapisywać na karcie pamięci. Obsługę ułatwia możliwość sterowania za pomocą piktogramów.

Piec w wersji wzbogaconej może być wyposażony w Oven Control, który pozwala zdalnie nadzorować pracę urządzenia za pośrednictwem Internetu. Do systemu tego można podłączyć całą sieć niezależnie pracujących pieców.

Niezależne ustawianie grzania górnego i dolnego dla każdej komory pozwala na swobodny wypiek dowolnych produktów cukierniczych i piekarskich - różnych w każdym z modułów pieca. Komory mają po prawie metr kwadratowy powierzchni wypiekowej, a w maksymalnym zestawieniu można ze sobą połączyć pięć modułów. Pozwala to na jednorazowy wypiek 16 blach o wymiarach 40x60 cm.

Matador Store, mimo iż jest piecem elek-

trycznym, jest tani w eksploatacji - zapewnia producent, który wyposażył urządzenie m.in. w Power Management. Dzięki temu inteligentnemu systemowi zarządzania mocą osiągnięto elektryczne wartości przyłączeniowe takie jak w piecu konwekcyjnym. Dla przykładu: dla pieca Matador Store 8.6.4, do którego jednocześnie można załadować osiem blach cukierniczych, wartość przyłączeniowa energii elektrycznej wynosi 14,4 kW. Poza tym urządzenie ma funkcję Standby, która znacznie wpływa na oszczędność zużycia energii. Dla bezpieczeństwa pracy każdy poziom jest samowystarczalny i osobno zabezpieczony. Polskim dystrybutorem tego pieca jest firma Hert.

LUKSEMBURSKIE

Kolejnym z dostępnych w Polsce urządzeń, które dedykowane są głównie, ale nie tylko dla branży cukierniczej jest Condilux firmy Hein. Ten komorowy piec nadaje się zarówno do wypieku szerokiej gamy wyrobów cukierniczych, jak też do produkcji drobnego pieczywa tradycyjnego. W zależności od potrzeb użytkownika, Condilux może być dowolnie zbudowany z maksymalnie sześciu modułów. Są one produkowane w trzech odmianach różniących się powierzchnią wypiekową - najmniejsza mieści jedną, średnia - dwie, a największa - cztery blachy cukiernicze. Jako podstawę pieca można opcjonalnie zastosować komorę garowniczą. Do sterowania pieca służy panel Condimatic z czytelnymi przyciskami graficznymi, co znacznie upraszcza obsługę pracy urządzenia. Ułatwieniem dla osoby obsługującej piec jest też możliwość dowolnego korzystania z programów wypiekowych, które można indywidualnie zaprogramować i zapisać w pamięci komputera. Jest to jednak funkcja głównie przydatna w sklepach lub na stacjach benzynowych, gdzie Condilux znajduje zastosowanie między innymi przy odpiekaniu gotowych wyrobów - informuje polski dystrybutor Guz Technika Piekarnicza.

POLSKIE

Firma Mech Masz przymierza się do uruchomienia produkcji nowych pieców elektrycznych dla cukierników, które już wkrótce powinny trafić do sprzedaży. Aktualnie oferuje modele na dwie, cztery lub sześć blach 40x60 cm na półkę (piec może mieć maksymalnie sześć modułów).

- W niedalekiej przyszłości wprowadzimy na rynek piece modułowe elektryczne o pomniejszych wymiarach zewnętrznych i przystosowane do jednej lub dwóch blach na półkę - zdradza Tomasz Szczeciński, dy-

rektor marketingu i sprzedaży firmy Mech Masz. - Piece te będą przygotowane głównie do pracy w sklepach pod technikę mrożenia.

Co ciekawe, model na jedną blachę na półkę prawdopodobnie będzie zasilany prądem 230 V, co może okazać się rewelacją, gdy w sklepach zazwyczaj jest problem z prądem o napięciu 400 V.

Zanim to jednak nastąpi i zanim piekarze i cukiernicy będą mogli swoje mrożone wyroby odpiekać w nowych polskich piecach sklepowych, to już od kilku lat zarówno jedni, jak i drudzy korzystać mogą z pieca elektrycznego PPC. Oprócz popularnych rozwiązań, jakie spotykane są dla tego typu urządzeń modułowych (możliwość konfiguracji, rozbudowy o dodatkowe segmenty, system zaparowania czy komorę garowniczą), piec produkowany przez Mech Masz posiada innowacyjne grzałki, które dzięki specjalnym profilom na końcach pozwoliły zwiększyć powierzchnię grzewczą w strefach szczególnie wrażliwych, osiągając tym samym równy rozkład temperatury w całej komorze.

Konstruktorzy opisywanego pieca zadbali też o portfel użytkownika ich pieca, a konkretnie o oszczędność energii. Układ sterowania urządzeniem ma inteligentny system poboru mocy Save Energy. Sterownik porównuje gradient temperatur między temperaturą zadaną (docelową) a temperaturą aktualną w piecu i w zależności od jego wielkości włącza lub wyłącza grzałki, a także reguluje ich moc. Takie rozwiązanie zdaniem producenta pozwala zredukować koszty związane z użytkowaniem pieca nawet o 40 procent w stosunku do urządzeń bez tego typu systemów. Save Energy ma również wykorzystać m.in. tzw. bezwładność grzałek.

Piec PPC umożliwia prowadzenie wypieku w zależności od potrzeb na blachach lub bezpośrednio na specjalnych płytach kamiennych, którymi wyłożone są tła każdej komory. Z wielu zalet, które wymienia producent pieca, nie sposób pominąć takich jak: autostart o zadanej godzinie, możliwość zapisania w pamięci 20 programów pieczenia oraz zabezpieczenie przed ich przypadkowym skasowaniem, zabezpieczenie przed przelaniem parowników, wyłączenie parowników z panelu naciśnięciem jednego przycisku. Jako ciekawostkę dodajmy, że moduły pieca zostały specjalnie tak skonstruowane, aby cały piec (oczywiście w poszczególnych segmentach) można było wnieść do piekarni lub cukierni przez standardowej wielkości drzwi.

Pisząc o elektrycznych piecach cukierniczych polskiej produkcji nie sposób pominąć Gwarka, który od prawie 10 lat produkuje firma Giko. Również i w tym urządzeniu każdy moduł ma niezależną jednostkę grzewczą, dzięki czemu w każdej komorze może być wypiekany inny asortyment wyrobów. Poza tym, w przypadku niewielkiej produkcji ciasta wystarczy uruchomić tylko poszczególne segmenty pieca, co zapewnia optymalne zużycie energii elektrycznej. Dla zapewnienia jak najlepszego grzania i swobody wypieku różnego rodzaju ciast, konstruktorzy zastosowali w piecu popularne dla tego typu urządzeń rozwiązanie, jakim jest oddzielna regulacja temperatury dla dolnych i górnych grzałek. Ustawia się ją i kontroluje za pomocą przejrzystego, intuicyjnego panelu sterowania.

Gwarek to piec uniwersalny. Dzięki systemowi zaparowania możliwa jest nie tylko



Matador Store jest piecem sklepowym, ale znajduje również zastosowanie przy niewielkiej produkcji w zakładach cukierniczych. FOT. MATERIAŁY PRODUCENTA



Dla zapewnienia najlepszego grzania i swobody wypieku różnego rodzaju ciast, konstruktorzy Gwarka zastosowali w piecu oddzielną regulację temperatury dla dolnych i górnych grzałek. Fot. GIKO

► produkcja wyrobów cukierniczych, ale również wypiek pieczywa. Podstawę pieca stanowi komora rozrostu, zapewniająca odpowiednie warunki temperatury i wilgotności powietrza dla garowanych tam produktów lub też stojak z półkami na blachy wypiekowe.

WŁOSKIE

Do produkcji wyrobów cukierniczych, ale również piekarniczych przystosowane są też włoskie piece elektryczne Zucchelli Forni. Oprócz serników, makowców, biszkoptów, pierników i ciastek kruchych można w nich piec również chleby foremkowe i pieczywo drobne. Do takich urządzeń należy Modular, który można skonfigurować z kilku (maksymalnie czterech) niezależnych od siebie modułów wypiekowych. Odpowiednia konstrukcja grzałek elektrycznych oraz kanałów grzewczych w płytach wypiekowych z cementu refrakcyjnego pozwala na zminimalizowanie zużycia energii. Piec ma możliwość niezależnej regulacji temperatury górnej i dolnej części komór, a do sterowania jego pracą można wykorzystać panel elektromechaniczny lub elektroniczny z mikroprocesorem. W standardzie piec ma ekonomizer, który - jak zapewnia włoski producent - pozwala aż o połowę zredukować jednostkowe zapotrzebowanie na moc elektryczną. Urządzenie może być też wyposażone w wysoko wydajny automatyczny system zaparowania, oddzielny dla każdej komory wypiekowej. W rozbudowanym wariantcie podstawą pieca Modular jest komora fermentacyjna.

Podobnie jak piec opisywany wcześniej także i urządzenie Terminal De Cozedura jest przeznaczone nie tylko dla cukierników. Piec włoskiej firmy Ramalhos, który w naszym kraju jest oferowany przez Bakepan, z powodzeniem nadaje się też zarówno do drobnego pieczywa, jak i wysokich chlebów - maksymalna wysokość komór to 31 cm. Podobnie jak większość tego typu uniwersalnych urządzeń, piec ten ma syste-

my zaparowania niezależne dla każdego modułu (wariant opcjonalny, nie występuje w standardzie). Każdy pokład może pomieścić do trzech blach, maksymalnie można skonfigurować piec z czterech modułów. Komory ogrzewane są grzałkami w górnej, dolnej i przedniej części pokładu, a do ustawienia ich pracy służy analogowy lub cyfrowy panel sterowniczy ECO, wyposażony w system komputerowy obniżający zużycie energii elektrycznej.

Cyfrowe sterowanie włoski producent zastosował również w innych swoich piecach - Electrico. W najmniejszej, jednomodułowej wersji mają one 2,5 mkw. powierzchni wypiekowej. Standardowa wysokość pokładu wynosi 210 mm, lecz piec ten może być na zamówienie wykonany z wyższymi pokładami (260 mm), co rozszerzy wykorzystanie tego cukierniczego urządzenia również do produkcji wyrobów piekarskich.

TAJWAŃSKIE

Wszystkie z prezentowanych elektrycznych pieców cukierniczych już wcześniej pojawiały się na łamach Bake & Sweet. Swoją „premierę” w naszym miesięczniku mają za to piece serii YXD i YT, które do Polski już od pięciu lat są importowane z Tajwanu przez firmę RSW.

- Niewątpliwą zaletą tych urządzeń jest ich cena, nieporównywalnie niższa od innych tego typu pieców na polskim rynku - zapewnia Sławomir Rodzeń przyznając, że po kilku latach doświadczenia z tajwańskimi piecami nie boi się dawać na nie nawet trzyletniej gwarancji.

Piecy cukiernicze typu YXD występują w sześciu wariantach różniących się mocą, wielkością i oczywiście powierzchnią wypiekową. Najmniejszy model YXD-20K to urządzenie jednokomorowe przystosowane do zaledwie dwóch blach, największy YXD-120K ma trzy komory, każda na cztery blachy.

Prostota obsługi, możliwość oddzielnego grzania poszczególnych komór i niezależna regulacja temperatury pieczenia od góry oraz od dołu to obecnie standard w piecach cukierniczych - rozwiązań tych nie zabrakło również w urządzeniach importowanych z Tajwanu. Także w piecach serii YT, które dodatkowo mają systemy zaparowania - osobne dla każdej z komór. Producent zamontował nich też zegary do ustawiania czasów pieczenia i zaparowania. Komory wykonane są z blachy kwasoodpornej, natomiast wsad z kamiennych hertów. W ofercie RSW znaleźć można też niewielki piec YXD-1212 z garownią na sześć blach. ■



Zastosowanie małych aparatów wrzutowych znacznie ułatwi załadunek pieca PPC - zapewnia producent. Fot. MECH MASZ

NA JABŁKACH ŚWIAT SIĘ NIE KOŃCZY

Tomasz Przysiężny

Szarlotka to w naszym kraju bodaj najpopularniejsze ciasto owocowe. Powszechna uprawa jabłek, które znane były naszym przodkom już kilka tysięcy lat temu sprawiła, że w pewnym momencie nadmiar tych owoców trzeba było zacząć wykorzystywać w cukiernictwie i gastronomii, gdyż ich spożycie na surowo przestawało być atrakcyjne dla konsumentów. Stąd też m.in. pomysł hodowców jabłek, aby uatrakcyjnić owoce i przetwarzać je na różne gotowe już do użycia produkty. Tak powstały jabłka prażone.

Zaletą świeżych owoców jest z pewnością ich naturalny smak i soczysty miąższ. Jabłka, wiśnie czy śliwki w postaci surowej znajdują zastosowanie w cukiernictwie zazwyczaj po wypieczeniu ciasta lub przynajmniej wstępnym zapieczeniu spodu. Owoce poddane działaniu wysokiej temperatury w piecu wydzielają soki, które przenikając do ciasta wpływają na jego strukturę, co może wymagać od cukiernika zastosowania zupełnie innych czasów i temperatur wypieku niż w przypadku ciast bez dodatku owoców. W recepturach np. na jabłecznik, w których uwzględnia się świeże owoce, zabezpiecza się ciasto przed kontaktem z nimi oddzielając je w „warstwę ochronną”. Zazwyczaj jest to masa owocowa, ale w postaci już przetworzonej i co najważniejsze termostabilnej - podczas wypieku nie zmienia ona swojej konsystencji i nie wycieka do ciasta. Przy przemysłowej i półprzemysłowej produkcji, a coraz częściej również przy wypieku ciast w cukierniach rzemieślniczych, jako zabezpieczenie przed nasiąkaniem spodów używa się zazwyczaj owoców prażonych. W wielu zakładach całkowicie zastąpiły one świeże jabłka, gdyż znacznie ułatwiają produkcję i gwarantują jej powtarzalność, co zwłaszcza dla konsumentów ma istotne znaczenie. Gdy raz zasmakuje im produkt z cukierni, chcą mieć pewność, że za tydzień, za miesiąc, za rok będzie on taki sam. Pamiętajmy, że świeże owoce nawet tej samej odmiany, ale uprawiane przez hodowców z innych regionów kraju będą się od siebie różniły, a tym samym mogą wymagać od cukiernika stosowania różnych receptur



Przy przemysłowej, półprzemysłowej, a nawet rzemieślniczej produkcji jabłeczników coraz powszechniej zamiast owoców świeżych używa się prażonej kostki z wiaderka.

FOT. MATERIAŁY WŁASNE

i technologii produkcji. W konsekwencji, może to wymagać konieczności eksperymentowania, co wiąże się nie tylko z kosztami, a również z czasem, który trzeba poświęcić na próbne wypieki. Używanie prażonych owoców eliminuje również konieczność ich przygotowania do użycia (mycie, obieranie, drylowanie itp.), a także ryzyko strat, do których może dochodzić, gdy owoce zepsują się podczas złego przechowywania w magazynie. Za tę wygodę korzystania

z gotowego produktu trzeba oczywiście zapłacić więcej niż za świeże owoce. Wielu cukierników po dokładnej analizie kosztów wybiera jednak produkty prażone, co chyba najlepiej świadczy o opłacalności ich używania w codziennej produkcji ciast. Zwłaszcza że wspomniany jabłecznik to wyrób, na który przez cały rok jest zapotrzebowanie wśród klientów cukierni, a tym samym ilości zużywanego surowca są niemałe. Trzeba jednak pamiętać

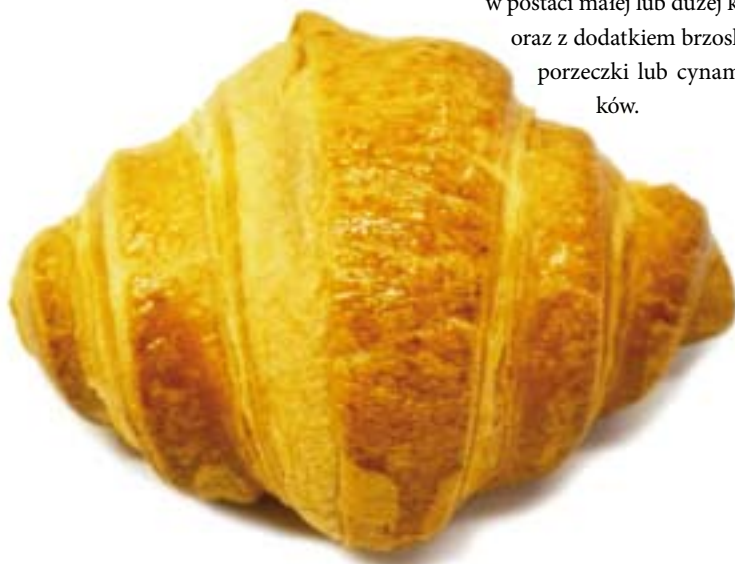


Owoce prażone stanowią najczęściej wsad do ciast m.in. francuskich, ale warto pamiętać o ich termostabilnych właściwościach i możliwościach wykorzystania również do lodów czy mrożonych deserów. FOT. MATERIAŁY WŁASNE

► o tym, że większość producentów owoców prażonych dla gastronomii i cukiernictwa, którzy oferują swoje wyroby w plastikowych pojemnikach, daje na nie tylko kilkumiesięczny okres przydatności do użycia. Dla przykładu: te same jabłka prażone w słoikach dla odbiorców detalicznych mają zazwyczaj roczny termin spożycia. Ich ceny zakupu są jednak nieopłacalne nawet dla zakładów rzemieślniczych o małej skali produkcji.

Owoce prażone stanowią nie tylko wsad do pieczenia ciast na spodach: kruchym, francuskim, biszkoptowym i biszkoptowo-tłusz-

czowym czy też do pieczywa cukierniczego z ciasta drożdżowego, ale również mogą być wykorzystywane do deserów i lodów. Stabilność opisywanych produktów obejmuje bowiem nie tylko ich odporność na działanie wysokich temperatur, lecz także na zamrażanie. Jabłka, z uwagi na fakt, że należą do owoców najczęściej wykorzystywanych w cukiernictwie, stanowią też największą ofertę producentów owoców prażonych. Na rynku w ciągłej sprzedaży są wyroby firm: Grados, Prosona, Eurohansa, Korona II, Victon, Vortumnus czy też jabłka prażone marki APC. Można je dostać zarówno w postaci małej lub dużej kostki jak też ćwiartek oraz z dodatkiem brzoskwini, moreli, czarnej porzeczki lub cynamonu albo bez dodatków.



Bogactwo owoców prażonych na polskim rynku pozwala cukiernikom produkować popularne wyroby o wielu różnych smakach, np. croissantsy z jabłkiem lub... prażonym bananem. FOT. MATERIAŁY WŁASNE

Większość producentów deklaruje zawartość 91% owoców i minimum 15% cukru w masie owocowej. Produkty te nie zawierają sztucznych barwników, a kolor prażonych jabłek może się różnić w zależności od producenta i użytego surowca.

Na jabłkach „świat” prażonych owoców się jednak nie kończy. Spora część wymienionych producentów oferuje cukiernikom i gastronomikom również inne produkty o podobnych termostabilnych właściwościach.

Grados ma dwie różne grupy tego typu wyrobów. Jedna to łatwe w dozowaniu owoce prażone o smarowej i plastycznej konsystencji, które zawierają 45% cząstek owoców, takich jak: ananas, brzoskwinia, czarna porzeczka, truskawka, wiśnia, gruszka, jagoda, żurawina i malina. Są one przeznaczone do zapiekania na zewnątrz ciasta i do stosowania po wypieku na blaty biszkoptowe.

Z kolei druga grupa, do których należą prażone: śliwka, truskawka, brzoskwinia, owoce lasu, wiśnia i czarna porzeczka to produkty o niskim poziomie cukru i zawierające 70 proc. owoców, często w dużych kawałkach

50-proc. i 70-proc. produkty można znaleźć również w ofercie firmy Greek Trade. Wśród polecanych przez nią owoców prażonych marki Helcom oprócz brzoskwiń, truskawek, wiśni, jagód, ananasów, czarnej porzeczki, malin i moreli są też mniej kiwi, banany, a nawet prażona cytryna. Produkty te pakowane są w 6 lub 12-litrowe plastikowe pojemniki, co pozwala cukiernikom zaopatrzyć się w takie ilości, które będą w stanie zużyć przy produkcji ciast i deserów w okresie przydatności do spożycia. •

tylko w

Bake & Sweet

magazyn branży piekarskiej i cukierniczej

SPRAWDZONE
RECEPTURY

NAJLEPSZE
TECHNOLOGIE
I KONFIGURACJE
MASZYN

TAJEMNICE
CUKIERNIKÓW

SUROWCE
I GOTOWE
MIESZANKI

TRENDY
ZDOBNICZE

NIE PRZEGAP!
JUŻ WE WRZEŚNIU CIASTEM MIESIĄCA BĘDZIE

SERNIK

Technologie: piec czy mrozić?

Surowce: różne twarogi, różne smaki

Trendy: jak i z czym podawać

Dodatki: najoryginalniejsze pomysły

Tradycja: co kraj to... inny sernik

DŁUGA ŚWIEŻOŚĆ

HOTELOWYCH BUŁEK

Aneta Marczak

Ze spadkiem sprzedaży pieczywa zmienia się sposób jego spożywania. Już w większości hoteli, pensjonatów, domów wczasowych w Polsce króluje odpiekane pieczywo mrożone. Coraz mniej piekarzy współpracuje też z restauracjami.

W prestiżowych szkołach hotelarskich uczą, że o jakości hotelu obok wygodnego łóżka decyduje dobre śniadanie. W Polsce, gdzie w ciągu ostatnich kilkunastu lat otwarto obiekty prawie wszystkich, najbardziej prestiżowych sieci hotelarskich, śniadanie z najwyższej półki jest już standardem. Gość hoteli sieciowych ma rano do wyboru kilka rodzajów chleba (obowiązkowo biały, razowy, z ziarnami, często również tostowy i śródziemnomorski) oraz kilkadziesiąt rodzajów bułek - od ciabatty, przez pełnoziarniste, do maślanych i rogalików. Swoje ulubione pieczywo w trakcie hotelowych śniadań znajdują Francuzi, którzy do kawy wolą croissantsy, Amerykanki, które preferują pieczywo chrupkie i rodacy, którzy do jajecznicy chętnie zjedzą chrupiącą bułeczkę. W dbających o renomę obiektach pieczywo jest jeszcze ciepłe, a w restauracji śniadaniowej unosi się upojny zapach świeżego chleba i gorącej kawy.

