



Wanilia i porzeczki

WIOSENNA
RECEPTURA

ZENTIS

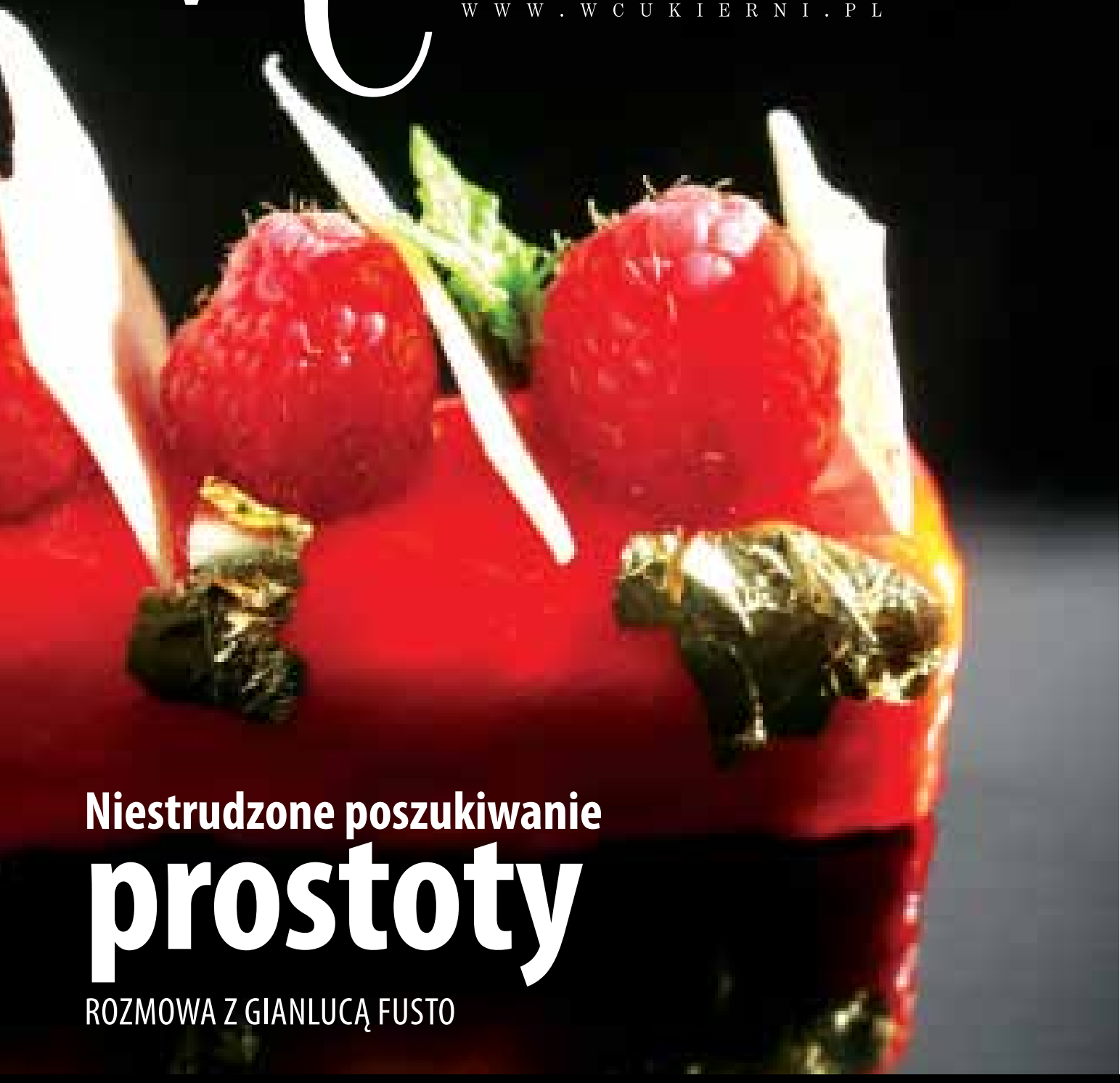


NR 5 (4) · MAJ 2011

WP PIEKARNI CUKIERNI

WWW.WPIEKARNI.PL

WWW.WCUKIERNI.PL



Niestrudzone poszukiwanie **prostoty**

ROZMOWA Z GIANLUÇĄ FUSTO

W NUMERZE
M.I.N.:

SOCIAL MEDIA
OD PODSZEWKI



LODOWE RECEPTURY

Filippo Zampierona



DOBRYCH RAD NIGDY ZBYT WIELE

DORADZTWO MARKETINGOWE
ANALIZY I OPRACOWANIA
DZIAŁANIA PROMOCYJNE I PUBLIC RELATIONS
PRZYGOTOWYWANIE FOLDERÓW I GAZETEK REKLAMOWYCH
WYDAWNICTWA OKOLICZNOŚCIOWE
DRUK ULOTEK I INSERTÓW
PROJEKTY REKLAM I OGŁOSZEŃ
KREACJA KAMPANII PROMOCYJNYCH I REKLAMOWYCH
PROJEKTOWANIE IDENTYFIKACJI GRAFICZNEJ OD PODSTAW

A TAKŻE

WSPARCIE OBECNOŚCI W INTERNECIE

OPRACOWANIE STRON INTERNETOWYCH · REDAGOWANIE TREŚCI STRON WWW
ZARZĄDZANIE STRONAMI WWW · MAILINGI I NEWSLETTERY

ORAZ

CAŁA GAMA NIETYPOWYCH DZIAŁAŃ PRZYGOTOWANYCH POD INDYWIDUALNE POTRZEBY KLIENTA

O BRANŻY SPOŻYWCZEJ WIEMY DUŻO, O PIEKARSKO-CUKIERNICZEJ PRAWIE WSZYSTKO

SPRAWDŹ NAS!

E-MAIL: AGENCJA@WPIEKARNI.PL, TEL. 32 230 90 05
UL. DAMROTA 6/301, 40-022 KATOWICE

Majowe zmiany



d kilkunastu dni dla Polaków otwarte są rynki pracy Niemiec i Austrii. To kolejne europejskie kraje, które umożliwiają nam podjęcie zarobkowania bez zbędnych formalności i obostrzeń. Analitycy spodziewają się kolejnej znaczącej fali emigracji – za pracą zagranicę wyjechać ma spora liczba naszych rodaków, w tym także piekarze i cukiernicy. Jak ta sytuacja odbije się na lokalnym rynku pracy, jak przełoży na warunki zatrudnienia i płace – pokaże czas.

Maj to miesiąc, kiedy, przed siedmioma już laty, wchodziliśmy w struktury Unii Europejskiej. Wtedy nie brakowało obaw i wątpliwości. Dziś na większość rodzących się wtedy pytań znamy

już odpowiedzi. Nasi rodacy pracują w piekarniach i cukierniach niemal całej Europy. Jesteśmy nie tylko liczącym się eksporterem wykwalifikowanych pracowników, ale także produktów piekarskich i cukierniczych. Wartość sprzedaży pieczywa i ciastek za granicą przekroczyła w ubiegłym roku wartość eksportowanego z Polski alkoholu.

Wzrost sprzedaży na rynkach zewnętrznych to szansa nie tylko dla wielkich firm. Także te średnie z powodzeniem odnajdują się w kooperacji z zagranicznymi partnerami. Nasze pieczywo i słodkie wypieki obecne są w sklepach Niemiec, w miejscowościach położonych w pobliżu granicy z Polską. Także w Wiedniu spotkać można polskie wyroby przywożone tu z okolic Oświęcimia. Blisko 400-kilometrowa odległość od piekarni do sklepu warta jest pokonania.

Każdy medal ma jednak dwie strony. Podczas gdy my zdobywamy kolejne przyznawane na zagranicznych rynkach, na nasz rodzimy trafiają obcy konkurenci. Polscy konsumenci to kuszący target dla analityków i speców od marketingu. Dlatego też obok lokalnej konkurencji pojawiają się w Polsce potężni światowi, a przynajmniej europejscy gracze. O takim właśnie potencjale z Francji, skuszonym perspektywami rozwoju nad Wisłą piszemy w tym numerze.

O tym, jak radzić sobie mocno zróżnicowanym rynku powinniśmy mówić i pisać coraz więcej. Także uczyć adeptów zawodu, którzy z zapałem i pasją starają się zgłębiać jego tajniki. Ci najlepsi startują w szkolnych konkursach, prezentując już teraz wysokie zawodowe umiejętności. W konfrontacji z rynkową rzeczywistością nawet najlepsze opanowanie rzemiosła może być niewystarczające. Warto o tym pamiętać na coraz szerzej otwartym i dostępnym rynku usług i produktów. Mamy nadzieję, że lektura naszego czasopisma ułatwi spojrzenie na piekarsko-cukiernicze rzemiosło z różnych stron i perspektyw i będzie stanowić inspirację do pozytywnych zmian.

Wydawca oraz Zespół Redakcyjny

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

PARTNER ZARZĄDZAJĄCY: GRZEGORZ OLMA
g.olma@wpiekarni.pl, tel. 32 204 23 04

REDAKCJA „W PIEKARNI, W CUKIERNI”
www.wpiekarni.pl, www.wcukierni.pl

Adres redakcji:
Damrota 6/301, 40-022 Katowice
tel. 32 230 90 05, fax 32 700 36 72, redakcja@wpiekarni.pl

REDAKTOR NACZELNA: PATRYCJA MROWIEC-MATEJA
p.mrowiec-mateja@wpiekarni.pl, tel. +48 693 375 189

DYREKTOR MARKETINGU: BARBARA ZAJĄC
b.zajac@wpiekarni.pl, tel. +48 608 094 847, 32 230 90 05

KIEROWNIK DS. KLIENTÓW STRATEGICZNYCH: KATARZYNA CZAK
k.czak@wpiekarni.pl, tel. +48 535 535 923

PROJEKT GRAFICZNY: BOGUMIŁ MATEJA
b.mateja@wpiekarni.pl, tel. +48 693 814 809

KOREKTA: HALINA BOGUSZ, MARZENA STĘPIEN

AUTORZY: Agnieszka Bielawska-Pękala, Michał Dawid, Artur Lipnicki,
Bartosz Malicki, Małgorzata Milian-Lewicka, Karolina Podhajecka,
Justyna Wydra, Karolina Żurek, Szymon Konkol, Adam Wybierała, Mateusz Wilk

KSIĘGOWOŚĆ: P. H. U., „Krzemex” Grażyna Krzemińska
ul. Toszecka 182/3, 44-110 Gliwice

PRZYGOTOWANIE DO DRUKU: Media Vision, Katowice

DRUK: DRUKARNIA NOWINY, Siemianowice Śląskie

Zdjęcie na okładce: © Studio DER - Fotolia.com

WP
PIEKARNI
CUKIERNI

Redakcja nie ponosi odpowiedzialności za treść zamieszczanych reklam, ogłoszeń i artykułów sponsorowanych. Wydawca ma prawo odmówić zamieszczenia reklam i ogłoszeń, jeżeli ich treść lub forma są sprzeczne z charakterem magazynu lub interesem wydawcy. Kopiowanie lub powielanie w jakiegokolwiek formie, w części lub całości, bez pisemnej zgody Wydawcy – Agencji Mediowo-Konsultingowej ZOOM – jest zabronione. Redakcja zastrzega sobie prawo do dokonywania skrótów, korekty, edycji nadesłanych materiałów, a także do publikacji materiałów w dogodnym dla redakcji czasie i kolejności oraz niepublikowania materiału bez podania przyczyny. Prawa autorskie zastrzeżone.