TAJEMNICA CIEPŁYCH BUŁEK

Goście hotelowi z reguły nie dociekają, jaką drogę przebyły chrupiące bułeczki zanim trafiły na ich stół. Czasem tylko zastanawia ich fakt, że niezależnie czy jedzą śniadanie w hotelu amerykańskiej sieci w Nowym Jorku, Londynie, Paryżu czy Warszawie, bułki zawsze smakują tak samo, a chleb wygląda identycznie. Zdecydowana większość obiektów sieciowych na śniadania serwuje pieczywo głęboko mrożone, z długą datą przydatności do spożycia, odpiekane rano w piecach konwekcyjnych, które obecne są w każdej nowoczesnej kuchni zbiorowego żywienia. Wiąże się to przede wszystkim z centralnym systemem zamówień - większość sieci zaopatruje się u dużych międzynarodowych dostawców i do wszystkich swoich obiektów zamawia podobny zestaw produktów,



Większość sieci hotelowych zaopatruje się w mrożone pieczywo u dużych międzynarodowych dostawców i do wszystkich swoich obiektów zamawia podobny zestaw produktów.

FOT. MATERIAŁY WŁASNE

niezależnie do tego, w jakim kraju one funkcjonują.

- Tak się po prostu bardziej opłaca - wyjaśnia Katarzyna Skorblewicz, doradca hotelowy z Bałtyckiej Grupy Konsultantów Turystyki i Hotelarstwa Peritum. - Centralny system zamówień pozwala zaoszczędzić na dostawach. Zamawiając więcej towarów, uzyskuje się lepsze ceny oraz ujednoliciła asortyment we wszystkich obiektach. Jest też lepsza kontrola nad współpracą z dostawcami.

Ani w sieciach, ani nawet w samodzielnych, dużych hotelach nikt się nie bawi w zamawianie chleba u lokalnych piekarzy.

Mrożone pieczywo zamawiają hotele na całym świecie. Jest kilku międzynarodowych dostawców, którzy zapewniają wysoką jakość i powtarzalność wyrobów, a również szeroką i rozbudowaną ofertę. Większość z nich współpracuje wyłącznie z branżą HoReCa, ale są też takie, które pieczywo sprzedają sklepom, hipermarketom czy stacjom benzynowym.

JEDNAKOWA JAKOŚĆ W CAŁEJ UE

W Polsce szczególnie popularna w branży HoReCa jest Inter Europol Piekarnia Szwajcarska z dużym zakładem produkcyjnym w Markach pod Warszawą.

- Jesteśmy pierwszą piekarnią na rynku polskim oferującą tak szeroki asortyment pieczywa tradycyjnego, szwajcarskiego, francuskiego oraz duńskiego, produkowanego według najnowszych technologii - rekomendują przedstawiciele firmy. - Piekarnia Szwajcarska Inter Europol SA oferuje produkty powszednie, świeże, jak i produkty o przedłużonej trwałości, mrożone do częściowego lub pełnego wypieku. Ciągłe poszerzanie naszej oferty ma na celu zaspokajanie najbardziej wyszukanych gustów klientów. Oprócz hoteli i restauracji Piekarnia Szwajcarska dostarcza swoje produkty również dla hiper- i supermarketów, stacji paliw oraz odbiorców detalicznych i sklepów firmowych. Od wielu lat eksportuje pieczywo do krajów Unii Europejskiej oraz Skandynawii, a także na rynek wschodni.

Innym, dosyć popularnym w polskich hotelach dostawcą jest Lantmannen Unibake Polska. Jak zapewniają przedstawiciele tej firmy, oferują zawsze tę samą jakość wyrobów, co jest niezwykle ważne dla hotelarzy, a nie zawsze możliwe do osiągnięcia u piekarzy rzemieślników. Przedstawiciele firmy podkreślają również, że pracują dla nich zawodowi piekarze, sami mieszają składniki i sięgają do dawnych tradycji rzemiosła łącząc je z nowoczesnością.

PACHNĄCE ŚNIADANIE, TRADYCYJNE ŚWIĘTA

Pieczywo odpiekane na miejscu to standard nie tylko w hotelach sieciowych. Coraz częściej z tego rozwiązania korzystają polskie hotele wysokiej klasy, i to niezależnie od liczby pokoi.

- Na co dzień używam pieczywa mrożonego, które sami odpiekamy - mówi Andrzej Jakomulski, szef kuchni czterogwiazdkowego Hotelu Leda w Kołobrzegu. - Dla mnie to duże ułatwienie, ponieważ pieczywo jest zawsze tej samej jakości.

W tym nadmorskim hotelu podczas śniadania w restauracji jest stoisko z zawsze świeżo wypieczonym pieczywem. Dodatkowym plusem tego rozwiązania jest unoszący się zapach ciepłych jeszcze wypieków.

- W bufecie śniadaniowym oferujemy pięć rodzajów chleba, dwa rodzaje bagietek i trzy rodzaje bułek. Dodatkowo, ponieważ jesteśmy hotelem SPA, podajemy również lekkie pieczywo Waza - wymienia Andrzej Jakomulski.

Szef kuchni Hotelu Leda przyznaje, że plusem używania pieczywa mrożonego jest też możliwość racjonalnego gospodarowania jego ilością.

- W razie braku, jesteśmy w stanie w bardzo krótkim czasie wypiec następną porcję pieczywa. Nie zdarza się natomiast, że zostaje nam go za dużo.



Piekarze-rzemieślnicy mogą skusić hotele i restauracje swoimi wyrobami pod warunkiem, że będą się one wyróżniały czymś szczególnym i nawiązywały np. do tradycji lokalu lub regionu.

FOT. HOTEL FORTUNE SELECT REGINA

Dodatkowym argumentem, przemawiającym w hotelach na korzyść produktów mrożonych jest fakt, że najczęściej pieczywo podaje się na śniadanie. Do dań z karty goście chętniej wybierają makarony, ryż bądź kasze i ziemniaki. Ponieważ tu jeszcze trudniej przewidzieć, ile pieczywa będzie potrzebne, szefowie kuchni znów chętnie sięgają po produkty mrożone.

- Jeśli chodzi o pieczywo podawane do potraw a la cart, staram się sam wypiekać bułeczki,

w dwóch rodzajach: jedne czarne z dodatkiem sepi posypane białym sezamem, drugie z suszonymi pomidorami z bazylią - opowiada Andrzej Jakomulski.

Kolejny argumentem to prostota, z jaką można odpiec chleb czy bułki - w dobie zaawansowanych technologicznie pieców konwekcyjnych może to zrobić każdy. Pracownicy hotelu w Kołobrzegu są odpowiednio przeszkoleni, w jakim czasie i temperaturze należy odpiekać pieczywo.

A MOŻE LODY?

Skoro niełatwo jest zarobić oferując hotelom i obiektom gastronomicznym wyroby piekarnicze i cukiernicze, może należy znaleźć niszę, która pozwoli zwiększyć dochody? Okazuje się, że bardzo zadowolone ze współpracy z hotelami i restauracjami są cukiernie, które specjalizują się w produkcji tortów weselnych. Przyszli nowożeńcy często poszukują informacji o tortach weselnych na portalach tematycznych, ale także w obiektach, które specjalizują się w organizacji wesel.

O tym, że na tortach weselnych można naprawdę dobrze zarobić, przekonali się m.in. menedżerowie sopockiego Hotel Haffner, który wprowadził ostatnio specjalną ofertę tego typu wyrobów cukierniczych - są oryginalne, nowoczesne i produkowane we własnej cukierni.

W hotelach coraz większy zbytny na swoje wyroby znajdują też cukiernicy, którzy zajmują się produkcją galanterii czekoladowej i pralin. Często zdarza się, że hotelarze witając swoich gości częstują ich unikalnymi słodyczami, których wyrób zlecają cukierni. Takie praliny lub czekoladki są zazwyczaj elegancko zapakowane, a na kartonikach ze słodyczami oprócz logo hotelu jest też nazwa cukierni, w której powstały delikcje.

Największe zainteresowanie hotelarzy i restauratorów budzą jednak producenci lodów.

- Ponieważ w hotelach często mamy gości z innych państw Unii, którzy na lodach dobrze się znają, chętniej oferujemy im dobrej jakości wyroby rzemieślnicze, które są doskonałą bazą dla naszych deserów - podkreślają hotelowi cukiernicy.

Restauratorzy często zapewniają, że są otwarci na ciekawe propozycje cukierników.

- Jeżeli produkujecie coś, co jest unikalne, związane z tradycją danego regionu i może zainteresować naszych gości, zapraszamy do współpracy - zachęcają.



W wielu hotelach gości na powitanie częstuje się słodyczami. Coraz częściej przygotowanie czekoladek i pralin reklamowych hotelarze zlecają cukiernikom-rzemieślnikom.

FOT. MATERIAŁY WŁASNE

▶ Jest jednak taki moment w pracy szefa kuchni, gdzie pieczywo mrożone zostaje w zamrażarkach, a kucharze sięgają do oferty miejscowych piekarzy.

- Na szczególne okazje typu wesela, święta Bożego Narodzenia lub Wielkanocy zamawiam świeże wypieki u zaprzyjaźnionego piekarza, który wyrabia chleby techniką tradycyjną na prawdziwym zakwasie - zdradza Andrzej Jakomulski. - Jest to pieczywo droższe od tradycyjnie kupowanego w piekarniach.

TYLKO NIELICZNI CENIĄ CHLEB

Taki rodzaj współpracy to jednak kropla w morzu, jeżeli chodzi o kontrahentów dużych piekarni.

W Zakopanem jednym z potentatów na rynku jest Piekarnia Szymonek, której wyroby oferują okoliczne sklepy PSS Spółem. Sam zakład słynie z pieczywa wypiekanego tradycyjnymi metodami. O jego jakości świadczy certyfikat Marka Tatrzańska przyznany chlebowi pasterskiemu, produkowanemu na zakwasie pszennym i jogurcie. Piekarnia, po której chleb ustawiają się kolejki, postanowiła swoimi wypiekami zainteresować zakopiańskie i okoliczne pensjonaty i hotele.

- Oferujemy elastyczne warunki współpracy, możliwość dowozu pieczywa własnym samochodem oraz atrakcyjne rabaty, a mimo to zainteresowanie jest bardzo niewielkie - rozkłada ręce Józef Murzyn, właściciel Szymonka. - Jeżeli miałbym się przyjrzeć strukturze moich klientów, to 95% stanowią sklepy i punktu sprzedaży, a może 5% zakłady gastronomiczne.

Tradycyjny chleb wypiekany przez miejscowych przedsiębiorców oferuje klientom Hotel Białowieski w Białowieży. Jest on jednak podawany gościom zazwyczaj tylko w trakcie biesiad regionalnych, na święta i inne szczególne okazje. O ile jeszcze w miejscowościach turystycznych zdarza się, że hotele bądź pensjonaty oferują gościom wyroby okolicznych rzemieślników, o tyle w pozostałych regionach kraju piekarze z hotelami w ogóle nie współpracują.

- Nigdy nie było takiego zainteresowania, sam również takich ofert nie składam, bo to nie jest dla mnie opłacalne - mówi Marek Jakubiec, właściciel piekarni w Rudzie Śląskiej. - Mniejsze restauracje kupują chleb w moich sklepach, tak jak wszyscy. Większe hotele mają swoich dostawców.

Wojciech Grzeszkiewicz, właściciel Trio Bistro w Gdyni kupuje chleb z piekarni Konkol z Karwi.

- Wybrałem ich, bo są solidni i mają doskonałe pieczywo - zachwala. Restauracja Trio nie ma podpisanej umowy z piekarnią, podobnie jak nie podpisuje umów z innymi dostawcami. Raz w tygodniu menedżer zamawia pieczywo, które piekarnia przywozi własnym samochodem. Jako stały klient restauracja otrzymała rabat. Z drugiej jednak strony piekarnia nie ma żadnej gwarancji, że Trio z dostaw nie zrezygnuje z dnia na dzień albo nie zdecyduje się na inną piekarnię.

- Dopóty jesteśmy zadowoleni z jakości i terminowości, nie szukamy zamienników - przyznaje właściciel gdyńskiej restauracji. Aby jednak układ był opłacany dla obydwu stron, samochód przyjeżdża tylko raz z zapasem pieczywa na cały tydzień, a gastronomicy nadmiar chleba mrożą, aby stale mieć świeży. - Podobnie postępuje większość moich kolegów, którzy są właścicielami obiektów gastronomicznych - zapewnia Wojciech Grzeszkiewicz dodając, że wszystkie duże hotele, w jakich wcześniej pracował, korzystały z pieczywa mrożonego.

Piekarze, którzy chcieliby współpracować z restauracjami, powinni przede wszystkim przygotować ciekawą ofertę i umówić się na spotkanie z osobą decyzyjną. Nie należy jednak liczyć na nie wiadomo jakie zyski: średniej wielkości restauracja potrzebuje naprawdę niewielkiej ilości pieczywa. Te mniejsze kupują je we własnym zakresie w hipermarketach.

WIĘKSZY BIZNES NA CIASTACH

Nieco inaczej jest z wyrobami cukierniczymi. Tylko najbardziej prestiżowe i ambitne hotele inwestują we własną cukiernię, ale obecnie w całym kraju jest ich może zaledwie kilkanaście, m.in. w warszawskim Bristolu. Są jednak także hotele trzygwiazdkowe, które same wypiekają ciasta, torty i przygotowują desery - przykładem może być hotel Trio w Białymstoku.

GDY CUKIERNIA WSPÓŁPRACUJE Z HOTELEM

Korzyści dla hotelu:

- stała jakość wyrobów i ich powtarzalność
- możliwość regulacji ilości dostaw w zależności od obłożenia
- szeroki wybór asortymentu
- możliwość realizacji indywidualnych zamówień np. w przypadku tortów
- możliwość atrakcyjnych rabatów
- możliwość dowozu produktów wyspecjalizowanym transportem

Korzyści dla cukierni:

- promocja w szerokim gronie dobrze sytuowanych klientów
- możliwość planowania dostaw zgodnie z przewidywanym obłożeniem
- pozyskanie stałego, lojalnego i wypłacalnego klienta



Na tortach można dobrze zarobić - wiedzą o tym menedżerowie sopockiego hotelu Haffner, który jako jeden z nielicznych w Polsce ma własną cukiernię, gdzie powstają oryginalne i nowoczesne ciasta. FOT. HOTEL HAFFNER W SOPOCIE



Produkcja mrożonego pieczywa to przyszłość dla firm, które chcą zaopatrzyć sektor HoReCa. Na zdjęciu: pieczywo czosnkowe wypieczone w zakładzie TIG, które po zamrożeniu trafi do lokali gastronomicznych w całej Polsce. FOT. B&S

- Staramy się korzystać z tradycyjnych receptur, stąd w naszym menu serniki i rolady, ale równocześnie mamy ambicję, aby kreować trendy cukiernicze na naszym rynku - wyjaśniają w białostockim hotelu.

Większość właścicieli hoteli uważa jednak, że utrzymanie i wyposażenie cukierni jest kosztowne, zwłaszcza że cukiernicy muszą być dyspozycyjni w godzinach pracy gastronomii hotelowej, czyli często od rana do wieczora. Z drugiej strony, liczba klientów jest mocno ograniczona, bo rzadko która cukiernia sprzedaje swoje wyroby poza hotelem.

Istotne jest jednak, że jeżeli cukiernie w hotelach już działają, to zwykle pracują w nich cukiernicy-mistrzowie, którzy kreują trendy na rynku i stanowią często źródło inspiracji dla innych zakładów cukierniczych.

Jak sobie radzą hotele z „wyższej półki”, które własnych cukierni nie mają?

- Podobnie jak w przypadku pieczywa, również i głęboko zamrożone desery przystosowane do odpiekania w piecach konwekcyjnych zamawia się u sprawdzonych międzynarodowych producentów - zdradza Katarzyna Skorblewicz. - Nie są to typowe ciasta, ale na przykład suflety. Oferta rynku jest jednak coraz bardziej urozmaicona.

Torty na wesela i inne uroczystości, których organizacją zajmują się hotele, zazwyczaj zamawiane są w renomowanych, sieciowych cukierniach. Mniejsze obiekty i restauracje często współpracują z jedną wybraną cukiernią.

Hotel Campanile z Poznania, mimo że jest jednym z kilku obiektów francuskiej sieci w Polsce, ciasta i torty zamawia w cukierni Różany Potok w Poznaniu.

Z usług firmy cukierniczej Wiktorii w Krakowie korzystają hotele grupy Accor, Hotel Bronowice, Krakovia oraz Francuski, a także Kopalnia Soli w Wieliczce, gdzie również znajduje się hotel.

Ciekawych partnerów ma również znana cukiernia Radzikowski z Warszawy, której ciasta cenią sobie miejscowe hotele.

Współpraca z hotelami bądź restauracjami to dla cukierników bardziej korzyść marketingowa niż liczący się przychód.

- Jeżeli gościom hotelowym torty zasmakują, to jest szansa, że wpadną na nie do cukierni. Można również logo znanego hotelu zamieścić na swojej stronie internetowej i tym samym podnieść prestiż cukierni, szczególnie gdy jest ona nowa na rynku - zdradza jeden z trójmiejskich cukierników.

Bywa również odwrotnie: hotele starają się o współpracę z dużymi sieciowymi cukierniami, aby móc kusić gości jakością, którą znają. Tak robi np. Dworek Admirał w Sopocie, który oferuje wyroby znanej w Trójmieście cukierni T. Deker Patisserie & Chocolatier.

Poza korzyścią marketingową, właściciel restauracji bądź pensjonatu współpracujący z wybraną cukiernią ma też zapewnioną stałą jakość produktów, szybkie dostawy i szeroki wybór ciast.

- Sądzę, że dla cukierni nie jesteśmy liczącym się klientem - przyznaje Wojciech Grzeszkiewicz, którego restauracja od początku współpracuje z cukiernią Sabinka z Wejherowa. - Restauracje nie zamawiają wielu ciast (w karcie zazwyczaj jest ich kilka), walczą o rabaty i nie zgadzają się na wyłączną współpracę. Nawet z tortami weselnymi nie jest lepiej, bo coraz częściej narzeczeni chcą sami go wybrać, zazwyczaj w cukierni, która w tortach weselnych się specjalizuje.

Ciekawe rozwiązanie zaopatrzenia w ciastka znaleźli właściciele pensjonatu Zaborek z Janowa Podlaskiego, którzy do produkcji słodkości zatrudniają... miejscowe gospodynie słynące z dobrych wypieków.

- W ten sposób gwarantujemy sobie wyroby tradycyjne, o niepowtarzalnym smaku, które trudno dostać w cukierniach - twierdzą przedstawiciele pensjonatu. ■

MROŻENIE MA PRZYSZŁOŚĆ

Pieczywo mrożone, które zdominowało polską gastronomię, sprzedaje się w naszym kraju coraz lepiej. W ubiegłym roku GUS odnotował spory, bo aż 4,3 proc. spadek spożycia pieczywa świeżego. Najmniej jada się go w gospodarstwach domowych osób pracujących na własny rachunek, bowiem oni najczęściej są klientami zbiorowej gastronomii. Coraz mniej ludzi wybiera się każdego ranka do „sklepu za rogiem” po świeże bułki i chleb. Równocześnie przybywa tych, którzy kupują pieczywo na zapas - są to zazwyczaj mieszkańcy dużych miast. Zazwyczaj robią zakupy w supermarketach, ale też coraz częściej - wzorem konsumentów z Europy Zachodniej - kupują pieczywo mrożone do odpieczenia w domu. W porównaniu z zachodem, bardzo niewiele polskich piekarni oferuje takie pieczywo dla klientów detalicznych.

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 którego 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 AKADEMIA ZEELENDIA PRZEZ ŚWIAT



XI EKSPEDYCJA: Tiramì sù - poderwij mnie

„Deser Tiramisu”

Biszkopt:

300 g Biszkopt Mix
255 g jaja

Składniki napowietrzać na wysokich obrotach przy zastosowaniu różgi przez ok. 10 minut. Masę rozprowadzić równomiernie na blasze (pokrytej papierem do wypieku lub matą silikonową) o wymiarach 60x40 cm. Wypiekać w temperaturze 230-250 °C przez 3-5 minut (z zaparowaniem). Po wystygnięciu, z blatu wyciąć 40 krążków o średnicy ok. 7 cm (zbliżonej do średnicy szklanego naczynia w którym podawany będzie deser).

Krem:

220 g Zeesan Tiramisu
275 ml woda
1100 ml śmietana 30%

Schłodzoną śmietanę ubić. Zeesan dokładnie rozpuścić w wodzie, dodawać porcjami ubitą śmietanę. Całość delikatnie mieszać do czasu uzyskania jednorodnej masy.



Poncz kawowy:

480 ml napar kawy espresso
160 ml likier Amaretto
160 ml syrop cukrowy

Składniki ponczu wymieszać, stosować do nasączenia biszkoptów przy składaniu deserów.

Perełki:

200 g Perełki czekoladowe

Dekoracja:

40 g Mont Blanc
60 g kakao

Kakao dokładnie wymieszać z Mont Blanc.

Przyrządzenie:

Desery składać w szklankach, kolejno: nasączony krążek biszkoptowy, krem przyprószony kakao wymieszany z Mont Blanc, perełki, kolejny biszkopt nasączony ponczem, krem, kakao wymieszane z Mont Blanc. Fantazyjnie udekorować (ciasteczko migdałowe, biszkopcik zanurzony do połowy w polewie, ozdobiony perełkami). Przechowywać w warunkach chłodniczych.

Receptura na 20 szt.

Ciekawostka

Tiramisu (wł. tirami sù - ocknij się, przebudź się, ale też tirami sù poderwij mnie) - deser, który składa się z warstwy biszkoptu nasączonej bardzo mocną kawą espresso oraz likierem Amaretto, na którą nakłada się warstwę kremu z sera mascarpone, jajek, cukru i śmietany, a całość posypuje się warstwą grubo zmielonych płatków gorzkiej czekolady.

Deser ten podaje się bardzo silnie schłodzony, zwykle do kawy espresso. Tradycyjnie tiramisu spożywa się we Włoszech na drugie śniadanie - zwłaszcza w upalne dni.

Istnieje co najmniej kilkadziesiąt różnych przepisów na tiramisu, które we Włoszech występuje w wielu regionalnych odmianach. Deser ten przyjmuje najróżniejsze rozmiary i kształty, choć na ogół jest to prostokątne lub okrągłe ciastko o rozmiarach zbliżonych do polskich kremówek.

Istnieje wiele teorii na temat historii tego deseru. Do miana stolicy Tiramisu pretendują: Wenecja, skąd pochodzi twardek mascarpone, Treviso, Siena i Florencja. Każde z tych miast ma własny przepis na jego wykonanie i uważa go za najlepszy. Jedną z legend, szczególnie popularną w Sienie, głosi, że twórcą tego deseru był władca Toskanii Cosimo III de' Medici, który zwykł go serwować na nudnych posiedzeniach rady książęstwa. W Wenecji twierdzi się natomiast, że tiramisu było od niepamiętnych czasów ulubioną potrawą dożów i to na długo przed tym, jak rodzina Medici stała się wpływową.

Tiramisu zrobiło międzynarodową karierę dopiero za sprawą II wojny światowej, kiedy to włoscy żołnierze przebywający w alianckiej niewoli otrzymywali ów deser w paczkach nadsyłanych z domów.