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

SPIS OGŁOSZENIODAWCÓW

BCC, s. 7
Bakels Polska, s. 40-41
Es system K, s. 47
Hert, s. 73
Kompleks Serwis, s. 13
Komplet Polska, s. 5, 21, 31
Kruszwica, s. 11
Malmon, s. 35
Martin Braun, s. 48-49
Mech-Masz, s. 15
Polder, s. 59
Spirotech, s. 9, 39
Ultra-Power Systemy Półkowe, s. 33

spis treści

KRÓTKO I NA TEMAT

Aktualności s. 6

TARGI, WYDARZENIA, KONKURSY

BAKEPOL 2011 czyli gościnne i innowacyjne Kielce s. 8
15. edycja targów EuroGastro s. 12
Sprawdź zanim kupisz s. 14
Puchar w Nantes – **Zuzanna Putka-Twardowska** s. 16
Przyjaciele dla Preusa – **Mirosław Jurgielewicz** s. 18
Polska – kuszący rynek – **Justyna Cabaj-Bonicka** s. 20
Nowa hala na pelynych obrotach s. 22



24
MASZYNY I URZĄDZENIA
Nie ma to jak ciepłe bułeczki
– **Agnieszka Bielawska-Pękala**

Co BEAR-Varimixer® może zaoferować? – **Piotr Kulik** s. 28



36
POLSKI CHLEB
Zbliża się sezon groźnej salmonelli
– **Magdalena Kot**

Rewitalizacja polskiego chleba, cz. IV – **Adam Wybierała** s. 30
Trendy w suplementacji pieczywa i wyrobów ciastkarskich, cz. I
– **Małgorzata Mielcarz** s. 32

NOWOCZESNY MARKETING

Social media od podszewki – **Karolina Podhajecka** s. 42
Reklama pobudza apetyt – **Justyna Wydra** s. 45

SEZON LODZIARSKI

Letnie premiery nowych sosów, czyli słodki blask
od Martin Braun s. 48
Zuccotto Primavera – **Filippo Zampleron** s. 50

- Gruszka w czekoladzie – **Piotr Bąk** s. 53
 Niestrudzone poszukiwanie prostoty – z Gianlucą Fusto rozmawiają **Bartosz Budzyński i Graziana Melillo** s. 54

DESERY ŚWIATA

- Macaron – ciastko idealne – **Małgorzata Milian-Lewicka** s. 58



60

CHLEBY ŚWIATA

San Francisco – mekka chleba
 – **Agnieszka Hermann**

- Une baguette s'il vous plaît – **Małgorzata Milian-Lewicka** s. 64

UCZNIOWSKIE WYDARZENIA

- Bajkowe postacie we Wrocławiu – **Lidia Nestoruk** s. 68
 Konfrontacja Mistrzów – **Szymon Konkol** s. 72

OPINIE

- Toksyczna szkoła. Epizod II: Tadeusz – **Szymon Konkol** s. 74

KAWA RAZ

- Kawą rządzi kobieta s. 75



76

TECHNOLOGIA

Enzymy w produkcji piekarskiej – **Magdalena Kot**

OD REDAKCJI

- „W Piekarni, W Cukierni” także u Twojego dystrybutora. s. 80
 Polecamy hurtownie s. 82
 Kalendarz targowy s. 83
 Listy do redakcji s. 83

» REKLAMA

KOMPLET **KOMPLET Polska**
 www.komplet.pl

*Z dobrego
 upieczesz
 najlepsze!*

JAKOŚĆ GWARANTOWANA MARKĄ KOMPLET

NOWOŚĆ!

**KOMPLET
 Gourmet
 Królewskie 30**

30% SKONCENTROWANA MIESZANKA DO PRODUKCJI
 CIAST DROŻDZOWO-SEROWYCH.

- ♦ Lekka i wilgotna struktura ciasta.
- ♦ Precyzyjne i ekonomiczne dozowanie.
- ♦ Różnorodne wykorzystanie – do wypieków na blasze, chałek i pieczywa o różnym kształcie.
- ♦ Długotrwała świeżość.

Pokazy Barima Artisanal

W Poznaniu i Ożarowie Mazowieckim odbyły się Warsztaty Czekoladowe Barima Artisanal. W ich trakcie najnowszą ofertę zaprezentowała firma Barbara Luijckx. Uczestnicy spotkań mieli okazję zobaczyć, jak wykorzystać dekoracje czekoladowe, marcepanowe i cukrowe do produktów przygotowywanych z okazji Świąt Wielkanocnych, Dnia Matki, Dnia Dziecka czy uroczystości komunijnych.

Wśród propozycji skierowanych do cukierników nie zabrakło także innowacyjnych receptur tortów, nowoczesnych form do wylewania musów czy modernistycznych opakowań. Sporym zainteresowaniem wśród uczestników warsztatów cieszyła się także galanteria czekoladowa w postaci folii i barwników.

Doskonałym pomysłem na uatrakcyjnienie pokazu była prezentacja oferty maszyn i urządzeń skierowanych do cukierni i czekoladziarni firmy Hert.



Dawn Foods przejmuje Unifine

Dawn Foods, Jackson, Michigan USA oraz Royal Cosun, Breda, Holandia ogłosiły, że Dawn Foods planuje przejąć Unifine Food & Bake Ingredients.

Wejście w skład tak silnej globalnej grupy jest dla Unifine szansą na dalszy rozwój oraz wzmocnienie pozycji na rynkach w Europie. – Biorąc pod uwagę produkty, koncentrację na wybranych rynkach oraz wielu utalentowanych pracowników, Grupa Unifine stanowi znakomite uzupełnienie i w bardzo dobry sposób łączy się ze światowym wizerunkiem firmy Dawn. Głębokie zaangażowanie w obsługę klienta oraz dbałość o wysoką jakość produktów to cechy łączące Dawn oraz Unifine, które na pewno pomogą zapewnić przyszłe sukcesy obu przedsiębiorstw – powiedziała Carrie Jones-Barber, CEO w Dawn Foods. Unifine F&BI będzie działać w strukturach Grupy Dawn jako osobne przedsiębiorstwo, zachowując nazwę, znaki towarowe oraz personel. – Na chwilę obecną w działaniach firmy na terenie Polski nic się nie zmienia, choć na pewno w perspektywie kilku miesięcy będziemy mogli zaoferować jeszcze bogatą ofertę produktów – mówi Filip Kwiatkowski, Country Manager Unifine F&BI Polska.

Firma Dawn to rodzinna firma z USA z 90-cio letnią tradycją i ambicjami stworzenia silnej pozycji na rynku europejskim. Unifine jest jedną z wiodących europejskich firm, które zajmują się produkcją oraz zaopatrzeniem branży cukierniczej. Planowana transakcja obejmie całość firmy Unifine – wraz z siedmioma fabrykami oraz dziesięcioma oddziałami handlowymi w Europie oraz markami Sucrea, Fruibel, Caulet oraz Dethmers.