Chcesz dowiedzieć się jak przygotować „Deser Tiramisu”? Zapraszamy na szkolenia Akademii Zeelandia.



infolinia 0800 800 106
www.zeelandia.pl

PRZYJDZIE CZAS, ŻE GALERIE BĘDĄ WALCZYĆ O NASZĄ MARKĘ

Z Radosławem Charubinem, pomysłodawcą i właścicielem marki Lody Bonano z Białegostoku rozmawia Aneta Marczak.

Ostatni raz rozmawialiśmy na łamach Bake & Sweet prawie dwa lata temu, kiedy planował Pan ekspansję swoich lodów na Polskę. Wtedy był Pan właścicielem niewielkiej firmy, o której zaczynało być głośno w branży, głównie z powodu Pana ambitnych planów. Dziś można powiedzieć, że udało się więcej niż Pan sobie zaplanował: Lody Bonano zostały ogłoszone siecią, która w ubiegłym roku zyskała najwięcej franczyzobiorców w Polsce, obok takich firm jak McDonald's czy Sfinks. Jak udało się Panu tego dokonać?

Mało śpiam i długo pracuję... Tak naprawdę to sam nie wiem, jak to się dzieje, że rozwijamy się tak szybko. Widocznie nasz system biznesowy przypadł do gustu wielu przedsiębiorcom, którzy szukali pomysłu na biznes. W tym roku mieliśmy prawdziwe obłędnie chętnych do prowadzenia własnej lodziarni pod szyldem Lody Bonano. Gdyby nie selekcja, ponieważ nie zgadzamy się na wszystkie lokalizacje, już dawno mielibyśmy sto lodziarni franczyzowych.

Ile punktów i gdzie mają obecnie Lody Bonano?

Sieć Lody Bonano liczy obecnie pięćdziesiąt punktów, z czego tylko trzy to lokale własne, a pozostałe 47 to franczyzowe. Ulokowane są na terenie 12 województw. Swoim zasięgiem pokrywają więc niemal cały kraj.

Rozwijacie się również za granicą. Gdzie powstały lokale i jak kształtuje się tam sprzedaż?

Pierwszy i jak na razie jedyny punkt zagraniczny mamy na Słowacji, w miejscowości Humenne, jednakże odzew na naszą ofertę franczyzową mieliśmy także z Anglii, Niemiec czy Hiszpanii. Nie jest wykluczone, że i tam powstaną lodziarnie Bonano. Dodam, że zarówno na Słowacji jak i w punktach w Polsce nasi franczyzobiorcy radzą sobie nad wyraz dobrze.

Na jakie trudności na rynku natknęliście się budując sieć? Co sprawiło najwięcej problemów?

Z naszych doświadczeń wynika, że największą przeszkodą, z jaką do tej pory przychodzi się zmierzyć naszym franczyzobiorcom, jest uzyskanie



zgody na ustawienie punktu w galeriach handlowych. Rok temu powstał pomysł wyspy lodowej, czyli stoiska do sprzedaży amerykańskich świderek przystosowanego do ulokowania właśnie w galeriach. Niestety centra handlowe skutecznie blokują rozwój tego konceptu. Podejrzewamy, że powodem tego jest fakt, iż wiele galerii podpisuje umowy wyłączności z dużymi lodziarniami sieciowymi i inne nie mają szans. Być może jesteśmy jeszcze za małą siecią, by się nami interesować, ale nie przejmujemy się tym. Przyjdzie czas, że to galerie będą walczyć o naszą markę.

Kim jest statystyczny franczyzobiorca sieci Lody Bonano?

To osoby w wieku 25-50 lat, energiczne, zazwyczaj posiadające już swoje rodziny. Nasi franczyzobiorcy to przeważnie nowicjusze bez doświadczenia, ale też nie wymagamy go od nich. Fakt, iż sami zajmują się sprzedażą w swoich lokalach, świadczy o tym, że podobnie jak ja również chcą nauczyć się

wszystkiego od podstaw i poznać każdy etap drogi rozwoju przedsiębiorstwa.

Co nowego wprowadzacie na rynek, co będzie hitem tego roku?

W naszej ofercie znajduje się około 30 rodzajów lodów, począwszy od tradycyjnych śmietankowych i czekoladowych, które cieszą się największym zainteresowaniem klientów, poprzez lody z szeroką gamą dodatków typu sosy, posypki, owoce, batoniki znanych firm, aż po desery lodowe. Za tymi ostatnimi przepadają zwłaszcza dzieci, które stanowią znaczną grupę wielbicieli lodów Bonano. Ale nie tylko one są naszymi klientami. W tym roku wprowadziliśmy nowy deser Fitek z żurawiną i płatkami zbożowymi, który szczególnie jest adresowany dla osób dbających o linię i prowadzących zdrowy tryb życia.

Jakie są plany na dalszą przyszłość?

Głównym założeniem na najbliższe lata jest roz-

budowanie sieci, aby liczyła minimum sto lodziarni Bonano na terenie całej Polski. Gdy uda się już to osiągnąć, zamierzamy podbijać Europę.

Jak zamieniała się Pana firma? Zaczynaliście od małej lodziarni w Białymstoku, a obecnie Lody Bonano to...

...największa sieć franczyzowa w Polsce zajmująca się sprzedażą lodów. Tak, zaczynałem od małej lodziarni, w której pracowałem sam. W taki sposób osobiście przeszedłem po wszystkich szczeblach „kariery” w tej branży. Poznałem pracę sprzedawcy, dostawcy, zaopatrzeniowca. Dzięki temu łatwiej jest zarządzać firmą w późniejszym etapie jej działalności.

Najtrudniej było osiągnąć pułap 10 lodziarni. Nie byliśmy jeszcze tak rozpoznawalni i dopiero pracowaliśmy na zaufanie potencjalnych franczyzobiorców. Późniejszy rozwój potoczył się już szybko. Franczyzobiorców pozyskujemy wśród naszych klientów. Zachwyceni smakiem objadają się naszymi lodami i widząc kolejki sami zgłaszają się do współpracy.

Jak zmieniają się polscy konsumenci? Czy lody mają szansę stać się w naszym kraju produktem całorocznym, tak jak to jest w Europie, a nie tylko sezonowym?

Preferencje wielbicieli lodów uzależnione są od tego, jakie lody znają z okresu dzieciństwa. Zauważyliśmy, że ludzie po 30 roku życia pamiętają lody tzw. komunistyczne. Teraz też szukają takiego smaku. Z kolei młodzi preferują słodkie, bardziej owocowe. Są zwolennikami nowości.

Ja sam przyznam się, że też pamiętam smak lodów PRL-u i gdy jestem gdzieś, gdzie funkcjonuje lodziarnia z 30-letnią tradycją, odwiedzam ją, by powrócić smakiem do lat dzieciństwa.

Jakie są Państwa pomysły na przedłużenie sezonu lodowego?

Próbowaliśmy już różnych wariantów. Poszerzamy naszą ofertę, wprowadzaliśmy gofry, ciastka, rurki z kremem. Ale to wszystko daje tylko krótkotrwały efekt.

Uważam, że w naszym klimacie nie ma szans na przedłużenie sezonu.

Przy sprzedaży z okienka, tak jak to się najczęściej u nas odbywa, musimy się pogodzić z sezonowością. Ale ma to też swoje plusy: pół roku pracujemy, a pół mamy wolne.

Co poradziłby pan cukiernikom, którzy chcą sprzedawać własne lody? Jak działać, aby to się opłacało?

Przed wszystkim trzeba stworzyć autorski przepis, a nie korzystać z gotowych produktów. W kwestii dodatków można pokusić się o jakieś nowości, ale w przypadku podstawowych smaków typu: śmietanka, czekolada, truskawka pomysł powinien być własny.

Z lodami powinno być jak z tortami - w każdej cukierni smakują inaczej. Dziwi mnie więc fakt, że w wielu lodziarniach należących do zupełnie różnych właścicieli lody smakują niemal identycznie, jakby miały wspólną podstawę.

Rozmawiała Aneta Marczak



WYSTARCZĄ TRZY METRY KWADRATOWE W CUKIERNI

Firma proponuje potencjalnym franczyzobiorcom trzy rodzaje współpracy. Pierwszy skierowany 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. Inna forma współpracy to otwarcie stoiska Lody Bonano w już istniejącym miejscu z wykorzystaniem jak najmniejszej powierzchni lokalu (od 3 mkw.). Trzecia możliwość to wyspa lodowa. W tym przypadku konieczne jest wynajęcie miejsca w galerii handlowej o powierzchni ok. 8,5 mkw., podpisanie umowy franczyzowej i zakup wyspy lodowej, która w pełni wyposażona wraz z maszynami kosztuje 66 tys. zł netto. Osobom zainteresowanym współpracą firma oferuje wsparcie marketingowe, szkolenia, pomoc w doborze urządzeń oraz doradztwo biznesowe. Przewidywana suma inwestycji w koncept to: zakup nowej maszyny - od 34 tys. zł; przystosowanie lokalu - ok. 4 tys. zł; menu i reklamy zewnętrzne - ok. 2 tys. zł, miesięczna opłata franczyzowa - 500 zł. Firma nie pobiera opłaty licencyjnej.

DLA WAS ZMIENIAMY SIĘ KAŻDEGO DNIA!

www.bakeandsweet.pl
Internetowy serwis branży piekarskiej i cukierniczej

CODZIENNIE NOWE WIADOMOŚCI

TANIO NIE ZNACZY OKAZYJNIE

Tomasz Przysiężny

Na rynku używanych maszyn piekarsko-cukierniczych znaleźć można niemal wszystko to, co potrzebne jest do produkcji - od małych mikserów cukierniczych po duże piece piekarskie. Dla większości kupujących tego typu sprzęt z tzw. drugiej ręki przede wszystkim liczy się cena. Ale to nie ona powinna być wyznacznikiem atrakcyjności urządzenia.

Na polskim rynku ponad 20 firm zajmuje się sprzedażą maszyn używanych dla piekarzy i cukierników. Część z nich specjalizuje się tylko w handlu takim sprzętem, inni używane urządzenia traktują jako skromny dodatek do swojej oferty, którą stanowią maszyny fabrycznie nowe.

- Patrząc na rynek wtórny z perspektywy lat, odczuliśmy spadek zainteresowania maszynami piekarsko-cukierniczymi, gdy Polska weszła do Unii Europejskiej. Pojawiły się możliwości dofinansowania do zakupu nowych urządzeń i automatycznie używane przestały być atrakcyjne. Później się to jednak zmieniło i popyt na sprzęt z drugiej ręki wzrósł - mówi Robert Dyduła z Konsorcjum Andziak, który sprzedaje takich maszyn zajmuje się już od 10 lat. Co prawda tylko skromną część oferty kołobrzeskiej firmy stanowi taki sprzęt jak piece, dzielarki, ubijaczki czy mieszalki, ale piekarze i cukiernicy już od wielu lat szukają taniego sprzętu używanego właśnie za pośrednictwem Konsorcjum Andziak.



Dzielarki do bułek to jedne z najczęściej poszukiwanych przez piekarzy urządzeń na rynku maszyn używanych.
Fot. B&S

- Różne są źródła pochodzenia tych maszyn - przyznaje Robert Dyduła. - Jedne mamy z polskich firm, które zmieniły profil produkcji, inne z zakładów, które upadły, zbankrutowały.

Część sprzętu sprowadzana była też z zagranicy, głównie z Niemiec, ale również z Austrii czy Holandii. Obecnie jednak jest to głównie sprzęt z polskich piekarni i cukierni.

- Najczęściej nasi klienci interesują się piecami, ale bywają też zapytania o przesiewacze do mąki czy młynki do mielenia cukru na puder - mówi handlowiec z Konsorcjum Andziak przyznając, że piekarze i cukiernicy przy decyzjach zakupowych przede wszystkim kierują się ceną urządzenia. Tego samego zdania jest też Tomasz Szczeciński z firmy Mech Masz, który przyznaje, że w ostatnich miesiącach coraz bardziej odczuwa wzrost zainteresowania maszynami używanymi. Uważa on, że w ciągu najbliższych dwóch, trzech lat piekarze i cukiernicy coraz częściej będą szukać sprzętu z drugiej ręki, a to dlatego, że nie ma już funduszy na wspomniane dotacje unijne i znacznie ograniczone zostało dofinansowanie zakupu nowych urządzeń. Innym czynnikiem jest też zapewne zubożenie branży. Rzemieślnicy mają coraz mniej pieniędzy, a różnice między cenami maszyn używanych a nowych zdecydowanie przemawiają na korzyść tych pierwszych.

- Wiele jednak zależy od prężności zakładu produkcyjnego. Rozwijająca się cukiernia nie będzie zaopatrywać się w sprzęt z rynku wtórnego, ale niewielka piekarnia już tak - uważa Tomasz Szczeciński, który maszyny używane dzieli na dwa typy. - Jedne to takie, które są wyremontowane w niewielkim zakresie. Inne mają wiele części i elementów wymienionych na nowe i oryginalne, co znacznie podnosi cenę tak wyremontowanego urządzenia. Wówczas, niekiedy różnice między maszyną używaną a nową nie są tak ogromne. Niewiele też różni się cenowo sprzęt piekarsko-cukierniczy, na który jest spore zapotrzebowanie, a jednocześnie mało takich maszyn znajduje się w sprzedaży na rynku wtórnym - mówi właściciel firmy ze Żnina, podając jako przykład miesiarki spiralne z kołem wyjezdnym. Zainteresowanie nimi jest duże, ale nikt nie chce się ich pozbywać.

Mech Masz, który przede wszystkim jest producentem i dystrybutorem nowych maszyn piekarsko-cukierniczych, w swojej ofercie ma aktualnie m.in. używane piece W&P, MIWE czy Wishau oraz miesiarki Diosna, Kemper, APV Pavailler i Schroeder. Część tego sprzętu trafia do żniń-

skiej firmy od jej klientów, którzy zaopatrzyli się w nowe maszyny, zaś stare, na których dotychczas pracowali, stanowią część rozliczenia. W większości jednak oferta używanych urządzeń obejmuje maszyny kupione bezpośrednio od niemieckich i holenderskich pośredników. W Polsce są one remontowane i oferowane cukiernikom oraz piekarzom.

- Ci pierwsi na rynku wtórnym szukają przede wszystkim ubijaczek, walcarek i pieców. Z kolei piekarzy oprócz pieców interesują głównie dzielarki do bułek i wspomniane już miesiarki - wymienia Tomasz Szczeciński.

Osiem, dziesięć lat temu, gdy powstawały w Polsce nowe piekarnie, wielu właścicieli takich zakładów nie było stać na fabryczny sprzęt, więc decydowali się na kupno używanego. Obecnie nowych firm w branży piekarsko-cukierniczej nie przybywa, a w urządzenia na rynku wtórnym zaopatrują się tylko mniejsi i mniej zamożni rzemieślnicy.

- Producenci z naszej branży o ugruntowanej pozycji na rynku, którzy rozwijają się i produkują coraz więcej i coraz lepiej, już nie kupują starego sprzętu, który na zachodzie został wycofany z eksploatacji, bo jest zużyty i nie spełnia warunków technologicznych wymaganych przez współczesny rynek - twierdzi Dariusz Malinowski, właściciel Masz Gliwice. - Nowy sprzęt jest przede wszystkim zaawansowany technologicznie i się nie psuje, bo nie jest wyeksploatowany.

Te argumenty są dla właścicieli zakładów piekarskich i cukierniczych bardzo istotne, gdyż zmniejszają do minimum ryzyko awarii, a co za tym idzie przestojów produkcyjnych. Dariusz Malinowski zwraca też uwagę na inny ważny aspekt.

- Przed zakupem sprzętu z drugiej ręki trzeba dokładnie skalkulować, czy różnica w cenie między nowym a używanym urządzeniem nie będzie niższa niż wydatki na naprawę starego sprzętu - mówi szef firmy, która nie tylko produkuje własne maszyny, ale też kupuje używane i po ich wyremontowaniu wysyła głównie na rynek wschodni.

Zdaniem Dariusza Malinowskiego, przy kupnie urządzenia z rynku wtórnego warto się kierować marką a nie ceną. Istotny jest też sam model maszyny.

- Kupując maszynę renomowanej firmy prawdopodobieństwo, że dostaniemy do niej oryginalne części zamienne jest większe niż w przypadku sprzętu np. mało znanego producenta z Hiszpanii lub z Portugalii. Gdy urządzenie się zepsuje, a nie będzie można dostać do niego odpowiednich części, robi się duży problem. Podobnie może być w przypadku znanych,



Na rynku wtórnym urządzeń dla branży piekarsko-cukierniczej znaleźć można całe linie produkcyjne, które w porównaniu do nowych maszyn kosztują zdecydowanie mniej.
Fot. B&S

markowych maszyn, ale starej produkcji - ostrzega nasz rozmówca proponując, aby najpierw zrobić rozeznanie na rynku części zamiennych i sprawdzić ich dostępność, a dopiero później kupować używany sprzęt, który w razie potrzeby będzie można szybko naprawić.

Inną ważną rzeczą, o której trzeba pamiętać decydując się na kupno maszyny, jest certyfikat dopuszczenia jej do produkcji. Nie wszystkie używane urządzenia je posiadają.

- Kiedyś nie były one wymagane. Kupowało się sprzęt, remontowało, malowało, wstawiało do piekarni i nikt się tym nie interesował - wspomina Dariusz Malinowski przypominając, że teraz wszystkie urządzenia produkcyjne muszą być zaopatrzone w odpowiedni dokument. - Firma, która sprzedaje używaną maszynę, musi wystawić jej certyfikat.

Ktoś, kto remontuje sprzęt, może dać jedynie dokument po remoncie, ale on nie wystarczy, aby urządzenie zalegalizować zgodnie z prze-



Niechlujny wygląd zewnętrzny pieca wystawionego do sprzedaży może świadczyć m.in. o jego niewłaściwej eksploatacji i braku okresowych konserwacji.
Fot. B&S

pisami dotyczącymi bezpieczeństwa pracy. Brak certyfikatu dla pracującej maszyny w piekarni lub cukierni oznacza spore kłopoty dla właściciela zakładu.

Kupno maszyn produkcyjnych na rynku wtórnym jest bardzo podobne do zakupu używanego samochodu. Trzeba zwracać uwagę na różne pozornie drobne szczegóły, które przyszedłemu użytkownikowi młociarki, walcarki, dzielarki czy pieca mogą dać obraz tego, jak maszyna była dotychczas eksploatowana.

Fachowcy radzą m.in. dokładnie ocenić stan urządzenia, również wizualny. Zewnętrzne

wgniecenia i zarysowania teoretycznie nie mają wpływu na stopień zużycia elementów pracujących, ale świadczą o tym, jak sprzęt był traktowany przez dotychczasowego właściciela. Ważna jest też dokumentacja serwisowania, która powinna pokazać, czy naprawą zajmował się profesjonalista, który korzystał wyłącznie z oryginalnych części zamiennych, czy też maszyna była serwisowana we własnym zakresie, tzw. domowym sposobem. Istotna jest też historia czynności konserwacyjnych, które były przeprowadzane podczas eksploatacji urządzenia - brak ich dokumentacji może

świadczyć o tym, że piekarz lub cukiernik konserwował sprzęt samodzielnie, a więc nie wiadomo czy w odpowiedni sposób.

Jak już wspomnieliśmy, wielu kupujących szuka na rynku wtórnym urządzeń tanich i wybiera te, które kosztują najmniej. Na portalach internetowych jest całkiem sporo ogłoszeń o sprzedaży maszyn piekarsko-cukierniczych, w treści których pojawia się słowo: „okazja”. Pytanie tylko: czy dla kupującego, czy dla sprzedającego, który czeka na okazję, aby pozbyć się starej maszyny, której koszt naprawiania przekracza jej rynkową wartość. ■

CENY UŻYWANYCH MASZYN PIEKARSKO-CUKIERNICZYCH

Dzielarka do chleba KEMPER IMPERATOR II-MR	31 000 zł	automat, do wszystkich ciast chlebowych, płynna regulacja, zakres wagowy 200-2300 g, wydajność do 1480 szt./h, rok prod. 1998
Dzielarka do chleba WP PARTA U1	55 000 zł	automat, do wszystkich ciast chlebowych, licznik kęsów, zakres wagowy 300-2800 g, wydajność do 925 szt./h
Dzielarka EBERHARDT	7 000 zł	półautomat, 30 kęsów, zakres gramatury 20-80 g
Dzielarka FORTUNA 2	7 000 zł	półautomat, 30 kęsów, zakres gramatury 25-70 g
Dzielarka FORTUNA 4	33 000 zł	automat, 30 kęsów, zakres gramatury 30-120 g
Dzielarko-zaokrąglarka FORTUNA 3	11 000 zł	półautomat, 30 kęsów, zakres gramatury 30-90 g
Dzielarko-zaokrąglarka FORTUNA 3	17 000 zł	automat, 30 kęsów, zakres gramatury 30-70 g
Dzielarko-zaokrąglarka KEMPER POLYMAT	34 000 zł	automat 4-rzędowy, zakres gramatury 30-85 g, wydajność do 8000 szt./h
Dzielarko-zaokrąglarka KÖNIG REX	67 000 zł	automat 4-rzędowy, zakres gramatury 55-125 g, wydajność do 6000 szt./h
Dzielarko-zaokrąglarka ROTAMAT CN WP	8 000 zł	automat, 30 kęsów, zakres gramatury 30-70 g
Krajalnica do chleba JAC	5 000 zł	półautomat, rozstaw noży 10 mm, szerokość krojenia 450 mm, licznik
Krajalnica do chleba JAC	6 000 zł	automat, rozstaw noży 11 mm, szerokość krojenia 450 mm, praca ciągła lub cykliczna
Krajalnica do chleba KOBOLD	6 000 zł	rozstaw noży 10 mm, sterowanie cyfrowe, rok prod. 2004
Krajalnica do chleba VLB	5 000 zł	półautomat, rozstaw noży 11 mm, szerokość krojenia 380 mm
Krajalnica do chleba WABAMA	7 000 zł	automat, rozstaw noży 10 mm, szerokość krojenia 450 mm, praca ciągła lub cykliczna
Linia do bułek FORTUNA	123 000 zł	5-rzędowa, gramatura 30-90 g, wydajność do 5000 szt./h, stacja wydłużająca, garownia wstępna, długość linii 5 m
Linia do bułek KEMPER QUADRO	197 000 zł	Stacje: zaokrąglająca, wydłużająca, nacinająca i 2 posypujące, długość linii 12 m, produkcja bułek okrągłych i wydłużanych
Linia do bułek KÖNIG KGV	104 000 zł	4-rzędowa, max gramatura 85 g, wydajność do 4000 szt./h, stacja wydłużająca, garownia wstępna, dzielarka KEMPER, długość linii 7,5 m,
Linia do bułek KÖNIG KGV	110 000 zł	4-rzędowa, max gramatura 85 g (można zwiększyć do 125 g), 3 rodzaje bułek (kajzerka, cięta, wydłużana), wydajność do 4000 szt./h, garownia wstępna, dzielarka REX, długość linii 6 m,
Linia do bułek KÖNIG KGV I	123 000 zł	5-rzędowa, gramatura 30-90 g, wydajność do 5000 szt./h, garownia wstępna, długość linii 5 m
Linia do bułek KÖNIG KGV III	197 000 zł	5-rzędowa, max gramatura 90 g, 3 rodzaje bułek (kajzerka, cięta, wydłużana), wydajność do 7500 szt./h, sterowanie cyfrowe, dzielarka REX (przemysłowa o wydajności 15 000 szt./h), długość linii 7 m
Linia do bułek WP SUPER C	147 000 zł	5-rzędowa, gramatura 20-85 g wydajność do 5000 szt./h, garownia wstępna, dzielarka MULTIMATIC, długość linii 6 m
Linia do chleba KEMPER	55 000 zł	do wszystkich ciast chlebowych, dzielarka KEMPER IMPERATOR II-MR (1997 r.), podajnik kęsów ciasta KEMPER BE-9 (1998 r.), zaokrąglarko-wydłużarka KEMPER SUPERBA SU-BR 2500 (1996 r.)
Linia do ciastek kruchych	200 000 zł	walcarka, formierka, nadziewarka (8 rodzajów ciast), piec elektryczny 14 m, oblewarka z dekoratorką, tunel chłodniczy 11 m
Maszyna do ubijania śmietany HOBART 3	2 000 zł	zbiornik 3 l
Mieszalarka DIOSNA SP 120	25 000 zł	stały kocioł, pojemność dzieży 180 l (120 kg ciasta), 2 prędkości
Mieszalarka DIOSNA SP-40	11 000 zł	dzieża 40 l
Mieszalarka KEMPER 160	16 000 zł	dzieża 160 l
Mieszalarka KEMPER ECO 75	18 000 zł	stały kocioł, pojemność dzieży 180 l (120 kg ciasta), 2 prędkości
Mieszalarka KEMPER SP 125	25 000 zł	stały kocioł, pojemność dzieży 300 l (200 kg ciasta), 2 prędkości
Mieszalarka KEMPER SP 125	80 000 zł	dzieża wyjezdna (w zestawie 2 kotły), pojemność dzieży 300 l (200 kg ciasta), 2 prędkości
Mieszalarka KEMPER SP 150	82 000 zł	dzieża wyjezdna (w zestawie 2 kotły), pojemność dzieży 360 l (240 kg ciasta), 2 prędkości, sterowanie ręczne
Mieszalarka KEMPER SP 75	27 000 zł	stały kocioł, pojemność dzieży 180 l (120 kg ciasta), sterowanie cyfrowe, 2 prędkości

Mieszalnia SCHEURER ISA-160	50 000 zł	dzieża wyjezdna (w zestawie 2 kotły), pojemność dzieży 360 l (240 kg ciasta), 2 prędkości, sterowanie cyfrowe, napęd – koło cierne, rok prod. 2001
Mieszalnia spiralna APV PAVALLIER	13 000 zł	dzieża 180 l, tryb pracy automatyczny lub ręczny
Mieszalnia spiralna ASM IS30	6 000 zł	dzieża 40 l, 2 prędkości, wyłącznik czasowy, rok prod. 2005
Mieszalnia spiralna DIOSNA / OASE SPK 50	12 000 zł	dzieża 120 l
Mieszalnia spiralna SCHROEDER	29 000 zł	2 dzieże 180 l, automatyczne opuszczanie głowicy
Międzygarownia do chleba WP HATON BIP-72	43 000 zł	8-rzędowa, wydajność do 1800 kęsów/h, lampy pleśniobójcze, dwukierunkowa taśma odbiorcza
Piec elektryczny WISHAU WIWA	6 500 zł	pow. 1 mkw.
Piec MATADOR	20 000 zł	elektryczny, pow. 4 mkw.
Piec MATADOR	35 000 zł	palnik olej/gaz, pow. 10 mkw.
Piec MIWE	50 000 zł	palnik olej/gaz, pow. 18 mkw.
Piec MIWE 1200/5	55 000 zł	palnik olej/gaz, 5 komór wypiekowych o łącznej pow. 12 mkw., 2 aparaty wrzutowe, rok prod. 1995
Piec MIWE 2200/6	121 000 zł	palnik olej/gaz, 6 komór wypiekowych o łącznej pow. 22 mkw., 3 aparaty wrzutowe, rok prod. 2000
Piec MIWE CONDO C5-128	55 000 zł	elektryczny, 5 komór wypiekowych o łącznej pow. 5 mkw., sterowanie cyfrowe, rok prod. 2000
Piec MIWE IDEAL 1800/5	77 000 zł	palnik olej/gaz, 5 komór wypiekowych o łącznej pow. 18 mkw., 3 aparaty wrzutowe, rok prod. 1995
Piec obrotowy HEIN LUXROROR LR-812-H	46 000 zł	palnik gaz/olej, 2 wózki po 20 poziomów o łącznej pow. 18 mkw., sterowanie cyfrowe, rok prod. 2001
Piec obrotowy HEIN LUXROROR LR-86-H	110 000 zł	palnik gaz/olej, 20 poziomów o łącznej pow. 10 mkw., sterowanie cyfrowe, rok prod. 2011
Piec obrotowy MIWE JUMBO RI-2/1 60/80	47 000 zł	palnik gaz/olej, 2 wózki po 20 poziomów o łącznej pow. 20 mkw., sterowanie cyfrowe, rok prod. 1999
Piec obrotowy MIWE ROLL-IN 60/100	44 000 zł	palnik gaz/olej, 20 poziomów o łącznej pow. 12 mkw., sterowanie cyfrowe, rok prod. 1999
Piec obrotowy MIWE ROLL-IN 60/40	32 000 zł	elektryczny, 15 poziomów o łącznej pow. 3,6 mkw., sterowanie cyfrowe, rok prod. 2004
Piec obrotowy MIWE ROLL-IN 60/60	30 000 zł	palnik gaz/olej, 20 poziomów o łącznej pow. 7 mkw., sterowanie cyfrowe, rok prod. 1998
Piec obrotowy MIWE ROLL-IN 60/80	86 000 zł	elektryczny, 20 poziomów o łącznej pow. 10 mkw., sterowanie cyfrowe, rok prod. 2008
Piec obrotowy MIWE ROLL-IN 60/80	34 000 zł	palnik gaz/olej, 20 poziomów o łącznej pow. 10 mkw., sterowanie ręczne, rok prod. 1994 (model z 1995 r. – 36 000 zł)
Piec obrotowy MIWE ROLL-IN 60/80	44 000 zł	palnik gaz/olej, 20 poziomów o łącznej pow. 10 mkw., sterowanie cyfrowe, rok prod. 1999 (model z 2001 r. – 55 000 zł)
Piec obrotowy WP ROTOTHERM RE 1020	44 000 zł	palnik gaz/olej, 20 poziomów o łącznej pow. 10 mkw., sterowanie cyfrowe, rok prod. 2001
Piec obrotowy WP ROTOTHERM RE 1020	79 000 zł	elektryczny, 20 poziomów o łącznej pow. 10 mkw., sterowanie cyfrowe, rok prod. 2008
Piec sklepowy MIWE AEROMAT 8.64 T MUSC	10 000 zł	elektryczny, pow. 2 mkw., sterowanie cyfrowe, bez garowni, rok prod. 2001
Piec sklepowy MIWE AEROMAT 8.64 TDUS	13 000 zł	elektryczny, pow. 2 mkw., sterowanie cyfrowe, z garownią, rok prod. 2000
Piec WACHTEL	18 000 zł	elektryczny, 3-komory wypiekowe o łącznej pow. 3 mkw., sterowanie ręczne, rok prod. 1992
Piec WACHTEL	22 000 zł	elektryczny, 6 komór wypiekowych o łącznej pow. 3 mkw., sterowanie cyfrowe, rok prod. 1997
Piec WINKLER VARIOMAT CO 516-96A2	53 000 zł	palnik olej/gaz, 5 komór (2 wjezdne) o łącznej pow. 10 mkw., 2 aparaty wrzutowe, sterowanie cyfrowe, rok prod. 1998
Piec WINKLER WACHTEL E 516/144 A1	55 000 zł	elektryczny, 5 komór o łącznej pow. 14 mkw., sterowanie cyfrowe, rok prod. 1995
Piec wózkowy MIWE THERMO-STATIC 10.0812	220 000 zł (za 3 szt.)	termolejowy, 10 poziomów o łącznej pow. 9 mkw., sterowanie cyfrowe, rok prod. 2003. W zestawie również kocioł MIWE HKZ 350-1/3 (1994 r.)
Piec WP MATADOR MD 101	49 000 zł	palnik olej/gaz, 5 komór wypiekowych o łącznej pow. 10 mkw., 2 aparaty wrzutowe, sterowanie manualne
Piec WP MATADOR MD 190	103 000 zł	palnik olej/gaz, 5 komór (jedna wjezdna) o łącznej pow. 19 mkw., 3 aparaty wrzutowe, sterowanie cyfrowe
Piec WP MATADOR MD 40	17 000 zł	elektryczny, 4 komory o łącznej pow. 4 mkw., aparat wrzutowy, sterowanie ręczne
Piec WP MATADOR MK 80	30 000 zł	palnik olej/gaz, 4 komory wypiekowe o łącznej pow. 8 mkw., 2 aparaty wrzutowe, sterowanie manualne
Rogalikarka UNIVERSUM 50	9 000 zł	taśmowa, długość robocza 500 mm
Ubijaczka cukiernicza REGO P-20	7 000 zł	kocioł 25 l, sterowanie elektroniczne z wyłącznikiem czasowym, płynna regulacja obrotów
Ubijaczka cukiernicza REGO P-50	12 000 zł	kocioł 60 l, sterowanie elektroniczne z wyłącznikiem czasowym, płynna regulacja obrotów
Ubijaczka cukiernicza REGO SM 2	8 000 zł	kocioł 20 l, sterowanie ręczne
Ubijaczka cukiernicza REGO SM 3	10 000 zł	kocioł 32 l, sterowanie ręczne
Ubijaczka cukiernicza REGO SM 4	10 000 zł	kocioł 40 l, sterowanie elektroniczne z wyłącznikiem czasowym
Ubijaczka cukiernicza REGO VARIO 4-7	20 000 zł	kocioł 40 l, sterowanie cyfrowe, płynna regulacja obrotów, rok prod. 2001
Wałkownica ROLLFIX FRITSCH	9 000 zł	szerokość taśmy 600 mm, długość ramion 2940 mm, sterowanie nożne
Wałkownica SEEWER RONDO	9 000 zł	szerokość taśmy 600 mm, długość ramion 1200 mm, sterowanie ręczne
Zaokrąglarka do chleba GOSTOL-GOPAN TOOS RN	17 000 zł	taśma zaokrąglająca 2000 mm, zakres wagowy 180-2300 g, wydajność do 2000 szt./h, rok prod. 1999
Zaokrąglarko-wydłużarka do chleba KEMPER SUPERBA SU-BR 2500	31 000 zł	do wszystkich rodzajów ciast, taśma zaokrąglająca 2500 mm, taśma wydłużająca 570 mm, zakres wag. 200-2000 g, wydajność do 2000 szt./h, rok prod. 1996

Ceny w zaokrągleniu do tysięcy zł. Powierzchnia pieców dotyczy powierzchni wypiekowej. Wszystkie informacje w tabeli pochodzą od sprzedawców. Tabela ma charakter poglądowy – niektóre oferty mogą być już nieaktualne. Zebrał TP.

Bake & Sweet

magazyn branży piekarskiej i cukierniczej

ZŁAP OKAZJE

Okres wakacyjny to czas wyprzedaży, promocji, obniżek cen i tzw. gratisów także w branży piekarsko-cukierniczej. Jak co roku w lipcowo-sierpniowym wydaniu naszego magazynu prezentujemy oferty firm, które specjalnie dla czytelników Bake & Sweet przygotowały ciekawe propozycje.

Interesującą wakacyjną ofertę dla piekarzy używających do produkcji pełnoziarnistej mąki orkiszowej ma firma Centrum Polska. Z kolei do końca sierpnia ULDO Polska na dwie mieszanki piekarskie daje naszym czytelnikom aż 15% rabatu. Na praktyczny prezent mogą też liczyć klienci Telko-Poland. Firma HERT wysłała na wakacje podatek VAT jaki poza ofertą promocyjną trzeba by zapłacić kupując smażalnik Riehle. Ten sam dystrybutor dla naszych czytelników obniżył też cenę zmywarki Jeros i przygotował specjalną letnią promocję na ubijaczki BEAR.

Szczegóły promocji obok. Warto z nich skorzystać już teraz, gdyż niektóre z nich są ograniczone. Kto pierwszy, ten lepszy...

Kolejne promocyjne obniżki cen znajdziecie załamach Bake & Sweet jesienią.

Ubijaczki BEAR serii ERGO, model AE60 VL-4



LETNIA PROMOCJA! Tylko do 31 sierpnia wyjątkowy rabat!
Liczba maszyn objętych promocją ograniczona.

BEAR VARIMIXER, duński producent z prawie 100 letnim doświadczeniem w produkcji ubijaczek! Ponad 400 tys. mikserów pracujących w piekarniach i cukierniach całego świata. Jakość! Wytrzymałość! Bezpieczeństwo!

Miksery serii ERGO (ergonomia) polecane są jako główne ubijaczki do pracy w piekarniach i cukierniach oraz pizzeriach i kuchniach hotelowych i restauracyjnych.

Zalety modeli serii AE:

- „ERGO” znaczy „ergonomia” i jest bezpośrednio związane z mocą silnika, z którego udało się wyciągnąć wielką moc KM przy zachowaniu jego pierwotnej mocy w kW.
- napęd regulowany falownikiem (zakres: 47-257 obr./min)
- korpus ubijaczek wykonany w wersji malowanej
- elektroniczny panel sterujący VL-4 z funkcją zapamiętywania programów REMIX
- ubijaczki wykonane z zabezpieczeniem IP54 (można myć bieżącą wodą)



- zaciłkowy system pozycjonowania dzieży z produktem
- bogate wyposażenie: dzieża główna, dzieże półkolkowe i pośrednie, hak, mieszadło, 4 nożące róg, zgarniak
- w dzieży 60L można przygotować aż 40 kg ciasta AK70% (np. ciabotta)

HERT Alcosoria
ul. Cielieńcza 4a, 03-231 Warszawa
tel. 507 068 502, e-mail: sklep@hert.pl
www.hertalcosoria.pl



Smażalniki Riehle Linie 2000



VAT na wakacjach!



Smażalniki Riehle Linie 2000 pół- i automatyczne urządzenia do smażenia w głębokim tłuszczu produktów unoszących się na powierzchni tłuszczu oraz zanurzonych, takich jak: pączki, kulkietwarogowe, donaty, grzańka itd.

Zalety:

- specjalna szafka - załadunek całego smażalnika razem, jednym ruchem ręki,
- automatyczne obracanie pączków
- sygnalizacja dźwiękowa zakończenia smażenia,
- zamknięta pokrywa - dogarowanie spodniej części kęsa ciasta w trakcie pierwszego czasu smażenia,
- wersje 36, 48 lub 60 pączków w jednym cyklu smażenia,
- kosa przewrotowa i szalki załadunkowe (4-16 rzędowe),
- wózek garowniczy (na R 91 10 tac).

HERT
ul. Cielieńcza 4a, 03-231 Warszawa
tel. 507 068 502, +48 22 59 40 533
e-mail: mb@hert.pl, www.hert.pl



Zmywarki Jeros



Pracownik na urlopie? Czystość zapewni zmywarka Jeros
- do 31.08.2012 rabat -15%

Uniwersalne zmywarki "Jeros":

- 8115 dwa obracające się ramiona myjące oraz ramiona płuczące.
- 8130 rama z dyszami myjącymi.

Modele różnią się wydajnością. Płucz z ciśnieniem niezależnym od ciśnienia wody w instalacji wodociągowej. Temperatura płukania wynosi zawsze 85°C. System automatycznego dozowania płynu myjącego oraz dezynfekującego zapewnia jednolite i ekologiczne stężenie, a tym samym pozwala kontrolować koszty i pomaga chronić środowisko.

Unikalne rozwiązania:

- budowa pokrywy,
- kran,
- możliwość podłączenia do systemu wstępnej płukania i systemu stołów bocznych.

Program samoczyszczenia z dezynfekcją maszyn.



HERT
ul. Cielieńcza 4a, 03-231 Warszawa
tel. 507 068 501, e-mail: sklep@hert.pl
www.hert.pl

Kalkrem Plus | **LINDEMANN**
food

**Promocja: Do każdego worka Kalkrem Plus – 1 szufelka Westfalia gratis!
Oferta ważna do wyczerpania zapasów.**

Czy pamiętacie Państwo stabilną jakość produktów niemieckiej firmy Westfalia Lindemann?

Oprócz takich bestsellerów jak Backstabli, margaryny Supereichplatte czy Ziehhöck warto również zapoznać się z mieszanką Kalkrem Plus.

Kalkrem Plus to prosty i szybki sposób na produkcję kremów budyniowych.

Ta warilowa w smaku i zapachu, łatwa w przygotowaniu mieszanka daje stabilny w zapieku, jak i w mrożeniu wyrób gotowy.

Receptura:

350 g Westfalia Kalkrem Plus
1000 ml wody
Składniki starannie wymieszać.
Opakowanie: worek 15 kg.



Producent: Westfalia Lindemann, Niemcy
Wylęczny Dystrybutor na terenie Polski: Telsko-Poland sp. z o.o.
Ul. Cybulskiej 19, 02-677 Warszawa
biuro@telsko.com.pl tel. +22 130 12 30 31

100% naturalny chleb orkiszowy | **CENTRUM POLSKA**

**Promocja: do każdego 50 kg mąki orkiszowej pełnoziarnistej lub typ 630 – 100 szt. bułeczek lub stykiat gratis.
Możliwość prezentacji produktu przez technologa.**



Tajemnice orkisz

Orkisz ma łagodny, przyjemny smak i jest łatwo strawny. Spożywany trzy razy dziennie w połączeniu z określonym sposobem odżywiania zwiększa odporność i usuwa toksyny. Obrabia poziom cholesterolu, zapobiega kamicy żółciowej, zmniejsza zapotrzebowanie na insulinę. Systematycznie stosowana dieta orkiszowa regeneruje cały organizm, przywracając zdrowie. Stanowi znakomite pożywienie dla pacjentów poddawanych intensywnej opiece medycznej, wcześniaków i chorowitych niemowląt. Wzmacnia narządy zmysłów, a także spowalnia procesy starzenia się.

Centrum Polska Sp. z o.o.
Opreszkowy 1A, 62-740 Tulliszewo
Tel. 63 280 39 00, fax 63 280 39 26, e-mail: centrum@centrumsp.pl
www.centrumsp.pl

Mieszanka piekarska – Uldo Chleb od Serca | **uldo**
uldo uldo uldo uldo uldo

Superpromocja : 15% rabat od ceny katalogowej, oferta ważna do 31.08.2012r.



CHLEB OD SERCA to wyjątkowa mieszanka piekarska do produkcji pszenno – żytniego pieczywa niskosodowego z dodatkiem aronii i wiesiołka.

Chleb od Serca to produkt o obniżonej o 25% zawartości sodu, wysokiej zawartości błonnika, zwiększonej ilości naturalnych przeciwutleniaczy oraz zwiększonej ilości niezbędnych niemieszanych kwasów tłuszczowych (NNKT) - to propozycja dla osób dążących do zmniejszenia podaży sodu w diecie, co pomaga w utrzymaniu prawidłowego ciśnienia krwi. Chleb od Serca został wyróżniony Certyfikatem przez Fundację Rozwoju Kardiologii im. prof. Zbigniewa Religi.

Dozwolenie w stosunku do mąki: 50%.
Opakowanie: 25 kg.

ULDO Polska spółka z ograniczoną odpowiedzialnością & Co. sp. k.
ul. Graniczna 8E, 54-610 Wrocław
Tel. (+48) 71/385 84 90, Fax (+48) 71/385 84 33
e-mail: info@uldo.pl, www.uldo.pl

Mieszanka piekarska – Uldo Czosnek | **uldo**
uldo uldo uldo uldo uldo

Superpromocja : 15% rabat od ceny katalogowej, oferta ważna do 31.08.2012r.



CZOSNEK to wyjątkowa mieszanka piekarska do produkcji uniwersalnego pieczywa mieszanego w postaci bułek, bagietek oraz chleba, z dodatkiem naturalnego czosnku, który nadaje charakterystyczny smak i aromat. Pieczywo to jest skierowane do osób ceniących sobie wyraźny smak tak cenionego w kuchniach całego świata czosnku. Poza charakterystycznymi walorami smakowymi pieczywo czosnkowe posiada również właściwości antybiotyczne i jest naturalnym przeciwutleniaczem spowalniającym procesy starzenia się organizmu.

Dodatkowo zawarte w pieczywie ziarno sojowe jest źródłem naturalnego i łatwo przyswajalnego białka oraz błonnika.

Dozwolenie w stosunku do mąki: 25%.
Opakowanie: 25 kg.

ULDO Polska spółka z ograniczoną odpowiedzialnością & Co. sp. k.
ul. Graniczna 8E, 54-610 Wrocław
Tel. (+48) 71/385 84 90, Fax (+48) 71/385 84 33
e-mail: info@uldo.pl, www.uldo.pl

JEDNA ŚMIETANA, RÓŻNE TECHNOLOGIE UBIJANIA

Tomasz Prziśięzny

Najpowszechniejszymi z urządzeń, których od lat używają cukiernicy do ubijania śmietany, są miksery i ubijaczki. Oprócz nich w pracowniach, gdzie powstaje dużo ciast i tortów, coraz częściej pojawiają się też inne, nowoczesne urządzenia, których głównym zadaniem jest przyspieszyć produkcję bitej śmietany.

W branży cukierniczej nazwy „mikser” i „ubijaczka” często używane są do określania tych samych urządzeń. W rzeczywistości oba - mimo podobnych zastosowań - różnią się nieco od siebie. Mikser wykorzystywany jest do mas wymagających większego napowietrzenia, z kolei ubijaczka cukiernicza zazwyczaj ma mniejszą prędkość narzędzi roboczych. Są jednak na rynku urządzenia, które mimo iż nazwane ubijaczkami, znacznie przewyższają swoimi parametrami typowe miksery - należą do nich np. niemieckie maszyny REGO serii S i SM. Te ubijaczki kątowe mogą osiągać prędkości nawet do 6500 obr./min,

a więc znacznie więcej niż popularne ubijaczki planetarne. Ale i te drugie urządzenia z powodzeniem wykorzystywane są przez cukierników do ubijania śmietany, zwłaszcza że niekiedy znajdują znacznie więcej zastosowań w pracowniach cukierniczych. Do takiego uniwersalnego sprzętu należą m.in. miesiarko-ubijaczki serii RE z Masz Gliwice, które oprócz opcji ubijania mogą również służyć do mieszania lekkich lub gęstych mas, ciast czy kremów.