Nagrody dla rzemieślników

Podczas dorocznej – osiemnastej już – Wielkiej Gali Izby Rzemieślniczej oraz Małej i Średniej Przedsiębiorczości w Katowicach przyznano prestiżowe tytuły: Firmy z Jakością oraz Firmy z Przyszłością. W gronie wyróżnionych znalazły się także przedsiębiorstwa z branży piekarsko-cukierniczej województwa śląskiego. Zakład Piekarsko-Cukierniczy „Pszczółka Maja” z Częstochowy oraz Piekarnię Irena i Artur Machura z Borucina wyróżniono tytułem Firmy z Jakością, a za

Firmę z Przyszłością uznano Cukiernię Perełka Marcina Warzechy z Radzionkowa.

Z kolei w województwie podlaskim rozstrzygnięto konkurs na Podlaską Markę Roku. Nagrodę Podlaskich Konsumentów otrzymał Zakład Piekarsko-Cukierniczy Jarosława Kalinowskiego z Piątnicy Poduchownej za sękacz według staropolskiej receptury. W podkategorii Duży Producent laur konkursu przyznano przedsiębiorstwu Społem z Siemiatycz za chleb bez drożdży.

Co trzeci towar jest źle oznakowany

Aż 32 proc. żywności jest nieprawidłowo oznakowana – podał Inspektorat Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych. Instytucja doszła do takich wniosków po zbadaniu ponad 1400 partii pieczywa, makaronu, przypraw, koncentratów spożywczych oraz jaj w całej Polsce. Najgorzej oznakowany był makaron – 51 proc. nieprawidłowości, a zaraz po nim – pieczywo, które miało złe etykiety w ponad 48 proc. Najczęściej stwierdzane nieprawidłowości w przypadku pieczywa to wprowadzanie konsumenta w błąd co do charakterystyki środka spożywczego.

W sumie skontrolowano 351 producentów, czyli 9,2 proc. firm zarejestrowanych w inspektoratach. Najczęściej w błąd wprowadzały klientów etykiety, które nie informowały o faktycznym składzie produktu. Inspektorzy wojewódzcy w związku z wykrytymi nieprawidłowościami nałożyli na producentów 169 kar administracyjnych oraz 53 kary finansowe na łączną kwotę ponad 41 000 zł.

Szkolenia z wiosennych inspiracji

Mała Akademia Mistrzostwa zawodowego we współpracy z firmą EcoTrade zorganizowała seminarium technologiczne, którego beneficjentami są uczniowie w zawodzie cukiernik i piekarz ze szkół w Rybniku, Jastrzębiu-Zdroju i Żorach.

Cykl szkoleń pod nazwą „Wiosenne inspiracje” odbył się w dniach 4-5 maja w siedzibie firmy EcoTrade w Gliwicach. Młodzi adepci Małej Akademii Mistrzostwa Zawodowego szkolili się z produkcji tart owocowych, tortów oraz ciastek bankietowych.

Więcej informacji na stronie internetowej www.technolog.friko.pl/akademia oraz na profilu społecznościowym www.facebook.com/almanach.cukierniczo.piekarski.

Greek Trade zaprasza na muzyczną ucztę



Firma Greek Trade, producent i dystrybutor produktów marki Helcom, jest głównym sponsorem płyty Mai Sikorowskiej i zespołu Kroke. Płyta zatytułowana „Avra”, miała premierę w marcu br. Powstała w Krakowie i zawiera 12 wyjątkowych utworów zaśpiewanych przez Maję w języku greckim. Muzyka prezentowana na płycie jest niezwykle energetyczna a zarazem bardzo liryczna. Każdy z utworów niesie ze sobą swoją własną historię – głównie o miłości.



Biało-czerwony mazurek

Miał prawie 7,5 m długości i 80 cm szerokości. Największy w Europie mazurek w barwach flagi narodowej stanął 2 maja br. przed urzędem wojewódzkim w Poznaniu. Okazja była nieprzypadkowa – Dzień Flagi Rzeczypospolitej Polskiej. Do wypieku ciasta wielkopolscy cukiernicy potrzebowali 200 kg cukru, 100 kg mąki, 1,4 tys. jaj oraz kandyzowane owoce. Przygotowanie mazurka zajęło im cztery dni. – Robiliśmy go etapami, podzieleni na sześć ekip cukierniczych – opowiadał reporterowi radia TOK FM Piotr Koperski.

Mazurek przyciągnął pod urząd wojewódzki tłumy. – Z doświadczenia wiemy, że samo wciągnięcie flagi na maszt i odegranie hymnu to za mało, dlatego chcieliśmy zrobić coś nietuzinkowego. Mazurek w kształcie flagi połączony z piknikiem rodzinnym okazał się strzałem w dziesiątkę – podkreślał Tomasz Stube, rzecznik wojewody wielkopolskiego. Wielkie ciasto pokrojono na 2,3 tys. kawałków. Wszystkie zniknęły w pół godziny.

Korty czekają

W ostatni weekend czerwca, od piątku do niedzieli (w dn. 24-26 czerwca) w Ośrodku Kortowo Tennis Center w Poznaniu odbędą się XIII Mistrzostwa Polski Cukierników i Piekarzy im. Wojciecha Kandulskiego w tenisie ziemnym. Turniej organizowany przez Wielkopolskie Stowarzyszenie Cukierników na dobre wrósł w kalendarz branżowych imprez sportowych. W ubiegłym roku uczestniczyło w nim ponad 50 cukierników i piekarzy z całej Polski.

Mecze rozgrywane będą w trzech grupach wiekowych w systemie singlowym oraz gier deblowych. Zwycięzcy w poszczególnych kategoriach otrzymują tytuł Mistrza Polski Cukierników i Piekarzy oraz puchary i nagrody ufundowane przez sponsorów.

Program Mistrzostw:

- 24 czerwca:** od godz. 14 – przyjazd zawodników i osób towarzyszących oraz gry treningowe.
- 25 czerwca:** od godz. 9 – losowanie gier singlowych, godz. 10-20 – gry singlowe i deblowe, godz. 21 – uroczysta kolacja.
- 26 czerwca:** godz. 10-14 – półfinały, godz. 15 – finały, godz. 16.00 – uroczyste zakończenie mistrzostw, wręczenie nagród.