Ta sama śląska firma dla potrzeb rzemieślniczej produkcji bitej śmietany proponuje cukiernikom również miksery planetarne typu RM i ubijaczki

serii B o czterech wielkościach dzieży (20, 30, 50 i 60 litrów) i dwóch wariantach jej podnoszenia i opuszczania (dźwigniowe lub elektryczne).

Tego typu urządzeń, które do ubijania śmietany wykorzystują ruch obrotowy różgi, jest na polskim rynku zaopatrzenia cukierni całkiem sporo, lecz niektóre z nich wyróżniają się z tego „tłumu” swoją innowacyjnością.

Należą do nich z pewnością duńskie ubijaczki Bear, które mogą współpracować z nowatorską metodą napowietrzania Air Injection System. Ta niedawno opracowana technologia, która do Polski dotarła dzięki firmie Hert zaledwie kilka



Uniwersalna miesiarko-ubijaczka serii RE oprócz bitej śmietany sprawdza się też przy produkcji lekkich lub gęstych mas, ciast czy kremów. FOT. MATERIAŁY PRODUCENTA



W automacie Prowhip pompa zasysa powietrze i śmietanę ze zbiornika, które przechodzą przez metalową rurkę ze specjalistycznymi wgłębieniami. W ten sposób śmietana jest napowietrzana aż do uzyskania odpowiedniej puszystości. FOT. PROMAG

miesiący temu, ma na celu maksymalnie skrócić czas przygotowania produktu oraz jak najbardziej zwiększyć objętość ubijanych mas.

Air Injection System składa się z dzieży, w spodzie której zamontowana jest specjalna dysza z mikroskopijnymi otworami. Doprowadzone do niej sprężone powietrze z butli lub kompresora napowietrza produkowane masy cukiernicze, zwiększając objętość produktu o 40% przy jednoczesnym zmniejszeniu czasu pracy nawet o połowę. Skuteczność tego systemu uzależniona jest jednak od kilku czynników, takich jak np. jakość śmietany.

Ten sam dystrybutor sprzętu cukierniczego może się pochwalić również dwoma innymi ciekawymi urządzeniami, które ma w swojej ofercie, są to Top Cream produkowany przez firmę Bakon i Cream-King stworzony w fabryce Hagesana. W obu maszynach zastosowano technologię wtłaczania zmrożonego powietrza, dzięki czemu śmietana ma lepszą puszystość, lekkość i delikatność. Jest też trwalsza i stabilniejsza - dekoracja z tak ubitej masy zachowuje ostre krawędzie nawet do dwóch, trzech dni (w zależności o warunków produkcji i przechowywania produktów). Ta metoda okazuje się też znacznie wydajniejsza niż przy tradycyjnym ubijaniu mikserem, gdyż - w zależności od jakości surowca - pozwala uzyskać nawet o 30-50% więcej produktu. W efekcie z 1 litra śmietany cukiernik otrzymuje aż 4 litry ubitej masy.

Oto kilka podstawowych różnic między sprzętem wspomnianych producentów. Hagesana oferuje urządzenia o pojemnościach: 0,5-3 l, 1-6 l, 2-10 l i 4-20 l, natomiast Bakon o pojemnościach 1-5 l, 2-10 l oraz 5-30 l. Top Cream ma wbudowaną płytę chłodzącą, która utrzymuje niską temperaturę (ok. 7 stopni C) nie tylko podczas ubijania śmietany, ale również po zakończonym procesie. Produkt nie musi być więc wykorzystany od razu po ubiciu, można go przechowywać przez dłuższy czas w maszynie. Urządzenia Cream-King mogą mieć różne rodzaje sterowania, podczas gdy maszyny Top Cream tylko elektroniczne. Z kolei sprzęt Bakon ma wbudowany system ozonowania, a maszyny Hagesana mają możliwość sterylizacji za pomocą ozonu tylko w wersji opcjonalnej, specjalnie wzbogaconej.

W zakładach cukierniczych korzysta się także z urządzeń automatycznych, w których proces ubijania surowca również znacznie różni się od tradycyjnego.

W automatach Probar i Prowhip produkowanych przez Promag znajduje się pompa, która jednocześnie zasysa powietrze i śmietanę ze zbiornika, przemieszczając je przez „żelazny labirynt” - rurkę metalową ze specjalistycznymi wgłębieniami. Podczas tej „podróży” śmietana jest stopniowo napowietrzana aż do uzyskania odpowiedniej puszystości, charakterystycznej dla procesu tradycyjnego ubijania. Cechami opisywanych urządzeń, które znaleźć można w ofercie słupskiej firmy Vegagastro, są m.in.: płynna regulacja napowietrzania śmietany, dozowanie produktu zawsze przy zachowaniu jego prawidłowej temperatury, zawór uniemożliwiający powrót śmietany do zbiornika, automatyczne sterowanie temperaturą oraz łatwy montaż i demontaż podzespołów, co ma uprościć i przyspieszyć mycie urządzenia. Automaty doposażyć można w opatentowaną przez Vegagastro specjalną głowicę obrotową, która znacznie ułatwia nabijanie rurek.

Do szybkiej produkcji bitej śmietany służą też automaty Top i MiniTop włoskiej firmy Bravo, które oprócz lokali gastronomicznych (kawiarni, lodziarni, restauracji) mogą znaleźć zastosowanie przy bezpośredniej produkcji wyrobów cukierniczych. Zwłaszcza że są to urządzenia o sporej wydajności - w zależności od modelu wynosi od 80 lub 100 l/h. Automaty mają m.in. elektroniczne sterowanie temperaturą i kompletne chłodzenie maszyny aż do dyszy dozującej, co ma zapewnić zarówno optymalną i stałą jakość, jak również homogeniczność produktu oraz odpowiednią higienę produkcji. Bitą śmietaną z tych urządzeń można dozować w sposób ciągły lub przerywany, a aby ułatwić cukiernikowi pracę, maszyny mogą być opcjonalnie wyposażone w system sterowania pedałem nożnym. Udogodnieniem w cukierni okażą się też inne rozwiązania zastosowane w automatach firmy Bravo, takie jak bezpośrednia praca z pojemnikiem zewnętrznym czy kontrolowane dozowanie w celu napełniania worka do szprycowania.



Top Cream dzięki wbudowanej płycie chłodzącej utrzymuje niską temperaturę, więc produkt może być przechowywany w maszynie przez dłuższy czas po jego ubiciu. FOT. BAKON



Intensywnemu, równomiernemu wtłaczaniu zamrożonego powietrza do masy w zbiorniku urządzenia Cream-King towarzyszy łagodne mieszanie specjalistycznym mieszadłem w formie siatki. FOT. HAGESANA

CHLEB

POKROJONY NA ŻYCZENIE

Tomasz Przysiężny

Zaletą małych sklepów z pieczywem jest przede wszystkim świeżość i jakość sprzedawanych chlebów. Dla sporej grupy klientów znaczenie ma również ich personalne potraktowanie przez sprzedawcę, czego nie ma w dużych super- i hipermarketach. Tam chleb jest już zapakowany i pokrojony na kromki, o których wielkości zdecydował piekarz. W małym punkcie sprzedaży można zażyczyć sobie pieczywa w grubszych lub cieńszych kawałkach pod warunkiem, że sklep będzie miał odpowiednią kralajnicę. Na Zachodzie jest to już standardem, u nas - nie zawsze.



Największym minusem kralajnic z nożami taśmowymi jest z góry ustalona grubość ciętych bochenków, której nie można regulować na życzenie konsumenta.
FOT. B&S

Rodzaje i modele kralajnic do chleba, które dostępne są na polskim rynku, nie powinny piekarzowi nastroczać trudności z wyborem maszyny odpowiedniej dla potrzeb zakładu. Obok dużych przemysłowych nie brakuje też mniejszych sklepowych. Od niedawna w większych punktach handlowych pojawiają się też urządzenia samoobsługowe, które pozwalają klientom pokroić chleb we własnym zakresie. Dla małych firmowych sklepów w zupełności wystarczą jednak kralajnice stołowe, które zajmują niewiele miejsca, zużywają niedużo ener-

gii i mają odpowiednią wydajność krojenia. Należą do nich m.in. kralajnice firmy JAC.

NOŻE TAŚMOWE

O klasie i popularności tych urządzeń świadczy m.in. fakt, że aż czterech czołowych polskich dystrybutorów sprzętu dla branży piekarsko-cukierniczej ma w swoich ofertach maszyny tego producenta.

Najmniejszym ze sklepowych modeli jest kralajnica stołowa Pico, która m.in. dzięki łatwości użycia i jakości krojenia przyciąga

zazwyczaj uwagę właścicieli małych piekarni i sklepów. To ergonomiczne urządzenie zajmuje też niewiele miejsca, co w niewielkich punktach handlowych i zakładach produkcyjnych ma istotne znaczenie.

Wydajność tej kralajnicy waha się od 150 do 200 bochenków na godzinę. Dystrybutorzy sprzętu wyjaśniają, że wiele zależy od rodzaju i temperatury krojonego pieczywa oraz od umiejętności operatora maszyny. Przypisać trzeba, że jest to wydajność wystarczająca dla potrzeb sklepów - pokrojenie chleba mieszanego, bułki wrocławskiej czy chleba foremkowego zajmuje mniej niż pół minuty. Dostępne grubości kromek to w wersji standardowej 11 lub 12 mm. Można jednak zamówić kralajnicę z innym rozstawem noży w przedziale od 8 do 16 mm (wersje opcjonalne). Trzeba jednak pamiętać, że sprzęt ten nie ma możliwości regulacji grubości krojonego pieczywa.

Obsługa kralajnicy półautomatycznej Pico nie jest skomplikowana. Maszyna ma dźwignię, za pomocą której pracownik ustawia ogranicznik dociskający chleb do noży w położeniu, które umożliwia włożenie bochenka do kralajnicy. Ogranicznik ten za pomocą sprężyny powraca w swoje pierwotne położenie, a chleb przechodząc przez noże jest krojony pod kątem około 45 stopni. Po przekrojeniu pieczywo można położyć na specjalnej podstawie i w prosty sposób zapakować do woreczka.

Większa wydajność i zaawansowana automatyzacja to cechy innego urządzenia tego samego producenta - kralajnicy stołowej Picomatic. Dzięki niej można pokroić do 250 bochenków chleba na godzinę, a pracą maszyny steruje się

nie za pomocą dźwigni, lecz dzięki elektronicznemu panelowi. Pozwala on wybrać kilka różnych opcji, np. przekrojenie tylko jednego bochenka (po tej czynności maszyna się wyłącza) lub krojenie powtarzalne (urządzenie samodzielnie wykonuje kolejne cykle). Sterownik daje też możliwość ustawienia minimalnego i maksymalnego nacisku popychacza na chleb oraz pozwala określić czas przerwy dla popychacza. Taka pauza jest niezbędna, gdy maszyna pracuje w trybie automatycznym - operator urządzenia musi mieć czas, aby wyjąć pokrojony chleb i włożyć nowy bochenek. Proces krojenia odbywa się podobnie w poprzednim modelu, z tą różnicą, że krajalnica sama automatycznie ustawia ogranicznik dociskający chleb do noży i nie trzeba tego robić dźwignią, ręcznie. Również i w przypadku tego urządzenia nie ma możliwości, aby na bieżąco sterować szerokością rozstawu noży, a co za tym idzie grubością kromek chleba.

NOŻE TARCZOWE

Firma Hert, która w swojej ofercie ma krajalnice JAC, jest też polskim dystrybutorem sprzętu MHS Schneidetechnik. Te niemieckie urządzenia idą w parze z trendami, jakie na europejskim rynku pieczywa dyktuje moda na to, aby chleby było krojone... kromka po kromce. Jakie zalety ma zastosowanie tarczy krojącej w maszynach MHS w porównaniu do krajalnic JAC, w których są tradycyjne noże taśmowe? Podstawowa, ale zarazem bardzo istotna różnica to możliwość wyboru grubości kromki w zakresie od 4 do 24 mm bezpośrednio przed krojeniem bochenka. Jak już wspominaliśmy, w krajalnicach z nożami pracującym w ruchu posuwisto-zwrotnym takiej możliwości wyboru nie ma.

MHS Ideal to stołowe urządzenie z nożem tarczowym do krojenia wszelkiego rodzaju pieczywa, zarówno mieszanego jak również 100% żytniego. Nożem tarczowym wykonanym ze stali węglowej pokrytej teflonem można kroić jednak nie tylko świeże pieczy-



■ Krajalnice stołowe z nożem sierpowym Aurea firmy Lebema są produkowane w wersjach dla bochenków o długości do 280 mm lub do 320 mm.
FOT. MATERIAŁY PRODUCENTA

wo o mocnej strukturze miększu, ale również delikatne rolady biszkoptowe. Trwałość noża określa się na około 600 tys. przekrojonych kromek (20-30 tys. bochenków chleba), chociaż niektóre źródła podają, że jednym ostrzem można ukroić nawet milion kawałków pieczywa.

Niemieccy konstruktorzy z MHS Schneidetechnik zastosowali w krajalnicach tarczowych ciekawe rozwiązanie technologiczne, dzięki któremu nie dochodzi do zlepiania się kromek. Nóż odcinając poszczególne kawałki chleba odrzuca je pod skosem na ryflowany stół, który delikatnie wibruje uniemożliwiając tym samym sklepanie się chleba. Jest to bardzo ważna zaleta krajalnic MHS, które nie potrzebują systemu olejenia - zapewnia polski dystrybutor tych maszyn. Ciekawym rozwiązaniem jest też możliwość wstępnego cięcia pieczywa na połówki - maszyna automatycznie dokładnie odmierza bochenek i dzieli go na dwie równe części, które następnie może pokroić na kromki.

Niewątpliwie dużą zaletą modelu MHS Ideal jest możliwość wyboru jego opcjonalnej wersji, która potrzebuje zasilania prądem 230 V. Do pracy modelu MHS Ideal XL, który przeznaczony jest zarówno do krojenia chleba w punkcie sprzedaży jak i zakładzie piekarskim potrzebne jest już napięcie 400 V.

NOŻE SIERPOWE

Od kilku miesięcy na polskim rynku za sprawą firmy Masz Gliwice pojawiły się nowe krajalnice sierpowe niemieckiej firmy Lebema. Również i one są przystosowane do cięcia wszystkich rodzajów chleba świeżego, a ostrze tnące nie wymaga smarowania. Krajalnice te także mogą kroić chleb w całości lub wstępnie na połówki. Dzięki możliwości odpowiedniej regulacji noży ich ustawienie pozwala uzyskać kromki o grubościach od 3 do 25 mm. Krajalnica stołowa sierpowa Aurea ma wydajność do 221 kromek na minutę. Mniejszy model tego urządzenia przystosowany jest do bochenków o długości do 280 mm, a większy do pieczywa do 320 mm.

Czy przyszłość krojenia pieczywa będzie należeć do maszyn z nożem tarczowym lub sierpowym? Trudno teraz wyrokować, ale z pewnością posiadanie takiego sprzętu w sklepie piekarniczym może okazać się dobrym zabiegiem marketingowym i przyciągnąć klientów, którzy chcą, aby ich chleb był pokrojony na kawałki, jakie lubią najbardziej. Nie za grube, nie za cienkie, ale w sam raz. ■

Na podstawie materiałów firm Hert, Geth, Cream, Jackowski, Masz Gliwice.



■ W krajalnicach JAC narzędziem tnącym są noże taśmowe, które wymagają ciągłego smarowania.
FOT. MATERIAŁY PRODUCENTA

WIAZAĆ CZY KLIPSOWAĆ?

Tomasz Przysiężny

Pakowanie chleba w worki foliowe to już nawet w niewielkich piekarniach standard. Podobnie jak oznaczanie terminu przydatności do spożycia, które jest wymagane przez prawo. Czy oplota się osobno zamykać woreczki i osobno naklejać datę? Nowoczesne systemy, które wykonują te dwie czynności naraz, mają też inne zalety.



5-mm taśma clipband ma miejsce na jedną, a 7-mm nawet na dwie informacje, które można wydrukować na klipsie (np. data i cena).

Fot. B&S

Najtańszym i najprostszym rozwiązaniem zamykania woreczków z pieczywem są maszyny nazywane wiązarkami albo twięciarkami. Pierwsza nazwa pochodzi od sposobu, w jaki woreczek jest zamykany, druga - od rodzaju taśmy wykorzystywanej do tej czynności. Jest ona wykonana z plastiku lub papieru z jednym drucikiem pośrodku. W zależności od potrzeb może być on cieńszy lub grubszy, co daje mniejszą lub większą sztywność zamknięcia. Różnokolorowe rolki z taśmą twistband mają zazwyczaj 500, 600 m długości i stosowane są w półautomatycznych i automatycznych maszynach. Samo zamknięcie polega na skręceniu taśmy. Rozwiązanie takie wykorzystywane jest m.in. w Tach-It 3567 - półautomatycznym urządzeniu o napędzie elektrycznym lub w pneumatycznych maszynach firmy Znakpak: Mini 100 Twist i Mini Twist 140/160. Twistband na rolce zakłada się z tyłu

maszyny, a podczas zamykania taśma rozwija się automatycznie. Minusem tego rozwiązania jest jednak brak możliwości nadruku terminu przydatności do spożycia bezpośrednio na taśmie, gdyż jest ona zbyt wąska. Poza tym po zamknięciu woreczka taśma jest skręcona, a więc nawet gdyby na twistbandzie pojawiła się jakakolwiek informacja, to i tak byłaby ona nieczytelna dla kupującego pieczywo w tak zamkniętym opakowaniu. Korzystanie z wiązarek wymaga więc „pomocy” np. metkownicy, na której można wydrukować datę i nakleić ją na woreczek, lub też odpowiedniej drukarki do bezpośredniego nanoszenia napisów na folii. Więcej możliwości dają klipsownice, które mają też dodatkową zaletę docenianą przez konsumentów pieczywa - klipsy łatwiej otworzyć i ponownie zamknąć niż wcześniej opisywane twisty. O popularności klipsownic świadczy też m.in. fakt, że na rynku zaopa-

trzenia branży spożywczej znacznie więcej jest urządzeń wykorzystujących taśmę clipband niż wiązarek na wspomniany twistband.

Clipband to co prawda również najczęściej plastikowa lub papierowa taśma, lecz wzmocniona nie jednym a dwoma drucikami umieszczonymi na jej brzegach. Clipband może być też wykonany wyłącznie z plastiku bez drucików albo też aluminiowy. Ten ostatni nie znajduje jednak zastosowania w zakładach branży piekarsko-cukierniczej. W przypadku tej taśmy, zamykanie nie polega na skręceniu, lecz zaciśnięciu jej na woreczku. Clipbandy są szersze niż twistband i łatwo na nich umieścić potrzebną informację.

Jeszcze do niedawna głównym źródłem zasilania maszyn klipsujących było sprężone powietrze. Do takich pneumatycznych urządzeń zaliczyć można m.in. Mini SM 35A7 firmy Znakpak, które po podłączeniu do drukarki może być nośnikiem nawet dwóch różnych informacji, takich jak np. data i nr serii (zmieszczą się one na taśmach o szerokości 7 mm). Wydajność tego urządzenia to 40 zamknięć na minutę, lecz trzeba pamiętać o tym, iż wiele zależy od umiejętności pracownika obsługującego maszynę. Zasada ta dotyczy nie tylko tej, ale wszystkich ręcznych klipsownic różnych producentów.

Urządzenia do klipsowania znaleźć można też w ofercie firmy Silny & Salamon. Również i te maszyny zasilane są pneumatycznie powietrzem o ciśnieniu 6 bar, którego zużywają 50 l na minutę pracy. Zastosowanie 600-metrowej rolki wystarczy na 15 000 zamknięć. W zależności od modelu, urządzenia tego producenta mogą pracować z clipbandami papierowymi lub plastikowymi z dwoma drucikami, a także z taśmą aluminiową.

Zadaniem półautomatycznego urządzenia Pak-Trend K-18 jest podanie taśmy, wydrukowanie daty zamknięcia (drukarka Pak-Trend 01 jest

integralną częścią klipsownicy), odcięcie oraz zamknięcie klipssem chleba umieszczonego w woreczku. Wszystkie te czynności wykonywane są automatycznie, lecz samo założenie worka oraz jego wyjęcie trzeba zrobić ręcznie. Ciekawostka: to pneumatyczne urządzenie znaleźć można na rynku po różnymi nazwami i w ofercie różnych firm, ale jest to ta sama polska maszyna.

Od kilku lat piekarze mają możliwość korzystania również z niemieckich klipsownic EC 130 firmy Hartmann. Jest to urządzenie do specyficznego zastosowania, które sprawdza się zwłaszcza w zakładach, gdzie liczy się przestrzeń - zapewnia firma HERT, polski dystrybutor tego sprzętu. EC 130, podobnie jak wcześniej opisywane urządzenia, wymaga podłączenia do sprężonego powietrza. Opakowania z pieczywem przeznaczone do zamknięcia mogą być podawane ręcznie lub przy pomocy poziomego systemu owijania. Opcjonalnie maszynę można doposażyć w datownik.

Najnowszym trendem na rynku klipownic są urządzenia całkowicie elektryczne, a więc pozbawione konieczności zasilania sprężonym powietrzem. Z takich nowości wymienić trzeba oferowaną przez Znakpak klipsownicę M-408 zasilaną prądem 230 V, której niewątpliwą zaletą jest bardzo cicha praca w porównaniu z tradycyjnymi maszynami pneumatycznymi.

Podobne elektryczne, półautomatyczne urządzenie wprowadziła na polski rynek również firma Dantom. Jej niewielka przenośna klipsownica przystosowana jest do pracy z plastikowymi taśmami, na których datę przydatności do spożycia lub numer serii produkcji można nanieść za pomocą drukarki z gorącym nadrukiem.



Kwik Lok to amerykański pomysł na szybkie zamykanie opakowań, m.in. woreczków z pieczywem. Fot. MATERIAŁY PRODUCENTA

Oprócz twiściarek i klipownic (nazywanych też klipsiarkami) coraz częściej zakłady piekarsko-cukiernicze, w których pakuje się wyroby w worki foliowe, korzystają również z zamykarek na klipsy typu Kwik Lok.

Do takich urządzeń zaliczyć trzeba amerykańskie zamykarki Kwik Lok 1002DP, w których osoba obsługująca samodzielnie zakłada (wciśka) worek na klips, a następnie ręcznie odrywa go od taśmy, oraz Kwik Lok 086-200P - woreczek wkładany jest w specjalną szczelinę, a nałożenie klipsa oraz odcięcie od taśmy następuje automatycznie. W obu tych elektrycznych urządzeniach na klipsie może pojawić się data wydrukowana za pomocą stalowych czcionek, które wybijają ją przez taśmę drukującą (drukarki są w dodatkowym wyposażeniu).

Z kolei Kwik Lok 088-APR to zamykarka z własnym transporterem wciągającym woreczek. Robiąc to, maszyna układa z folii tzw. pióropusz ponad zamknięciem, co daje efekt bardzo estetycznie zapakowanego produktu. 088-APR współpracuje z plastikowym klipsem typu J-NRP, na którym obok daty i numeru partii produktu znajdzie się też miejsce na wydrukowanie ceny.

Klipsy zamykające produkowane przez amerykański Kwik Lok są wykonane z grubego plastiku, przez co nadają się do wielokrotnego zdejmowania i zakładania na opakowanie. Do wyboru jest kilkanaście wielkości otworu na klipsie, co pozwala optymalnie dopasować je do typu i wielkości woreczka. ■

DOWÓD / POKWITOWANIE DLA ODBIORCY	nr rachunku odbiorcy 13102019090000390201355395	
	odbiorca BCM Biznes sp. z o.o. 83-110 Tczew ul. 30 Stycznia 42	
	kwota 105,00	
	zlecienniodawca	
	ulica, nr domu	
	kod pocztowy miejscowość	
	NIP	
	Stowarzyszenie BCM Biznes sp. z o.o. ul. Wolności 140A 83-110 Tczew	
	Polecenie przelewu / wpłata gotówkowa	
	nazwa odbiorcy BCM Biznes sp. z o.o.	
nazwa odbiorcy od. 83-110 Tczew, ul. 30 Stycznia 42		
ik.	nr rachunku odbiorcy 13102019090000390201355395	
	waluta PLN	
	kwota 105,00	
nr rachunku zlecienniodawcy (przelew) / kwota słownie (wpłata)		
nazwa zlecienniodawcy		
nazwa zlecienniodawcy cd., NIP		
tytułem		
Roczna prenumerata Bake&Sweet		
Upoważniam BCM Biznes sp. z o.o. do wystawienia faktury VAT bez mojego podpisu		
cplata		
pieczęć, data i podpis(y) zlecienniodawcy		
odcinek dla banku odbiorcy		



opłata

CIASTO PARZONE

TRADYCYJNA NAZWA, NOWOCZESNA TECHNOLOGIA

Tomasz Przysiężny

Ptysie, eklery, karpotka, gniazdka - to tylko niektóre z produktów, jakie można otrzymać z ciasta parzonego. Tradycyjna metoda jego przygotowania jest jednak pracochłonna, co niekiedy zniechęca cukierników do zwiększenia dotychczasowej produkcji tych wyrobów. Na ratunek spieszą gotowe mieszanki, których głównym zadaniem jest ograniczyć do minimum czas i pieniądze potrzebne do przygotowania ciasta.

Przypomnijmy, że tradycyjnie ciasto parzone wymaga zagotowania wody z tłuszczem oraz mąką i energicznego rozcierania cały czas podgrzewając masę. Do odrobiny wystudzonej, ale wciąż jeszcze ciepłej zaparzonej masy trzeba stopniowo dodawać jajka i cały czas ucierać, aż do momentu uzyskania ciasta o gładkiej konsystencji. Gdy policzymy czas wszystkich tych czynności, to od rozpoczęcia gotowania wody do otrzymania gotowego ciasta, którym będzie można napełnić worek cukierniczy, minie kilkadziesiąt minut.

SZYBCIEJ ZNACZY TANIEJ

Zupełnie inaczej przygotowuje się takie samo ciasto, lecz z mieszanek cukierniczych. W zależności od produktu, a jest ich do wyboru całkiem sporo, gotową do szprycowania masę otrzymamy po dosłownie kilku minutach - niektórzy producenci zapewniają, że już po dwóch. Co istotne, ciasto przygotowywane jest z ciepłą a nie gorącą wodą, co z jednej strony znacznie ułatwia jego obróbkę, a z drugiej - jest ekonomiczniejsze, gdyż zużywa się znacznie mniejsze ilości prądu lub gazu niż w przypadku zaparzania masy podczas tradycyjnej obróbki. Przy średniej wielkości produkcji wyrobów z ciasta parzonego, wspomniane oszczędności mogą być nawet większe niż różnice między ceną gotowej mieszanki a cenami surowców potrzebnych do tradycyjnego przygotowania ciasta. Również niektórzy cukiernicy-rzemieślnicy dostrzegli już ekonomiczny aspekt korzystania z gotowych mieszanek oraz ich znaczący wpływ na zmniejszenie zużycia energii i z tradycji „przerzucili się” na oszczędną nowoczesność.



Smaki i formy dekoracji eklerów z ciasta parzonego mogą być ograniczone jedynie przez brak wyobraźni cukiernika. Autorowi ciastek na zdjęciu z pewnością pomysłowości nie brakuje.
FOT. UNIFINE

WYSTARCZY TYLKO CIEPŁA WODA

Do takich produktów, które w bardzo krótkim czasie pozwalają uzyskać gotowe ciasto na eklery czy ptysie bez kłopotliwych i pracochłonnych zabiegów związanych z dotychczasowym procesem produkcyjnym,

należy m.in. mieszanka Brandteigmix produkowana przez Bender-Iglauer Backmittel GmbH, a dostępna na naszym rynku w ofercie firmy CSM Polska. Aby maksymalnie ułatwić pracę cukierników jest to gotowy miks, który w odpowiednich proporcjach wystarczy połączyć z wodą o temperaturze



LINNORD

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



Przy produkcji spodów do karpatek cukiernicy coraz częściej korzystają z gotowych mieszanek, takich jak np. KOMPLET Ciasto Parzone.
FOT. KOMPLET



Kompozycja ciasta parzonego Brandmasse to kompletna mieszanka z jajami, którą wystarczy jedynie zmieszać z ciepłą wodą.
FOT. DIAMANT



Wyroby cukiernicze z mieszanki Ciasto Parzone produkowanej przez firmę Martin Braun.
FOT. MARTIN BRAUN

50-60 stopni C. Producent zapewnia, że już po 2-3 minutach mieszania ciasto uzyskuje gładką, jednolitą konsystencję. W przypadku używania tego produktu nie ma potrzeby dodawania innych surowców, gdyż mieszanka ma w swoim składzie już m.in. jaja w proszku oraz olej roślinny.

Jajka są również w kompozycji ciasta parzonego Brandmasse, którą znaleźć można w ofercie firmy Diamant Polska. Miks ten ma szerokie i różnorodne możliwości zastosowań (m.in. słomka i groszek ptysiowy), dlatego też adresowany jest zarówno dla piekarni jak i cukierni. Łatwy w przygotowaniu produkt wystarczy jedynie zmieszać z ciepłą wodą, co - jak twierdzi producent - gwarantuje zawsze wysoką i jednolitą jakość wyrobów finalnych przy zachowaniu korzystnej kalkulacji cenowej.

EKLERY Z RĘKAWA LUB MASZYNOWO

Olej roślinny i jaja trzeba za to dodać do mieszanki Ciasto Parzone oferowanej przez firmę Credin. Jak zapewnia producent, jej stosowanie również gwarantuje zawsze dobrą i jednolitą jakość wyrobów gotowych, których smak i kolor jest ponoć lepszy w porównaniu z ciastem przygotowanym metodą tradycyjną. Także i w tym przypadku istotne są szybkość (tylko około 3 minut mieszania masy) i łatwość przygotowania ciasta (nie ma konieczności zaparzania mąki).

Jaja i olej niezbędna są też, aby otrzymać ciasto parzone z kompletnej mieszanki Basis Brand produkowanej przez Zeelandię. Po jego wyrobieniu można wypiec np. eklery i ptysie o dużej objętości, charakterystycznym karbie i właściwie uformowanym wnętrzu.

Ten sam miks połączony jedynie z wodą da gotową masę do wyrobu gniazdek poznańskich, które mogą być formowane za pomocą rękawa lub maszynowo. Zaletą ciasta jest m.in. minimalne nasiąkanie tłuszczem podczas smażenia. Między innymi dzięki temu gniazdzka przygotowane na bazie mieszanki Basis Brand mają z zewnątrz chrupiącą skórkę, ale za to miękkie i wilgotne wnętrze.

SZKODA CZASU NA STUDZENIE

O tym, że ptysie, eklery czy karpátka to bardzo popularne wyroby, które znaleźć można w ofercie niemal każdej cukierni, wie też dobrze firma Master Martini. Aby ułatwić pracę zarówno rzemieślnikom, jak i półprzemysłowym producentom wyrobów cukierniczych, oferuje im ciasto parzone pod nazwą Fiorfiore Frittellino. Jest to 100% mieszanka cukiernicza opracowana i przygotowana na bazie mocnej włoskiej mąki. Również i ten miks po dodaniu wody, oleju i jaj wymaga zaledwie kilku minut mieszania, aby uzyskać jednolite i gładkie ciasto gotowe do formowania i wypieku. Fiorfiore Frittellino znakomicie nadaje się też do produkcji gniazdek poznańskich - zapewniają technologowie z Master Martini dodając, że ciasto to charakteryzuje się delikatnymi ściankami, bardzo dobrym smakiem i powtarzalnością wykonania.

Mieszankę na proste w przygotowaniu i z gwarancją powtarzalności ciasto parzone cukiernicy znajdą też w bogatej ofercie miksów produkowanych przez firmę Martin Braun. Oczywiście produkt ten również nie wymaga zaparzenia mąki wrzącym tłuszczem z wodą. Wszystkie składniki z receptury mieszane są razem w temperaturze pokojowej i gotowe do formowania wypieków. Pozwala to zaoszczędzić m.in. czas, jaki w przypadku tradycyjnej metody przygotowywania ciasta parzonego pochłania samo wystudzenie gorącej masy przed jej szprycowaniem.

ILE PRĄDU ZUŻYJE MIKSER W TRZY MINUTY?

W cukiernictwie (do słodkich ciast i deserów), a także w gastronomii (do przygotowania słonych zakąsek czy przystawek) znajdują zastosowanie również inne koncentraty ciasta parzonego: Apetyka firmy Eco Trade oraz Ekler Mix z Unifine. Ten drugi producent wskazuje, że obok oszczędności czasu i energii, jaki daje stosowanie jego mieszanki, ciasto nie jest do końca pozbawione tradycyjnych metod przygotowania - Ekler Mix oprócz wody wymaga dodatku oleju i jaj.

Składniki te niezbędne są też przy korzystaniu z SUCREA Eclair Mix 0, mieszanki oferowanej przez Unifine. Jej niewątpliwą zaletą jest stosunkowo niska temperatura wody, jaką trzeba użyć do otrzymania ciasta - zaledwie 30 stopni C.

Z kolei firma KOMPLET w swojej recepturze na eklery, ptysie czy karpatkę z wykorzystaniem mieszanki KOMPLET Ciasto Parzone zaznacza wyraźnie, że miks miesza się z zupełnie zimną wodą. Korzystanie z tego produktu całkowicie eliminuje więc potrzebę jej podgrzewania, a tym samym koszty zużycia energii potrzebnej do przygotowania masy do wypieku ograniczone są do absolutnego minimum, czyli... do zaledwie trzech minut pracy miksera.

Do wypieku eklerów, wietrzników i parzonych ciastek dekoracyjnych można użyć też 100% mieszanki KOMPLET Brandmix+Ei, którą łączy się m.in. z wodą, jajami i proszkiem do pieczenia. Ten sam produkt zmieszany jedynie z wodą pozwala otrzymać gładką masę do gniazdek i produkcji m.in. ptysiów oraz krążków ptysiowych, które smażone będą na głębokim oleju. ■

WARTO WIEDZIEĆ

Podczas pieczenia ciasta parzonego woda gwałtownie odparowuje, a wewnątrz masy powstaje pusta komora. Zbyt wczesne otwarcie pieca może spowodować opadnięcie ciasta. Pod koniec pieczenia trzeba go jednak lekko otworzyć, aby uszedł nadmiar pary.

Dobrze zrobione ciasto zwiększa swoją objętość w czasie pieczenia prawie trzykrotnie. Trzeba to mieć na względzie przy szprycowaniu ciastek i zachować między nimi odpowiednio dużo wolnego miejsca do rozrostu.

Ciasto parzone wymyślono w pierwszej połowie XIX wieku we Francji - od tamtej pory receptura na nie niemal wcale nie uległa zmianom. Z kolei ponad 130 lat liczy sobie przepis na Paris-Brest, czyli wieniec eklerkowy z kremem pralinkowym, który znaleźć można w wielu paryskich cukierniach. Na polskim rynku ten atrakcyjny wyrób z ciasta parzonego jest niemal zupełnie nieznaną. A szkoda...

W cukiernictwie ciasto parzone napełniane jest słodkimi kremami czy bitą śmietaną z przeróżnymi dodatkami. Eklery przygotowane bez dodatku cukru mogą być jednak urozmaiceniem również oferty piekarniczej. Takie ciastka parzone można przekładać np. wytrawnymi pastami z sera śmietankowego z dodatkiem szczypiorku, pesto lub pastą jajeczną i oferować klientom jako alternatywę dla tradycyjnych kanapek.



Kompletna mieszanka Basis Brand gwarantuje wypiek eklerów o dużej objętości, charakterystycznym karbie i właściwie uformowanym wnętrzu - zapewnia producent mixu. FOT. ZEELANDIA



W cukiernictwie ptysie napełniane są słodkimi kremami lub bitą śmietaną, ale mogą być też przekładane wytrawnymi pastami, np. twarogowymi lub jajecznymi. FOT. ECO TRADE



Paris-Brest, czyli wieniec eklerkowy z kremem pralinkowym to bardzo atrakcyjny wyrób z ciasta parzonego, który w Polsce jest niemal zupełnie nieznaną. FOT. MATERIAŁY WŁASNE

LATO O SMAKU JOGURTU

Aneta Marczak

Ciasta na bazie jogurtu wciąż jeszcze kojarzą się przede wszystkim z sezonem letnim. Tymczasem klienci chętnie kupują je przez cały rok. Zwłaszcza że na rynku mamy coraz szerszą ofertę koncentratów do produkcji ciast jogurtowych.

Jaki jest przepis na sukces, gdy na dworze upał, a klienci zamiast wyrobów cukierniczych coraz częściej wybierają lody? Ciasta na bazie jogurtu. Lekkie, delikatne, wypełnione owocami sezonowymi bądź budyniem. Często z galaretką. Serwowane w formie deseru z gałką lodów bądź bitą śmietaną. Skondensowany smak lata.

Cukiernicy, którzy zdecydowali się na wprowadzenie ich do oferty swoich zakładów są przekonani, że moda na ciasta jogurtowe zaagościła w Polsce na dobre.

- Podobnie jak ciasto piaskowe czy drożdżowe, również jogurtowe na stałe już wpisało się w upodobania Polaków - zauważają przedstawiciele Piekarni Wanda z Otwocka, do której po ciasta jogurtowe przyjeżdża pół Warszawy. W tym tradycyjnym zakładzie, którego historia sięga lat 30. ubiegłego wieku, ciasta wypieka się według starych receptur, wyrabia ręcznie, używa naturalnych składników.

- Nasze wypieki przygotowujemy na prawdziwym jogurcie - zdradzają pracownicy Piekarni Wanda. - Dzięki temu pozostają one długo wilgotne. Oczywiście ważna jest również odpowiednia technologia, w tym sposób mieszenia i wypieku, a także nasza unikalna i dopracowana receptura - dodają.

MAŁE BLACHY I DUŻO OWOCÓW

Wygląd i smak ciasta jogurtowego różni się nieco w zależności od regionu Polski. Mieszkańcy okolic Warszawy chętnie kupują ciasto mocno wilgotne z zatopionymi sezonowymi owocami.

Część zakładów, podobnie jak cukiernia Migdał w Piotrkowa Trybunalskiego, produkuje ciasto jogurtowe fit, adresowane do osób dbających o figurę. Robione jest z naturalnych jogurtów i białek w połączeniu z dietetyczną galaretką. Choć w produkcie finalnym samego



100% koncentrat Majami, jak każde ciasto biszkoptowe o smaku jogurtowo-śmietankowym, idealnie komponuje się ze świeżymi, sezonowymi owocami.

FOT. ECO TRADE

ciasta jest tylko cienka warstwa (przeważa galaretką) i tak smakuje wyśmienicie.

Bardziej na północ galaretki jest znacznie mniej, sporo za to owoców - taki produkt ma w swojej ofercie m.in. sieć cukierni Sowa z Bydgoszczy oraz Rogalik z Gdyni. W Trójmieście cukiernie oferują ciasto jogurtowe wypiekane w małych formach, ot tak na letnie popołudnie po małym kawałku do kawy czy herbaty. Sprzedają się świetnie.

W rejonie Wielkopolski ciasto jogurtowe bardzo często wzbogacone jest nie tylko owocami i galaretką, ale również bitą śmietaną. Taki produkt ma w swojej ofercie np. Cukiernia Wielkopolska z Poznania. Co ciekawe, w tym cieście bitej śmietany są aż dwie warstwy

o dwóch owocowych smakach. Chętnych nie brakuje.

Coraz więcej cukierników nie ogranicza się tylko do produkcji ciast na bazie jogurtu, ale również oferuje jogurtowe torty.

- Technologia produkcji jest podobna, różne są tylko dodatki i dekoracje - przyznają cukiernicy.

Takie torty często mają również nadzienie z dodatkiem jogurtu, przygotowane inaczej niż tradycyjne, gdzie używa się cięższych kremów bądź wysokoprocetowej śmietany. Między innymi dzięki temu torty jogurtowe uchodzą za zdrowsze. Są chętnie kupowane nie tylko latem, ale również na uroczystości dla dzieci lub przez kobiety dbające o linię.



Mieszanka Kalifornia o smaku jogurtowo-waniliowym ma już w swoim składzie suszone jaja, co znacznie przyspiesza produkcję ciasta.

FOT. ECO TRADE

Tym bardziej że w smaku nie ustępują tortom tradycyjnym.

PACHNĄCY RABARBAR I ŁADNE TRUSKAWKI

Jakie owoce najlepiej pasują do ciasta jogurtowego? Większość cukierników wybiera owoce sezonowe, chętnie jagodowe. Na rynku mamy więc ciasta z dodatkiem jagód, truskawek, porzeczek czy wiśni. W sezonie często można dostać ciasta z rabarbarem, które w opinii cukierników cieszą się dużym zainteresowaniem klientów. Przez cały rok można sprzedawać ciasta z owocami egzotycznymi, w szczególności ananasami bądź winogronami białymi i ciemnymi, rzadziej bananami. Coraz częściej do ciasta zamiast owoców dodaje się warzywa -

najczęściej dynię bądź marchewkę. Cukiernie, które specjalizują się w tego rodzaju produktach przekonują, że takie wypieki sprzedają się nawet lepiej od ciast z owocami. Coraz częściej w miejsce świeżych owoców do ciast dodawane są owoce kandyzowane.

Modyfikacji ulega również sam spód. Najczęściej ciasto jogurtowe wykonuje się na bazie ciast ucieranych - jogurtowa może być również babka, a nawet muffinki czy ciasteczka. W podobny sposób przygotowuje się biszkopty z przeznaczeniem do tortów na bazie jogurtu. Choć większość cukierników podkreśla, że przygotowując swoje ciasta opiera się wyłącznie na jogurcie naturalnym (najlepszy podobno jest gęsty jogurt grecki) i innych tradycyjnych składnikach, to pamiętać trzeba, że dostawcy

komponentów dla cukiernictwa oferują szeroką gamę mieszanek, które pozwalają na szybkie przygotowanie bazy do ciasta jogurtowego. Ich zaletą jest doskonały smak, prosty sposób przygotowania produktu oraz powtarzalność wyrobu. Nie bez znaczenia jest również czas przeznaczony na produkcję ciasta - korzystając z gotowych mieszanek potrzebujemy go nieporównywalnie mniej niż pracując według tradycyjnych receptur.

Większość komponentów dostępnych na naszym rynku, zgodnie z trendami panującymi w całej Europie, przygotowana jest bez użycia sztucznych barwników i konserwantów.

GWARANTOWANY DOMOWY SMAK

Mieszanka do produkcji ciasta jogurtowego przygotowana dla branży przez firmę Zeelandia to wysokiej jakości koncentrat do wyrobu ciast biszkoptowo-tłuszczowych. Jedną z jego największych zalet jest uniwersalne zastosowanie, a tym samym możliwość przygotowania szerokiej gamy produktów.

- Jest to nowa propozycja, która zasmakuje nawet najbardziej wybrednym łasuchom - przekonuje Agnieszka Sobkowiak-Szulc z Zeelandii. - Używając naszej mieszanki, przygotować można doskonale ciasto o delikatnym, wilgotnym mięksiszu, które stanowi bazę dla wielu wypieków. Główną zaletą Ciasta jogurtowego jest szybkość i prostota przygotowania - wszystkie składniki łączy się razem i miesza przez 5 minut. Tak otrzymane ciasto ma niepowtarzalny smak, który kojarzy się z domowymi wypiekami.

Jak zaznacza producent, wykorzystując koncentrat Ciasta jogurtowego tworzyć można szereg propozycji: od prostych babek po wykwintne ciasta. Koncentrat doskonale za-



Główną zaletą mieszanki Ciasto jogurtowe jest szybkość i prostota przygotowania - wszystkie składniki łączy się razem i miesza przez 5 minut. Można je urozmaicić warzywami (ciasto z rabarbarem z lewej) lub owocami i bitą śmietaną (ciasto z malinami i Zeesanem z prawej).

FOT. ZEELANDIA



Jogurtowe ciasta drożdżowe nie są wśród polskich klientów aż tak popularne jak ciasta biszkoptowo-tłuszczowe, chociaż znajdują zastosowanie w bardzo szerokiej gamie wyrobów, również półcukierniczych. FOT. ECO TRADE

► chowuje się w połączeniu praktycznie ze wszystkimi owocami, bakaliami, marcepanem czy kakao.

- Możliwości są nieograniczone i zależą tylko od fantazji cukiernika - dodają przedstawiciele firmy.

Ciasto jogurtowe Zeelandii dla branży dostępne jest w opakowaniach 10 i 25 kg.

JOGURT ZE ŚMIETANKĄ LUB WANILIĄ

Duży wybór mieszanek do produkcji ciast na bazie jogurtu ma w ofercie firma Eco Trade. Co ciekawe, korzystając z propozycji tego producenta nie musimy się ograniczać wyłącznie do ciast biszkoptowo-tłuszczowych, ale pokusić się również o produkcję ciasta drożdżowego z dodatkiem jogurtu, które chociaż ma wielu zwolenników, to jednak rzadko pojawia się w ofercie polskich cukierni. Być może dlatego, że uchodzi za pracochłonne i trudne w przygotowaniu. Stosując rozwiązania Eco Trade można jednak znacznie uprościć proces produkcji.

Ciasta biszkoptowe o smaku jogurtu można przygotować korzystając z dwóch 100% koncentratów dostępnych w ofercie Eco Trade: Majami o smaku jogurtowo-śmietankowym i Kalifornii o smaku jogurtowo-waniliowym.