PRODUCENT PRZYCZEP I POJAZDÓW SPECJALNYCH



Ponad 65 lat doświadczeń w produkcji mobilnych punktów sprzedaży pozwala nam na dostosowanie Państwa mobilnego punktu sprzedaży do najwyższych wymagań i nowoczesnych standardów.

Dostarczamy wysoką jakość i najnowszą technologię. Aby jeszcze lepiej spełniać wymagania i potrzeby naszych Klientów, proponujemy przede wszystkim modele wykonywane na zamówienie. Wielkość, wyposażenie, kolorystyka i wiele innych rzeczy zależy przecież od Państwa gustu i potrzeb.

Wszystkie nasze pojazdy dostosowane są do norm obowiązujących w Polsce i w Unii Europejskiej oraz posiadają atest PZH.

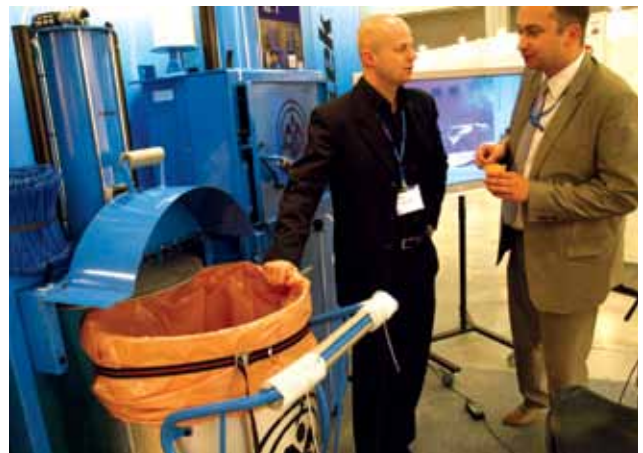
BCC Polska Sp. z o.o.
ul. Ekonomiczna 8, 67-100 Nowa Sól
tel. 68 478 43 50, fax. 68 478 43 59
e-mail: kp@bccpolska.pl, www.bccpolska.pl



REKLAMA

BAKEPOL 2011, czyli gościnne i innowacyjne Kielce

DOBIEGŁ KOŃCA TEGOROCZNY, ZIMOWO-WIOSENNY TARGOWY MARATON. ZWIĘCZENIEM WYJĄTKOWO OBFITEGO W IMPREZY SEZONU BYŁY TARGI BAKEPOL W KIELCACH. Z PEWNOŚCIĄ NAJWIĘKSZE POD WZGLĘDEM LICZBY WYSTAWCÓW TEGOROCZNE WYDARZENIE W BRANŻY



Targi odbyły się dopiero po raz trzeci. Firmy związane z branżami: piekarską, cukierniczą czy lodziarską goszczą tu co dwa, nieparzyste lata. W tym roku swą ofertę prezentowało blisko 130 wystawców, wśród których nie zabrakło przedstawicieli z Niemiec, Czech, Słowacji, Litwy czy Wielkiej Brytanii, a także Austrii i Francji.

W dwóch pawilonach wystawowych można było znaleźć szeroką ofertę sprzętu piekarsko-cukierniczego, surowców i komponentów oraz rozwiązań informatycznych i logistycznych dla branży. Jak poinformowali organizatorzy imprezy, w trakcie pięciu targowych dni z propozycjami wystawców zapoznało się ponad pięć tysięcy profesjonalistów.

TRADYCYJNE MASZyny, nowoczesne prezentacje

Przyglądając się targowej ekspozycji, można było dostrzec wyraźnie zarysowujące się kierunki zmian. W Kielcach wystawiennicza klasyka spotkała się z nowym spojrzeniem na rolę i funkcje branżowej wystawy. Z jednej strony na wielu stoiskach tradycyjnie pracowały maszyny i urządzenia, pachniało świeżymi produktami i niemal stworzono atmosferę zakładu produkcyjnego, podczas gdy na niektórych sprzęt prezentowano za pośrednictwem teledziurówek. Tradycja przenikała się z nowoczesnością. Konkret z wyobrażeniem i symbolem. Na potężnym powierzchniowo stoisku firmy Cream znajdowały się zaledwie dwie zabytkowe już maszyny. Za to filmy pokazujące prace nowoczesnego sprzętu obejrzeć można było w kinowej salce i na monitorach stanowiących element wystroju ekspozycji.

Czy tak wyglądać będą targowe stoiska w przyszłości? Wydaje się, że wiele przemawia za tego typu rozwiązaniami. Nowoczesne prezentacje multimedialne nie wymagają instalowania kosztownego sprzętu i, co ważne – nie narażają go na uszkodzenie czy zniszczenie, a do tego może dojść, gdy emocje sięgną zenitu i odbiorą zdolność racjonalnych zachowań.

Tak stało się na tegorocznym Bakepolu. Po raz pierwszy doszło tu do bezprecedensowego starcia konkurencji. W ramach bezpardonowej walki o klienta posunięto się do celowego uszkodzenia urządzenia rynkowego konkurenta.

Wykorzystanie multimediiów do targowych pokazów umożliwia ograniczenie powierzchni ekspozycji. By ją efektywnie wykorzystać, można połączyć prezentacje firm, których oferty wzajemnie się uzupełniają. To kolejny kierunek zmian, jaki dostrzec można było w Kielcach. Mariaż firm sprzętowych z producentami i dystrybutorami surowców staje się powszechny i efektywny. W dodatku tworzy doskonały efekt synergii.

ZMIANY są konieczne

O tym, że zmiany w formule targowych prezentacji są niezbędne i konieczne nikogo specjalnie przekonywać nie trzeba. Tradycyjne rozwiązania wyczerpują się i nie odpowiadają już oczekiwaniom zwiedzających. Przykładem może być kolejna porażka pomysłu na trąące myszką forum piekarsko-cukiernicze. Choć swe umiejętności prezentowali na nim wybitni fachowcy, to ich praca zderzała się z niemal kompletnym brakiem zainteresowania zwiedzających.



» REKLAMA

OPINIE »»

ANDREA HAIDER

specjalista ds. marketingu i PR BACKTECH Austria

Podczas targów Bakepol na stoisku firmy Geth, naszego polskiego partnera, prezentowaliśmy Compactline DUO K/L. To uniwersalna, kompaktowa linia do produkcji bułek, która zaprojektowana została z myślą o oszczędności powierzchni w zakładzie produkcyjnym. Jest doskonała do produkcji zarówno okrągłych, jak i wydłużonych bułek. Linia ta stanowi połączenie dzielarki ciasta Mega-Star z jednostką formującą Vario-Star DUO K/L oraz modulem wykładania kęsów Mono-Star.