- Oba te produkty przeznaczone są do wypieku jakże innych aromatycznych ciast, które teraz, w sezonie letnim doskonale komponują się z wszelkimi rodzajami owoców - mówi Joanna Zagała, kierownik

do spraw marketingu firmy podkreślając, że ciasto przygotowane na bazie wspomnianych koncentratów charakteryzuje się jednorodną strukturą i wilgotnym mięszkiem, dzięki czemu długo zachowuje świeżość.

- Gotowe wyroby mają niezwykle kuszący smak, jak i delikatny, zachęcający zapach - dodaje Joanna Zagała. - Istotną cechą tych produktów jest ich niezmiennosc, czyli powtarzalność wypieczonego wyrobu. W przypadku Kalifornii, dodatkową zaletą jest łatwość i szybkość przygotowania, gdyż w składzie koncentratu są już jaja, co znacznie skraca proces przygotowania gotowego wyrobu. Wystarczy dodać olej i wodę, wymieszać i ciasto do wypieku jest już gotowe.

Jak już wspomnieliśmy, Eco Trade jako jeden z nielicznych producentów na rynku oprócz ciast biszkoptowo-tłuszczowych ma w ofercie ciasto drożdżowe o smaku jogurtowym. Ten 25% koncentrat może posłużyć do produkcji zarówno ciast z owocami, jak i wszelkiego rodzaju drożdżówek.

NIE TYLKO BISZKOPTY

Przeglądając ofertę koncentratów do produkcji ciast jogurtowych, można znaleźć propozycje dla cukierników, którzy chcą uatrakcyjnić swoją ofertę i wyróżnić się na tle konkurencji.

Bazę do produkcji babek jogurtowych - wyrobu mało znanego w Polsce a niezwykle popularnego we Włoszech i Francji - oferuje firma Atlantis z Chorzowa. Podobny produkt ma w ofercie Wytwórnia Koncentratów Spożywczych Drużbice.

- Głównymi zaletami tej mieszanki jest szybkość i prostota przygotowania ciasta - informują przedstawiciele firmy. - Czas produkcji dzięki użyciu koncentratu skrócony jest do kilku minut. Istotna jest też wysoka stabilność ciasta, dzięki czemu może być ono przygotowane na dłuższy czas przed wypiekiem.

Warto wspomnieć też o Cacemix Jogurt - kompletnej mieszance z dodatkiem naturalnego jogurtu, który poleca firma Diamant. Podobny koncentrat ma również w swojej ofercie Zakład Koncentratów Spożywczych Pawlas.

Mimo łatwości korzystania z gotowych mieszanek, część cukierników nadal jednak woli produkować ciasta jogurtowe metodami tradycyjnymi.

- Nasza firma nie wpisuje się w ten trend - podkreślają przedstawiciele Piekarni Wanda. - Owszem, mieszanki bywają pomocne, pozwalają skrócić czas przygotowania masy, uzyskać stabilność i powtarzalność. Jednak w ten sposób pominielibyśmy tradycję rzemiosła cukierniczego, której oczekują nasi klienci. ■

CIASTO JOGURTOWE Z ZEELANDIĄ

Do przygotowania ciasta potrzeba: 3000 g koncentratu Ciasto jogurtowe oraz po 900 g jaj, oleju i wody. Wszystkie składniki mieszamy na wolnych obrotach przez około 5 minut przy zastosowaniu płaskiego mieszadła. Wykładamy po około 300 g masy do aluminiowych jednorazowych foremek do wypieku (20 x 14 cm). Następnie około 5 minut na średnich lub szybkich obrotach miksujemy 350 g Delice krem z 875 g wody. Przy użyciu rękawa cukierniczego tylko o małej średnicy gotowy krem szprycujemy na powierzchni ciasta jogurtowego tworząc kratkę. Całość wypiekamy w temperaturze około 180 stopni C przez około 45-50 minut. Wierzch wystudzonego ciasta żelujemy, dekorujemy owocami i ponownie żelujemy.

BIAŁKO, WĘGLOWODANY I DOBRA PROMOCJA

Chleby niskowęglowodanowe o podwyższonej ilości białka na dobre pojawiły się na polskim rynku dopiero w tym roku. Szybko zdobyły uznanie wśród piekarzy i coraz więcej przemysłowych oraz rzemieślniczych zakładów wprowadza to funkcjonalne pieczywo do swojej oferty. Na razie do wyboru mają mieszanki czterech producentów.

Moda na niskokaloryczne chleby zaczyna zataczać coraz szersze kręgi i ma coraz lepsze zaplecze marketingowe - w sklepach obok wysokobiałkowych chlebów pojawiają się też ulotki i plakaty reklamujące ten rodzaj pieczywa. Ci, którzy jeszcze nie wzbogacili swoich ofert o te wyroby, mają obecnie do wyboru kilka podobnych do siebie mieszanek różnych producentów.

CHLEB PROTEINOWY

Na polskim rynku zdrowego pieczywa szczególnie aktywna jest firma ULDO Polska, która do mieszanek z serii „Pieczywo dla zdrowia” wprowadziła w marcu Chleb proteinowy. Wówczas było to pierwsze w Polsce pieczywo typu niskowęglowodanowego i wysokobiałkowego.

- Jest to produkt wyjątkowy ze względu na swój skład oraz właściwości. W porównaniu ze zwykłym chlebem mieszanym ma on 5-krotnie mniejszą zawartość węglowodanów oraz 4-krotnie większą zawartość białka co sprawia, że możemy go spożywać także wówczas, gdy usiłujemy zrzucić kilka kilogramów - mówi Elizabeth Scheller, dyrektor generalny ULDO podkreślając, że w Chlebie proteinowym jest niecałe 5% tuczających węglowodanów, a jednocześnie aż 27% białka. Pieczywo to może być też polecane diabetykom i osobom otyłym, gdyż ma dużo błonnika pokarmowego, co pozwala utrzymać prawidłowy poziom cukru we krwi. Z kolei wspomniana już niska zawartość węglowodanów ogranicza nadmierne wytwarzanie insuliny.

PROBODY

W odpowiedzi na nowe trendy rynkowe ze sprzedażą pieczywa niskowęglowodanowego w Polsce ruszyła także firma KOMPLET. Jej produkt o nazwie ProBody znany jest już od kilku lat na rynku niemieckim, lecz swoją polską premierę miał dopiero podczas tegorocznych targów Expo Sweet. Pojawienie się wysokobiałkowej mieszanki w tym samym momencie co wspomniany wcześniej mix Chleb proteinowy nie było jednak przypadkiem. Już od dłuższego czasu KOMPLET Polska prowadziła testy konsumenckie we współpracy z grupą klientów, które wykazały, że istnieje w Polsce niezagospodarowany potencjał w segmencie Low Carb. Dodajmy, że właściwości odżywcze chleba ProBody wynikają z innowacyjnej formuły mieszanki, w skład której wchodzi m.in.: mąka sojowa, pełnoziarnista mąka orkiszowa, białko pszeniczne, siemię lniane, śruta sojowa, nasiona słonecznika, sezam, błonnik jabłkowy, otręby pszenne i zakwas z pełnego ziarna orkiszowego.

CHLEB HOLLYWOOD

Kilka miesięcy temu do grona wysokobiałkowego pieczywa o minimal-

nej zawartości węglowodanów dołączył też Chleb Hollywood - nowy produkt od Baker Polska.

- Również i w nim zawartość węglowodanów została zminimalizowana do mniej niż pięć procent - zapewnia Bogusław Tatarczyk z Baker Polska przypominając, że tego typu produkty wysokobiałkowe przyczyniają się do wzrostu masy mięśniowej i jednoczesnej redukcji tkanki tłuszczowej. Z kolei niska zawartość węglowodanów ogranicza wytwarzanie insuliny.

CHLEB PROTEINER

400% więcej białka i 85% mniej węglowodanów - tak swój nowy produkt reklamuje firma UNIFERM. Chleb Proteiner na bazie mieszanki UNIFERM ProLC, podobnie jak wcześniej prezentowane miksy, również ma odpowiednie zaplecze reklamowo-promocyjne. Do każdego 25-kg worka mieszanki producent dołącza komplet banderol do chleba, ulotek informacyjnych dla klientów sklepów wraz ze stojakiem i atrakcyjne plakaty. Piekarze mogą też liczyć na gratisowe formy do wypieku pieczywa. Rosnący popyt na tego typu funkcjonalne chleby przypuszczalnie skłoni kolejnych producentów mieszanek do wzbogacenia swoich ofert o proteino- we pieczywo. Można więc liczyć na to, że jeszcze w tym roku wybór tych produktów na rynku zaopatrzenia piekarni będzie znacznie bogatszy.

TP, MW



Fot. ULDO

DUŻO BIAŁKA

W MAŁYCH KULKACH

Tomasz Przysiężny

Do najpopularniejszych wyrobów cukierniczych z twarogiem należy z pewnością sernik. W zależności od regionu świata różni się on składnikami, technologią produkcji lub formą. W kulkach serowych - lub jak kto woli: twarogowych pączusiach - tych różnic pozornie nie widać. Ale to nie znaczy, że ich nie ma.

Ten wciąż niedoceniany w Polsce wyrób cukierniczy czeka na swoją marketingową kampanię. W czasach, gdy w kuchni europejskiej coraz bardziej promowane jest pieczywo proteinowe, powinno się znaleźć miejsce także na twarogowe kulki. W ich składzie również nie brakuje białka (twaróg i jaja), które niezbędne jest zwłaszcza w diecie dzieci i młodzieży oraz osób prowadzących aktywny tryb życia czy uprawiających sport.

W opinii rzemieślników i ich klientów utarło się, że małe serowe pączki to wyrób cukierniczy, a więc na słodko. Serowe kulki mogą jednak stanowić również przekąskę o słonawym, klasycznym smaku. Co prawda, część gotowych mieszanek do szybkiego przyrządzenia ciasta na kulki jest już z dodatkiem cukru, lecz są produkty o neutralnym, twarogowym smaku, które można w dowolny sposób modyfikować i urozmaicać wedle własnej wyobraźni.

Przyjrzyjmy się, co czołowi producenci komponentów mają aktualnie do zaoferowania dla piekarzy i cukierników w tej grupie mieszanek.

PĄCZUSIE Z DODATKIEM JABŁKA

Mix Twarogowy 50% Agrano produkowany przez firmę Martin Braun jest produktem o szerszym zastosowaniu niż tylko jako mieszanka do pączków serowych. W połączeniu z mąką, jajami i wodą pozwala uzyskać ciasto na Bułeczki Szkolne - pyszne, lekkie pieczywo opracowane przez technologów głównie z myślą o najmłodszych. Aby otrzymać pączusie serowe, trzeba jednak skorzystać z innej receptury, w której pojawia się dodatkowo twaróg. Mieszanka charakteryzuje się niską zawartością tłuszczu, a charakterystyczne dla ciasta na bazie Mixu Twarogowego 50% jest to, że przez kilka godzin może leżakować - w produkcie jest proszek do pieczenia, co eliminuje konieczność wypieku ciasta od razu po jego wymieszaniu.

Receptura na twarogowe pączki Serusie wymaga dokładnego połączenia 7 kg mąki pszennej typ 500, po 3 kg: mixu, jaj i twarogu (producent poleca zwłaszcza twaróg D. Oetkera) oraz ok. 5 l wody. Przy zastosowaniu twarogu mielonego należy zdjąć z receptury około 10% wody. Całość wymieszać płaskim mieszadłem przez 2-3 minuty, aż do otrzymania ciasta o jednolitej masie. Niewiele dłużej (3-5 min) zajmie smażenie kulek na fryturze, na którą najlepiej bezpośrednio sprycować ciasto z rękawa cukierniczego. Zalecana temperatura smażenia to 180 stopni C.



Z Mixu Twarogowego 50% Agrano można otrzymać różne wyroby cukiernicze i piekarskie o zróżnicowanych kształtach i wymagające różnych technologii produkcji. FOT. MARTIN BRAUN

Te same składniki można wzbogacić o jabłko prażone (3 kg) i dzięki temu otrzymać twarogowo-owocową wersję pączusiów. Po wystudzeniu kulki powinno się udekorować cukrem pudrem lub cukrem z nutą cynamonu - zalecane zwłaszcza przy ciastkach z owocami.



Zeelandia do swoich kulek serowych przygotowała specjalne papierowe opakowania. W czasie mistrzostw UEFA Euro 2012 pączki z mieszanki Quarkini pakowane były w pudełko „Kibicuj naszym!”. FOT. ZEELANDIA

QUARKINI PLUS ORZECH I RODZYNKI

Pączki Quarkini to pyszna propozycja dla wszystkich lubiących łakocie. Smak świeżego twarogu i wspaniały aromat sprawiają, że Quarkini to przekąska o wyjątkowym charakterze - reklamuje swój produkt firma Zeelandia dodając, że nieduże, lekkie pączki będą dla konsumentów doskonałym dodatkiem do podwieczorku, smaczną przekąską w szkole i w pracy czy urozmaiceniem przyjęcia. Ta mieszanka również jest bardzo prosta w użyciu - wymaga jedynie dodania twarogu i wody. Ciasto na pączki twarogowe od Zeelandii może mieć wiele wersji smakowych i różnych dodatków, takich jak: rodzynki, orzechy lub kawałki suszonych jabłek.

QUARK-BÄLLCHEN Z DODATKOWYM TWAROGIEM

Firma Diamant Polska ma w ofercie dwie kompozycje do produkcji mini-pączków twarogowych.

Jedną z nich jest kompletna mieszanka z dużą zawartością sera twarogowego oraz jajek, która dla cukierników oferowana jest w poręcznym 10-kilogramowym opakowaniu. Mix nadaje się zarówno do obróbki ręcznej, jak i maszynowej, a receptura podstawowa wymaga dodania jedynie wody.

W ostatnim czasie Diamant wzbogacił swój asortyment o nowo opracowaną mieszankę, która wymaga dodania twarogu i jest polecana cukiernikom, ceniącym sobie swobodę w kreowaniu nuty smakowej swoich wyrobów. Kompozycję Mini Pączków Twarogowych cechuje m.in. bardzo duża wydajność, a tym samym korzystna kalkulacja wsadu surowcowego - zapewnia producent, który gwarantuje, że z jego mieszanki można otrzymać delikatne kulki serowe o równomiernej i puszystej strukturze oraz smaku i aromacie delikatnego twarogu. Oba miksy można z powodzeniem stosować nie tylko w tradycyjnej technologii,

reklama

lecz także zamrażać. Diamant Polska również dostrzega atrakcyjność tych wyrobów szczególnie wśród dzieci, które doceniają nie tylko delikatny smak kulek twarogowych, ale również ich drobny kształt, bardzo wygodny przy konsumpcji przez najmłodszych. Ta niewielka forma ciastek ułatwia też ich sprzedaż, która może być na sztuki lub na wagę.

QUARKPERLEN Z MAŚLANKĄ

UNIFERM wśród swoich mieszanek dla cukierników ma także produkt, który pozwala otrzymać ciasto do wysmażenia kul twarogowych lub maślankowych.

Wyselekcjonowane składniki mixu mają zagwarantować powtarzalność słodkiego pieczywa, z kolei innowacyjna receptura ma dopełnić całości kształt jego wyjątkowości - twierdzi producent wyjaśniając, że dzięki m.in. zastąpieniu twarogu maślanką, kulki uzyskują jeszcze lepsze właściwości organoleptyczne, a w szczególności charakter miękiszu. Jest on bardziej wilgotny, przez co „perły maślankowe” pozostają dłużej świeże i utrzymują swój soczysty, słodki smak.

NIE TYLKO NA SŁODKO

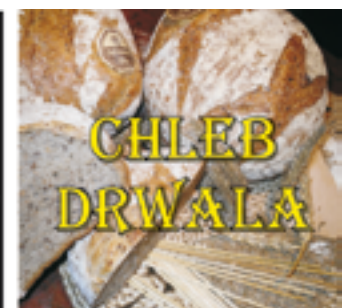
Mieszanki do twarogowych kulek są również w ofertach innych producentów.

KOMPLET Polska poleca mixy Boleros i Bonini's Plus z dodatkiem sproszkowanego twarogu, które wymagają połączenia z jajami, wodą i olejem. Również i te składniki przed ubijaniem można wzbogacić o cząstki jabłek, orzechy, rodzynki lub przyprawy korzenne.

100% Mieszankę do produkcji drobnych wypieków w postaci twarogowych kuleczek ma też firma Ireks. Producent ten zapewnia, że przez zastosowanie różnych dodatków można otrzymać twarogowe kuleczki o dużym zakresie smaków - od słodkich deserowych do słonawych i pikantnych. ■



Firma Diamant wzbogaciła ostatnio swój asortyment o nową mieszankę, która wymaga dodania twarogu i jest polecana cukiernikom ceniącym sobie swobodę w kreowaniu nuty smakowej swoich wyrobów. FOT. DIAMANT



O STABILIZATORACH SŁÓW KILKA

Wojciech Łaskiewicz, technolog Martin Braun

Stabilizatory stanowią podstawowy dodatek do śmietany przy produkcji zarówno ciast czy deserów, jak i wykwintnych, wyszukanych tortów okolicznościowych. Łączą walory smakowe i właściwości wpływające na poprawę konsystencji śmietany, stabilizując ją. W swoim składzie zawierają środki żelujące, żelatynę i skrobię oraz cząstki owoców liofilizowanych (w stabilizatorach owocowych), które w śmietanie pod wpływem wilgoci pęcznieją, dodając naturalnego charakteru przygotowanym masom.



Wojciech Łaskiewicz,
technolog Martin Braun.

Wyroby przygotowane na stabilizatorach charakteryzują się delikatnością, wyrazistym smakiem, 100-proc. powtarzalnością i różnorodnością. Można je łączyć, zestawiając

w oryginalne zaskakujące podniebienie i zmysły kompozycje, począwszy od owocowych, poprzez tiramisu, cappuccino, po tradycyjną czekoladę i wanilię.

O stabilizatorach pisaliśmy już w poprzednim, czerwcowym wydaniu Bake & Sweet. Tym razem przyjrzyjmy się bliżej tej grupie produktów, które cukiernikom ma do zaoferowania



Spód do Wiśniowego Poematu przygotowany został z mieszanki Sandmix, oleju i jaj. Na ciasto położono wiśnie w żelu i całość zapieczono. Po wystudzeniu pokryto musem na bazie stabilizatora Alaska Ekspres jogurtowo-wiśniowa oraz Variego Amarena. Po schłodzeniu w lodówce całość została pokryta żelem Cristalina neutralna. FOT. MARTIN BRAUN



Do produkcji spodu do Egzotycznej Finezji użyto ciasta kruchego na bazie mieszanki Murbella, które po wypieczeniu zostało posmarowane konfiturą morelową. Przykryto ją ciastem biszkoptowym z mieszanki Bisquick Plus i kawałkami mandarynek. Na wierzch położony został mus, otrzymany z połączenia bitej śmietany ze stabilizatorem Alaska Ekspres jogurtowo-kokosowa. Do dekoracji użyto Gold Sparkle, Cristalinę neutralną oraz prażone wiórki kokosowe. FOT. MARTIN BRAUN

firma Martin Braun i jej technolog Wojciech Laśkiewicz.

- W naszej ofercie posiadamy dwie grupy stabilizatorów: Edeny produkowane przez Dr. Oetker'a oraz Alaski dla bardziej wymagających profesjonalistów. Wśród różnorodnych smaków Alasek, każdy może znaleźć coś dla siebie - zapewnia technolog z Martin Braun. - Owocowe mają w swoim składzie więcej owoców liofilizowanych, natomiast np. cappuccino są z kawałkami czekolady, a tiramisu z naturalnym, sproszkowanym serkiem mascarpone. Mamy też Alaski, w których składzie jest serwatka, takie jak jogurtowa i serowa. Są delikatniejsze, przez co znajdują zastosowanie przede wszystkim do produkcji ciast i deserów ze świeżymi owocami. Dla osób dbających o dietę Martin Braun opracował Alaski typu Fit. Dodać też trzeba, że wszystkie te stabilizatory pozbawione są sztucznych barwników, a swoje naturalne kolory zawdzięczają wyłącznie ekstraktom z owoców.

Warto w tym miejscu wspomnieć o nowościach,

reklama

jakie Martin Braun wprowadził niedawno na polski rynek, wzbogacając swoją dotychczasową i tak już bogatą ofertę stabilizatorów. Teraz cukiernicy mogą dodatkowo korzystać z Alasek:

idealnym rozwiązaniem m.in. w czasie upalnych dni - mówi technolog Wojciech Laśkiewicz, zachęcając cukierników do korzystania z nowych stabilizatorów zwłaszcza w okresie letnim, co

Aby stworzyć niepowtarzalne torty i unikatowe ciasta deserowe, proponuję zestawić ze sobą różne smaki. Możemy połączyć np. wiśnię z bananem czy też malinę z morelą. Dzięki temu osiągamy spektakularny efekt wizualny i smakowy
- radzi Wojciech Laśkiewicz, technolog Martin Braun.

jogurtowo-kokosowej i jogurtowo-wiśniowej. Obie charakteryzują się wyrazistym smakiem i świetnie dobranymi proporcjami, a ciasta produkowane na ich podstawie mają delikatną i stabilną konsystencję (szczegóły w dziale RECEPTURY).

- Przez dodatek jogurtu, znacząco wpływającego na walory smakowe przygotowywanych śmietan, ciasta charakteryzują się lekkością i są

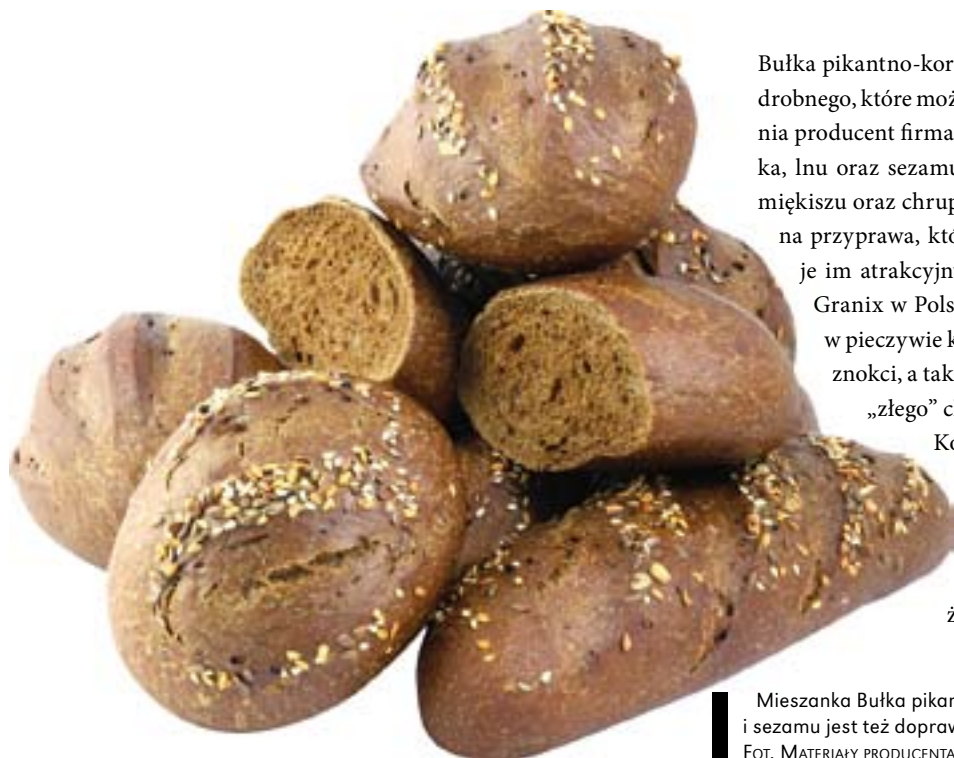
pozwole im urozmaicić ofertę ciast o wyroby, których o tej porze roku klienci szukają najczęściej - jogurtowe ze świeżymi owocami.