Jednostka formująca posiada moduł wydłużania ciasta z regulowaną płytą dociskową, który umożliwia produkcję zróżnicowanego asortymentu – od okrągłych bułeczek z różnymi wzorami (kajzerka, rozeta, kwiat itp.) po bułki wydłużane (paluchy, portugalskie, poznańskie). Podwójna obrotowa głowica stemplująca pozwala na osiągnięcie wydajności na poziomie 9 tys. bułek na godzinę.

W celu zapewnienia wysokich standardów bezpieczeństwa produkcji szalki pokryte są specjalną bakterioobójczą i antypleśniową powłoką.

Linia Compactline DUO K/L może być dostosowana do indywidualnych potrzeb klienta i skonfigurowana według jego wymagań. W każdej chwili może być także dodatkowo rozbudowana o kolejne elementy.

IPEKA Maszyna pakująca CL35

Dołącz ją do swojej krajalnicy



Zapraszamy na: www.spirotech.com.pl

SPIROTECH

Autoryzowany Przedstawiciel IPEKA Automation OY

handlowy@spirotech.com.pl +48 790 502 505 , +48 790 706 702

»»



Podobna sytuacja miała miejsce podczas ubiegłorocznej Polagry-Tech. Już wówczas pustki na widowni powinny być sygnałem alarmowym dla organizatorów tego przedsięwzięcia. W tym przypadku brakuje atrakcyjnego komentarza, moderacji spotkania, budowania interakcji między mistrzami a widzami. Bo unikalne umiejętności Józefa Ziółkowskiego, Leszka Chlebowskiego czy artystyczne prace i niebanalny wdzięk Marty Truskoławskiej w pełni zasługują na prezentację przed szeroką publicznością.

PIĘĆ DNI to za dużo!

Skoro o zmianach mowa – wielu wystawców zwracało uwagę na konieczność skrócenia czasu trwania targów. Pięć dni wystawowych to bardzo dużo, biorąc pod uwagę dodatkowy czas niezbędny na zbudowanie i demontaż ekspozycji. Trzy intensywne targowe dni wypełnione eventami i atrakcyjnymi imprezami mogłyby przełożyć się na ten sam handlowy i wizerunkowy efekt.

Bo fakt, że dobre targi z daleka od Poznania i Warszawy są potrzebne nikt w Kielcach nie kwestionował. Dla wielu odwiedzających imprezę jest ona jedyną szansą na bezpośrednie poznanie tak szerokiej i wszechstronnej aktualnej oferty piekarsko-cukierniczej oraz wczucie się w puls branży.

Następne targi BAKEPOL w 2013 roku. Wcześniej, choć dopiero w dniach 7-11 października 2012 r., Targi Polagra-Tech z Salonem Piekarsko-Cukierniczym.

O nowościach sprzętowych i produktowych prezentowanych na targach BAKEPOL napiszemy w kolejnym numerze czasopisma.



OPINIE >>>

MACIEJ DEGA

dyrektor handlowy Bakels Polska

Targi Bakepol uważam za bardzo interesujące. Nie jest to co prawda impreza wielkością odpowiadająca poznańskiej Polagrze, ale warta obecności. Klientów jest mniej niż w Poznaniu, są to jednak inne osoby, które do Poznania czy Warszawy raczej się nie wybierają.

Choć gości odwiedzających targi z roku na rok jest mniej, to jednak są to klienci zainteresowani targową ofertą. Poszukujący nowych pomysłów, nowych rozwiązań. Widać, że szukają inspiracji, wskazówek czy podpowiedzi. Z tego też względu imprezę w Kielcach, choć trochę długą, bo pięciodniową, uważam za ciekawą. Nasi klienci sprawili, że nie nudziliśmy się tutaj.

Na targach nie wprowadzaliśmy żadnych nowości. Jesteśmy w trakcie realizacji zamówień jeszcze z Polagry, dlatego też nie chcieliśmy namawiać naszych odbiorców na kolejne inwestycje. Tu kontynuowaliśmy prezentację portfolio. Skupiliśmy się na tym, aby klienci mogli lepiej poznać ofertę i szerokie możliwości zastosowania naszych produktów. Prezentowaliśmy więc nowe receptury z wykorzystaniem znanych już surowców.

Od początku kierujemy swą ofertą na półkę premium. Dziś widzimy, że odbiorcy, którzy zdecydowali się na takie pozycjonowanie wyrobów, nie żałują swego wyboru. Relatywnie największe kłopoty mają obecnie te firmy piekarskie i cukiernicze, które starały się produkować jak najtaniej, przy wykorzystaniu jak najtańszych surowców. W tym segmencie miejsca na ruchy oszczędnościowe jest bardzo mało. Ci, którzy postawili na jakość, oryginalność, niepowtarzalność produkcji relatywnie najmniej odczuwają zawrota rynku. Przyszłością dla rzemieślniczej produkcji nie jest więc konkurencja z wielkimi, przemysłowymi producentami, ale stawianie na indywidualizm produkcji, wyselekcjonowanie oferty, poszukiwanie produktów z wartością dodaną.



Maestro gwarantuje:

- przedłużoną świeżość wyrobów gotowych
- utrzymanie wilgotności miękiszu ciasta
- zwiększoną objętość ciasta w stosunku do wyrobów przygotowanych na bazie oleju
- wyjątkową, apetyczną barwę wyrobów finalnych

Maestro zawiera ważne żywieniowo składniki:

- **lecytynę**, która wpływa na sprawne funkcjonowanie systemu nerwowego oraz pamięć
- **beta-karoten**, zwany inaczej prowitaminą A – który ma działanie anyksoydacyjne, ponadto wpływa korzystnie na funkcjonowanie wzroku

Opakowanie „bag in box” (10 l) gwarantuje łatwość użytkowania produktu oraz oszczędność powierzchni magazynowej.



**TŁUSZCZ PŁYNNY
DO MIESZANEK CUKIERNICZYCH**



**DO ZASTOSOWANIA WE WSZYSTKICH RECEPTURACH CIAST
ZALECAJĄCYCH UŻYCIE OLEJU**

15. EDYCJA TARGÓW EuroGastro

PONAD 19 TYS. ZWIEDZAJĄCYCH WZIĘŁO UDZIAŁ W NAJWIĘKSZYM W POLSCE WYDARZENIU DLA BRANŻY HORECA – 15. MIĘDZYNARODOWYCH TARGACH GASTRONOMICZNYCH EUROGASTRO, KTÓRE ODBYŁY SIĘ W DNIACH 23-25 MARCA W WARSZAWIE



FOT.



Konkursy, mistrzostwa, pokazy - na EuroGastro można zobaczyć najlepszych

Na stoiskach kompleksowe oferty produktów i usług dla gastronomii prezentowało 261 wystawców z 14 państw. Zwiedzający po raz pierwszy mogli zapoznać się z wprowadzanymi na polski rynek nowościami. Targowe wydarzenia to także liczne konkursy, pokazy i mistrzostwa, podczas których wyłoniono najlepszych baristów, kucharzy czy kelnerów. Honorowy patronat nad XV edycją targów EuroGastro objął Waldemar Pawlak, minister gospodarki.

– Tegoroczna edycja EuroGastro była szczególna, nie tylko dlatego, że przyciągnęła jeszcze więcej zwiedzających i wystawców niż przed rokiem, ale również dlatego, że przez trzy dni mogliśmy wspólnie świętować jubileusz piętnastolecia. Wydarzenie stwarzało doskonałą możliwość zapoznania się z najbardziej aktualną i kompleksową ofertą produktów i usług dla gastronomii. Co więcej, targi pozwalały tradycyjnie już nawiązać i podtrzymywać owocne kontakty biznesowe. Dzięki emocjonującym konkursom i pokazom zwiedzający mogli poznać mistrzów ze świata gastronomii, obserwować na żywo ich wyjątkowe umiejętności,

a nawet spróbować wyśmienitych potraw, którymi próbowali zyskać przychylność jury. Wszystkie te elementy sprawiły, że na EuroGastro 2011 dopisali zarówno wystawcy, jak i zwiedzający – mówi Grzegorz Sendor, Szef Projektu Targów EuroGastro.

OFERTA PEŁNA NOWOŚCI na EuroGastro

Podczas EuroGastro swoją ofertę przedstawiło 261 firm z 14 państw: Austrii, Belgii, Czech, Estonii, Finlandii, Francji, Hiszpanii, Holandii, Niemiec, Polski, Szwecji, Turcji, Ukrainy i Włoch. Warto wspomnieć, że Hiszpania prezentowała się po raz pierwszy – na targi przyjechało 17 firm z tego kraju.

Swoją premierę miało również rewolucyjne oprogramowanie do stolika X2Multi Table firmy ADITH Technologies, dzięki któremu klienci restauracji za pomocą multimedialnego blatu mogą m.in. składać zamówienia, łączyć się z internetem czy też dowiedzieć się, co aktualnie znajduje się na stole.

Co więcej, firma Winterhalter przedstawiła najmniejszą na świecie zmywarkę dla profesjonalistów.

Oficjalną premierę na targach miał też ekspres Jura Impressa J9 One To-

uch TFT z innowacyjnym wyświetlaczem firmy Strauss Cafe Poland.

NAJLEPSZY produkt

W tegorocznej edycji targów wystawcy mogli wziąć udział w konkursie na najlepszy produkt Targów EuroGastro 2011, który odbył się po raz pierwszy w zmienionej formule. Laureaci zostali nagrodzeni unikatowym logo Najwyższa Jakość Targów EuroGastro 2011, które może być wykorzystane w materiałach promocyjnych i reklamowych nagrodzonego produktu jako potwierdzenie jego doskonałej jakości. W kategorii wyposażenie zaplecza kuchennego zwyciężyła firma Winterhalter Gastronom Polska Sp. z o.o. za zmywarkę GS 630, a wyróżnione zostały okap kuchenny KVF z systemem MARVEL firmy Halton Sp. z o.o. oraz monoblok KROMET – Superline z Fabryki Maszyn i Urządzeń Gastronomicznych KROMET Sp. z o.o. W kategorii sprzęt, akcesoria i surowce dla kawiarni nagrodę otrzymała firma Gastromedia Sp. z o.o. za Pacojet, a Strauss Cafe Poland Sp. z o.o. przypadło wyróżnienie za automatyczny ekspres do kawy La Cimbali Q10. Firmie ES System K Sp. z o.o. przypadły laury za linię urządzeń chłodniczych

LENARI w kategorii sprzęt, akcesoria i surowce dla cukierni, lodziarni i piekarni. Informacje o zwycięzcach w tych i pozostałych kategoriach zostaną zamieszczone na stronie www.eurogastro.com.pl.

KAWOWI mistrzowie

Program wydarzeń towarzyszących EuroGastro 2011 obfitował w liczne konkursy i mistrzostwa, pokazy kulinarne oraz degustacje. Podczas targów odbyły się X Mistrzostwa Polski Baristów, o których piszemy w dziale „Kawa raz” na stronie 75.

Targi EuroGastro 2011 były również okazją do poszerzenia wiedzy w zakresie gastronomii w trakcie organizowanych spotkań merytorycznych. Zwiedzający mogli uczestniczyć w seminariach „Zasady prawidłowego żywienia w teorii i praktyce” lub też „Dobry barista – sposób na zwiększenie zysków Twojej kawiarni”. W ramach EuroGastro odbyły się również pokazy i warsztaty „Rok Polski w BBQ” które pozwalały uczestnikom odkryć tajniki barbecue.



Firmie ES System K Sp. z o.o. przypadły laury za linię urządzeń chłodniczych LENARI w kategorii sprzęt, akcesoria i surowce dla cukierni, lodziarni i piekarni

EUROGASTRO W SKRÓCIE

Międzynarodowe Targi Gastronomiczne EuroGastro są największym wydarzeniem rynku Ho-ReCa w Polsce, skierowanym ściśle do przedstawicieli branży gastronomicznej. Na targach oferty przedstawiają producenci, dystrybutorzy i usługodawcy w czterech sektorach: wyposażenia zaplecza kuchennego, żywności i napojów dla gastronomii, kawowym oraz wyposażenia sal restauracyjnych i barów. Podczas EuroGastro realizowany jest również atrakcyjny program wydarzeń towarzyszących, widowiskowych pokazów i konkursów z udziałem najlepszych kucharzy, cukierników, baristów, kelnerów i sommelierów. EuroGastro organizowane są od 1996 r. w Warszawie przez MT Targi (wcześniej MT Polska). Od 2009 r. odbywają się w nowoczesnym Centrum Targowo-Kongresowym przy ul. Marsa 56C w Warszawie.