Technolog z firmy Martin Braun radzi przy okazji, aby przygotowywać stabilizatory na zwierzęcych śmietanach 30-33-proc., co pozwoli wydobyć pełną głębię smaku, przy jednoczesnym zachowaniu wszystkich właściwości jakościowych produktu.



WYRAZISTY SMAK GRANIXA

Nowościami tego sezonu są mieszanki z serii Granix: Bułki pikantno-korzenne i Granix gryczany. Firma Savpol wprowadziła je na rynek, aby pomóc piekarzom-rzemieślnikom nadążyć za potrzebami i zmiennymi gustami konsumentów.



Bułka pikantno-korzenna jest mieszanką 35-50% do wypieku pieczywa drobnego, które można przygotować na kilka różnych sposobów - zapewnia producent firma AlfaPro. Mieszanka bogata jest w ziarna słonecznika, lnu oraz sezamu. Pieczywo charakteryzuje się delikatną strukturą miększu oraz chrupiącą skórką. Sekretem miksów jest pikantno-korzenna przyprawa, która podkreśla smak gotowych wyrobów oraz nadaje im atrakcyjny wygląd. Wyłączny dystrybutor mieszanek z serii Granix w Polsce - firma Savpol - podkreśla, że składniki zawarte w pieczywie korzystnie wpływają na kondycję skóry, włosów i paznokci, a także przyczyniają się do obniżenia ciśnienia i poziomu „złego” cholesterolu.

Kolejną nowością jest lekkostrawny Granix gryczany - mieszanka przygotowana z ciemnej mąki żytniej i pszennej oraz wzbogacona w nasiona prażonej gryki. Charakteryzuje się m.in. wilgotnym miększem, co znacznie wpływa na wydłużenie świeżości wypieczonego chleba lub bułek.

TP

Mieszanka Bułka pikantno-korzenna oprócz ziaren słonecznika, lnu i sezamu jest też doprawiona odpowiednią pikantno-korzenną przyprawą.
FOT. MATERIAŁY PRODUCENTA

POWRÓT DO TRADYCJI

Firma AlfaPro poszerzyła ofertę produktów cukierniczych o mieszanki do produkcji tradycyjnej babki i kremu. Produkty te są proste w przyrządzeniu, co w znaczący sposób pozwala ograniczyć czas pracy rzemieślników.



Babka jest jednym z tradycyjnych ciast, które już dawno temu na stałe wpisało się do kanonu najpopularniejszych wypieków w naszym kraju. Polska Babka to ciasto, które dzięki zbilansowanym składnikom w efekcie końcowym ma odpowiednią strukturę i konsystencję. Duża wilgotność miększu, mleczny smak i kolor sprawiają, że dzięki mieszance można uzyskać ciasto niczym nie różniące się od tradycyjnego domowego wypieku - zapewnia spółka Savpol, wyłączny dystrybutor marki AlfaPro w naszym kraju.

Na rynku pojawił się też ostatnio inny tradycyjny produkt cukierniczy - Polski krem o budyniowej konsystencji i waniliowym smaku. Jest odporny na wysokie i niskie temperatury, dzięki czemu nadaje się zarówno do zapiekania, jak i na zimno. Można go wzbogacać różnymi dodatkami, takimi jak: bakalie, owoce czy alkohol. Struktura kremu umożliwia łączenie go z tłuszczami i śmietaną. Polski krem dedykowany jest zwłaszcza do produkcji ciast deserowych, bankietówek i tortów.

Polska Babka to mieszanka, która dzięki zbilansowanym składnikom pozwala uzyskać ciasto o dużej wilgotności miększu i mlecznym smaku.
FOT. MATERIAŁY PRODUCENTA

TP

PIECZYWO FUNKCJONALNE DODATKOWO WZBOGACONE

Leszek Jaszczak

Probiotyk to dodatek, którego zadaniem jest stymulacja rozwoju określonej mikroflory jelit, co wpływa na poprawę zdrowia. Produkty piekarskie mogą zostać wykorzystane jako bardzo dobra droga do dostarczenia tych specyficznych składników. Sugeruje to rozwój rynku pieczywa funkcjonalnego.

Żywność funkcjonalna odnosi sukces na rynkach zachodnich, a poziom jej sprzedaży wciąż rośnie. Ten rodzaj produktów może okazać się kluczem do sukcesu w przetrwaniu na dzisiejszym, bardzo konkurencyjnym rynku. Rosnąca świadomość konsumentów w zakresie prozdrowotnej żywności sugeruje im zakup tego rodzaju funkcjonalnego pożywienia.

Rynek żywności probiotycznej jest najszybciej rozwijającą się sferą w przemyśle żywnościowym, a probiotyki stają się coraz bardziej znane. Najprościej definiując: probiotyk to wyselekcjonowane kultury bakteryjne lub drożdży (najczęściej bakterie kwasu mlekowego), których zadaniem jest korzystne dla zdrowia działanie w przewodzie pokarmowym, m.in. poprzez zachowywanie prawidłowej flory fizjologicznej. Przeciętny konsument wie już nie tylko czym są witaminy A, C, B i jakie korzyści wynikają z ich spożycia, ale również dysponuje wiedzą o działaniu i korzyściach stosowania probiotyków. Społeczeństwo jest też coraz bardziej uświadomione na temat nutraceutyków, czyli żywności o udokumentowanych korzyściach zdrowotnych, do których należą probiotyki. Zainteresowanie konsumentów probiotykami znacznie wzrosło w ciągu ostatnich lat, m.in. na skutek reklam i wysiłków marketingowych ze strony producentów przetworów mlecznych. Podczas gdy raporty na temat probiotyków mówią o ich głównym wykorzystaniu w produkcji jogurtów, pojawiają się innowacyjne rozwiązania w innych gałęziach przemysłu żywnościowego, takiego jak pieczywo i napoje.

Według ostatnich badań przeprowadzo-



Korzeń cykorii to cenne źródło inuliny - prebiotyku, którym mogą być powszechnie wzbogacane pieczywa zaliczane do tzw. żywności funkcjonalnej.

FOT. BENEIO BIO BASED CHEMICALS

nych przez BBC, światowa sprzedaż składników probiotycznych, suplementów probiotycznych i żywności nimi wzbogaconej wzrosła do 31,1 mld dolarów w 2015 roku (w 2010 r. wynosiła 21,6 mld dolarów). Największy udział w tej grupie ma żywność probiotyczna (90%) - światowy poziom sprzedaży w 2010 r. wyniósł 19,6 mld dolarów, a szacowany na 2015 r. ma wynieść o 8,5 mld dolarów więcej.

Systematycznie rośnie też sprzedaż suplementów probiotycznych. Z badań rynkowych wynika, że firmy mające dostęp do

zastrzeżonych szczepów i odpowiednich technologii produkcji oraz sieci dystrybucji w przyszłości zdominują rynek. Do takich producentów należy m.in. Institut Rosell-Lallemand, który specjalizuje się w szczepach probiotycznych już od 1932 r. Naukowcy z tego instytutu w badaniach klinicznych wykazali przydatność tych szczepów m.in. w łagodzeniu stresu.

Oprócz dodawania wybranych szczepów bakteryjnych do żywności w celu uzyskania wzrostu populacji bakterii probiotycznych w jelitach jest też inna metoda uzupełniania

▶ diety, która polega na dodawaniu do produktów spożywczych tzw. prebiotyków, które stanowią źródło energii dla pożądanych szczepów. Nie zawierają one mikroorganizmów (tak jak w przypadku probiotyków), a jedynie stymulują rozwój pożądanej flory jelit. Co ciekawe, te składniki żywności nie są trawione przez układ pokarmowy, a mają jedynie pobudzić wzrost bakterii - są substancjami odżywczymi dla mikroorganizmów i są przez nie poddawane fermentacji, co korzystnie wpływa na zdrowie konsumenta. Do artykułów żywnościowych wzbogacanych w prebiotyki należą głównie napoje mleczne (jogurty, lody), napoje, niskokaloryczne słodczyce, desery, przetwory owocowe, a także chleb.

Dla wielu konsumentów pieczywo wciąż jest ważnym produktem w diecie. Coraz większa rzesza klientów piekarni szuka w nich jednak produktów funkcjonalnych, które będą nie tylko smaczne, ale również zdrowe i wzbogacone o dodatkowe wartości. Chleb może być zatem doskonałym „narzędziem”, by dostarczyć do organizmu specyficzne składniki, jakimi są prebiotyki. Najpopularniejsze z nich to inulina i oligofruktoza naturalnie występujące w korzeniu cykorii (inulina w mniejszych ilościach jest też w innych roślinach, jak np. cebula czy por). Co więcej, inulina zalicza się też do błonnika rozpuszczalnego, mającego te same właści-

Prebiotyki, w przeciwieństwie do probiotyków, nie zawierają mikroorganizmów, a jedynie substancje stymulujące ich wzrost. Nie są trawione w przewodzie pokarmowym, ale za to korzystnie oddziałują na organizm je spożywający.



Chleby z dodatkiem inuliny nie są jeszcze popularne zarówno w Polsce, jak i w Europie. Coraz częściej produkują je już piekarnie w USA.
FOT. BIMBO BAKERES USA



W Polsce oferowana jest m.in. inulina z agawy. Za jej kilogram trzeba zapłacić prawie 50 zł.
FOT. BIO PLANET

wości co błonnik z owoców, warzyw, ziaren zbóż czy pieczywa pełnoziarnistego. Istotną zaletą preparatów zawierających inulinę jest też jej neutralny smak, dzięki czemu nie wpływają one na smak produktu.

Spożywana inulina nie jest fermentowana, trafia do układu pokarmowego, gdzie jest wykorzystywana przez drobnoustroje. W wyniku tego wybrane szczepy bakterii rozwijają się lepiej. Zdrowa mikroflora jelit oznacza lepsze działanie układu pokarmowego, co przekłada się na ogólny stan zdrowotny. Badania naukowe wykazują, że gdy układ pokarmowy działa właściwie, poprawia się nasze samopoczucie.

Poprzez dodatek do chleba substancji prebiotycznych producenci pieczywa są w stanie zapewnić konsumentom produkt realnie

poprawiający ich stan zdrowia. Regularne spożycie prebiotyków na poziomie 5 g dziennie powoduje wzrost ilości pozytywnej mikroflory jelitowej o około 5-10 razy. Jednocześnie spada ilość groźnych i niepożądanych bakterii.

Wzrost zainteresowania pozytywnym wpływem mikroflory jelitowej na zdrowie konsumentów oraz możliwość wykorzystania zbadanych już dodatków (jak inulina) do stworzenia konkurencyjnych na rynku produktów wydają się być szansą rozwoju dla producentów pieczywa. Wzbogacanie chleba w tego rodzaju suplementy pozwoli też piekarzom dopasować ich produkty do międzynarodowych trendów, tak jak coraz częściej ma to miejsce np. na niemieckim rynku piekarskim.

Bake & Sweet

magazyn branży piekarskiej i cukierniczej



RECEPTURY

Receptura gwarantuje powtarzalność

Ścisłe trzymanie się ilości poszczególnych składników oraz technologii przygotowania ciasta, kremu, deseru itp. daje pewność, że wyrób piekarski lub cukierniczy za każdym razem będzie taki sam. Ale nie tylko receptury są gwarancją powtarzalności produkcji, gdyż bardzo wiele zależy od używanych surowców. W przypadku korzystania z tzw. naturalnych składników trudno jest utrzymać odpowiednie standardy - zwłaszcza gdy używa się różnych półproduktów od różnych producentów. Mąka mące nie jest równa, a i cukier bywa mniej lub bardziej słodki. Podobnie jest z niemal wszystkimi surowcami, w jakie zaopatrują się zakłady produkcyjne z naszej branży. Nie da się całkowicie wyeliminować ryzyka, że z danych składników otrzymamy dobrej jakości produkt końcowy. Można je jednak w bardzo dużym stopniu ograniczyć, lecz potrzebne do tego jest odpowiednie laboratorium oraz fachowiec, który za każdym razem będzie wnikliwie badał próbki poszczególnych półproduktów. Jest to z pewnością uciążliwe, pracochłonne i kosztowne.

Zaletą gotowych mieszanek i koncentratów jest m.in. pełna kontrola użytych w nich składników, którą zapewniają ich producenci. Warto pamiętać o tym, że firmy te zatrudniają wysokiej klasy technologów, którzy mają do dyspozycji nie tylko ogromną wiedzę i doświadczenie, ale również w pełni profesjonalne i bogato wyposażone laboratoria. Duże i znane w branży piekarsko-cukierniczej przedsiębiorstwa nie mogą sobie pozwolić na „fuszerkę”, gdyż jakkolwiek, choćby najmniejszy błąd przy produkcji mieszanki lub opracowywaniu receptury to ogromne straty - zarówno finansowe jak i marketingowe. Odrobienie nadszarpniętego zaufania piekarzy i cukierników byłoby bardzo trudne i trwało nawet latami.

Ta argumentacja przemawiająca za stosowaniem mieszanek piekarskich lub cukierniczych może się wydawać banalna, ale spójrzmy prawdzie w oczy: te gotowe proszki to biznes, który ma przynieść korzyści ich producentom. Możliwe to będzie jednak dopiero wtedy, gdy korzyści ze stosowania miksów i koncentratów będą mieli ich użytkownicy, a więc m.in. czytelnicy naszego miesięcznika. Dlatego też na łamach Bake & Sweet w różny sposób (w formie artykułów, reklam, a także receptur) pokazujemy, co i w jaki sposób można wyprodukować, aby zaspokoić potrzeby klienta i zarobić pieniądze.

W tym wydaniu w dziale RECEPTURY wyjątkowo znalazły się same wyroby cukiernicze. Niektóre z nich to absolutne nowości na polskim rynku, inne są już dostępne od pewnego czasu, ale w każdej chwili mogą stać się nowościami w Waszej cukierni, która do tej pory jeszcze ich nie ma w swojej ofercie.

Tomasz Przysiężny





Wiśniowy Poemat

1 blacha, 60 x 20 cm: 22 sztuki

Ciasto

- 600 g SANDMIX
- 225 g olej roślinny
- 270 g jajka
- 600 g wiśnie w żelu

} Mieszać od 2 do 3 minut grubą różgą, na średnich obrotach.

Mus jogurtowo-wiśniowy

- 375 g Alaska Ekspres jogurtowo-wiśniowa
- 750 g woda o temperaturze ok. 20 st. C
- 750 g bita śmietana, niesłodzona
- 250 g Variego amarena

} Alaskę jogurtowo-wiśniową rozpuścić w wodzie i połączyć z bitą śmietaną.

Dekoracja

- 200 g Cristalina neutralna

Przygotowanie

- Blachę wyłożyć papierem do pieczenia lub posmarować tłuszczem i lekko obsypać mąką.
- Rozprowadzić na niej ciasto i wiśnie w żelu.
- Ciasto upiec: czas pieczenia: 30-35 minut, temperatura pieczenia: około 190 st. C.
- Po wystudzeniu ciasto pokryć musem jogurtowo-wiśniowym i Variego amarena.
- Wstawić do lodówki na około 2 godziny.
- Po wyjęciu z lodówki pokryć Cristaliną neutralną, następnie podzielić na kawałki i pokroić.



MARTIN BRAUN · GRUPPE

www.martinbraun.pl



Egzotyczna Finezja

1 blacha, 60 x 20 cm: 22 sztuki

- 450 g ciasto kruche Murbella/ 1 wypieczony blat
- 100 g konfitura morelowa
- 600 g BISQUICK PLUS/ 1 blat o wymiarach 60 x 40, przeciąć na pół
- 300 g kawałki mandarynek

Mus jogurtowo-kokosowy

- 400 g Alaska Ekspres jogurtowo-kokosowa
- 800 g woda o temperaturze ok. 20 st. C
- 800 g bita śmietana, niesłodzona

} Alaskę jogurt-wiśnia rozpuścić w wodzie i połączyć z bitą śmietaną.

Dekoracja

- 50 g Gold Sparkle
- 100 g Cristalina neutralna
- 20 g wiórki kokosowe prażone

Przygotowanie

- Ciasto kruche posmarować konfiturą morelową. Na wierzch położyć połowę ciasta biszkoptowego oraz mandarynki i następnie mus jogurtowo-kokosowy.
- Wstawić do lodówki na 2 godziny.
- Po wyjęciu z lodówki przy pomocy pędzelka pokropić Gold Sparkle, a następnie pokryć Cristalina neutralną.
- Dekorować prażonymi wiórkami kokosowymi według uznania.



MARTIN BRAUN · GRUPPE

www.martinbraun.pl





Truskawkowa Słodycz

blacha 40 x 60 cm

Ciasto

- 2000 g Fruchtsand
- 800 g olej
- 600 g jaja
- 250 - 300 g woda
- truskawki (lub inne owoce sezonowe) według uznania

Żel

- | | | |
|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - 500 g woda - 200 g cukier - 50 g żel claro | } | <p>Wodę zagotować, a następnie rozpuścić w niej cukier połączony z żelem claro.</p> |
|--|---|---|

Przygotowanie

- Wszystkie składniki wymieszać na średnich obrotach przez 2-3 minuty.
- Następnie wyłożyć na blachę i na wierzch poukładać owoce.
- Ciasto przed wypiekiem można posypać kruszonką.
- Piec w temperaturze ok. 185 st. C przez 50 - 55 minut.
- Odstawić do schłodzenia.
- Po ostudzeniu żelować.



MARTIN BRAUN · GRUPPE

www.martinbraun.pl





CIASTO DROŹDZOWE: jagodzianka

60 sztuk

Receptura:

Mleko	500 ml
Drożdże	80 g
Cukier	200 g
Tłuszcz Płynny MAESTRO	200 g
Żółtko	150 g
Sól	10 g
Mąka	1200 g

Nadzienie jagodowe:

Jagody	1000 g
Marmolada	300 g
Cukier waniliowy	100 g

} Wszystkie składniki
delikatnie wymieszać.

Przygotowanie

ROZCZYN:

Mąkę przesiać, mleko podgrzać do temperatury około 40 stopni C, rozprowadzić w nim drożdże, dodać około 200 g mąki, szczyptę cukru i wymieszać. Wierzch posypać mąką i odstawić w ciepłe miejsce do wyrośnięcia.

CIASTO:

Żółtka, cukier i sól wymieszać i podgrzać do temp. 30 – 32 stopni C. Ciepłą masę wlać do wyrośniętego rozczyntu i dokładnie wymieszać. Wsypać mąkę i zagnieść ciasto. **Tłuszcz Maestro** dodać do ciasta, całość dokładnie wyrobić i odstawić do wyrośnięcia. Ciasto podzielić na kęsy około 35 - 40-gramowe.

Jagody nałożyć na rozwałkowane kęsy ciast, zwinąć bułkę, posmarować 2 razy jajkiem wymieszanym z mlekiem (raz przed wyrośnięciem, drugi raz przed włożeniem do pieca) i odpiekać w 230 stopniach.



Ciasto drożdżowe z migdałami



Ciasto

Mleko	500 g
Drożdże	50 g
Cukier	100 g
Tłuszcz Płynny MAESTRO	90 g
Jaja	100 g
Sól	8 g
Mąka pszenna typ 500	900 g
Migdały blanszowane w całości	200 g
Mleka do posmarowania	100 g
Migdałów w płatkach	150 g

Przygotowanie

ROZCZYN:

Mąkę przesiać, mleko podgrzać do temperatury około 40 stopni C, rozprowadzić w nim drożdże, dodać około 200 g mąki, szczyptę cukru i wymieszać. Wierzch posypać mąką i odstawić w ciepłe miejsce do wyrośnięcia.

CIASTO:

Jaja, cukier i sól wymieszać i podgrzać do temp. 30 – 32 stopni C. Ciepłą masę wlać do wyrośniętego rozczyńca i dokładnie wymieszać. Wsypać mąkę i zagnieść ciasto. **Tłuszcz Maestro** dodać do ciasta, dodać całe migdały, całość dokładnie wyrobić i odstawić do wyrośnięcia. Wyrośnięte ciasto przełożyć do foremki, posmarować mlekiem i posypać migdałami w płatkach. Odpiekamy w temp. 200 stopni.



Bake & Sweet

magazyn branży piekarskiej i cukierniczej



Zawsze
jesteśmy
z Wami!

Zamów roczną prenumeratę! **TYLKO 105 PLN**

BCM
BIZNES

Wydawca magazynu Bake&Sweet zaprasza na stronę www.bakeandsweet.pl

NOWOŚĆ



Coco's Mix Best Cream

Kokosowe przysmaki z najlepszym kremem

Mieszanka kokosowa Coco's Mix to wszechstronna podstawa do różnorodnych kokosowych wypieków. Naturalny smak wiórków kokosowych i łatwość przygotowania to jej największe atuty. Sprawnie przygotowane kokosowe produkty idealnie łączą się z aksamitnym, delikatnym kremem o waniliowym smaku, uzyskanym z mieszanki Best Cream. Wyjątkowa gładkość konsystencji, łatwość łączenia z innymi składnikami, prostota przygotowania, długotrwała świeżość to tylko niektóre z zalet Best Cream. Mieszanka stanowi znakomity dodatek oraz dekorację ciast i deserów. Jest świetną bazą do komponowania nowych smaków.

smaki dnia

promocja
Lesaffre Polska

Coco's Mix

8 pkt

Best Cream

5 pkt

Smakuj i wygrywaj atrakcyjne nagrody!




LESAFFRE

www.lesaffre.pl

Pieczywo czosnkowe



Mieszanka 25% do wypieku pieczywa czosnkowego

Mix Czosnkowy to:

- doskonała mieszanka do wyrobu pieczywa przekąskowego: bagietek, bułeczek, paluchów, spodów a'la pizza
- wypieki łączące w sobie smak czosnku, aromat ziół i delikatną, maślaną nutę
- atrakcyjny wygląd gotowych wyrobów
- ciekawy pomysł na uzupełnienie asortymentu pieczywa i przekąsek