» REKLAMA



Mebel do piekarni i cukierni



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

Sprawdź zanim kupisz

CORAZ WIĘCEJ ZAKŁADÓW SIĘGA PO NOWOCZESNE ROZWIĄZANIA TECHNICZNE I TECHNOLOGICZNE. PRODUCENCI I DYSTRYBUTORZY SPRZĘTU I SUROWCÓW OFERUJĄ WIĘC MOŻLIWOŚĆ PRAKTYCZNEGO SPRAWDZENIA PRODUKTÓW PRZED ZAKUPEM

Verba docent, exempla trahunt – słowa uczą, przykłady pociągają, mawiali starożytni. Z tego założenia wychodzą też technolodzy firmy Credin Polska, którzy w praktyczny sposób prezentują zastosowanie półproduktów firmy przy użyciu nowoczesnych maszyn i urządzeń. Cykl prezentacji, odbywających się w firmowej piekarni szkoleniowej w Sobótce koło Wrocławia, przyciąga piekarzy i cukierników z całego kraju.

Całodniowe szkolenie miało charakter tematyczny. W trakcie kilkugodzinnego spotkania prezentowano możliwości linii do bułek Fortuna, wałkownicy Rollfix 600 oraz linii Easyline firmy Fritsch czy urządzenia Multidrop oferowanego przez Intertech. Technolodzy Credinu doбирали do każdego sprzętu odpowiedni zestaw komponentów, aby jak najpełniej przedstawić możliwości produkcji i walory techniczne maszyn, a jednocześnie zaprezentować szeroką paletę asortymentu piekarsko-cukierniczego.

Uczestnicy warsztatów mogli więc przyglądać się działaniu linii Fortuna i uczestniczyć w produkcji bułek tradycyjnych (kajzerek czy nacinanych tzw. niemieckich), bułek smakowych na bazie mieszanek Credin czy pizzerek. Inny program dotyczył linii Easyline. Tu asortyment obejmował, oprócz bułek, również ciasta: francuskie i półfrancuskie, maślane croissanty czy drożdżówki. Produkcja z wykorzystaniem maszyny Multidrop dotyczy drobnych wyrobów cukierniczych – ciasteczek domowych i kruchych, kokosanek, biszkopcików, wyrobów na bazie ciasta parzonego i piernikowego.

Spotkania w Sobótce to okazja z jednej strony do przetestowania maszyn i urządzeń, z drugiej do praktycznego poznania komponentów z Credinu oraz wymiany zawodowych doświadczeń.



CIASTKA KRUCHE MULTIDROP

SKŁADNIKI

koncentrat Ciasteczka Kruche Multidrop (20 proc. koncentrat ciasta kruchego)	1 kg
mąka pszenna T550	2,75 kg
cukier puder lub cukier kryształ	1,25 kg
margaryna 80 proc. Credi	2,25 kg
jaja	0,25 kg
Razem	7,5 kg

SPOSÓB PRZYGOTOWANIA

Ubić margarynę z cukrem i jajkami na jednolitą masę. Następnie wszystkie składniki połączyć i ubijać ok. 15-20 min. Mąkę wymieszać z koncentratem i za pomocą palety delikatnie połączyć z ubitą masą tłuszczową. Piec w temp. 210°C przez ok. 12-15 min w zależności od pieca i masy ciasta.

MASZYNA DO PRODUKCJI WYROBÓW CUKIERNICZYCH (GRZANIE + MIESZANIE)



Szybkie przygotowanie ważnych receptur

- różnorodne kremy
- musy owocowe
- roztapianie pomady
- czekolady
- budynie
- zupy, sosy
- nadzienia, polewy
- masy wg własnych receptur
- risotto, polenta, beszamel itp.

Model	MK-60	MK-80
Pojemność kotła [litry]	60	80
Moc grzałek [kW]	6,0	6,0
Moc silnika mieszadła [kW]	0,37/0,45	0,37/0,45
Szerokość [mm]	715	715
Głębokość [mm]	770	770
Wysokość [mm]	1460	1460
Waga [kg]	110	130

*Dostępne również modele do 300 l

Do przygotowywania mas wymagających mieszania i jednoczesnego równomiernego podgrzewania (max 150°C).

Specjalne mieszadło z dwoma biegami pracy ze zbierakami zapobiegającymi przywieraniu produktu.

Uchylny kocioł z blokadą w pozycji wychylonej do wylania masy.

Dostępne również wersje nierdzewne.

Producent MECH-MASZ ŻNIN

MECH-MASZ

88-400 Żnin, ul. Szpitalna 20

tel. (52) 303 12 38-9, (52) 302 00 73

fax (52) 303 48 11

mechmasz@mech-masz.com.pl

www.mech-masz.com.pl, www.piecerurowe.pl

Puchar w Nantes

W NANTES PODCZAS TARGÓW SERBOTEL ODBYŁ SIĘ ORGANIZOWANY PRZEZ FEDERACJĘ PIEKARZY LOIRE-ATLANTIQUE 15. PUCHAR EUROPY W PIEKARSTWIE, W KTÓRYM STARTOWAŁA TAKŻE REPREZENTACJA POLSKI



FOT. Z. PUTKA-TWARDOWSKA

Start w Pucharze Europy w Nantes traktujemy jako doskonały trening i możliwość zgrania się drużyny, powiedział Piotr Koperski

ZUZANNA PUTKA-TWARDOWSKA

W konkursie wystartowało dziewięć drużyn z krajów europejskich. Pierwszego dnia swój kunszt piekarski prezentowały ekipy z Francji, Luksemburga i Szwecji, drugiego – z Polski, Holandii i Portugalii, a ostatniego – z Danii, Włoch i Hiszpanii. Każda reprezentacja składała się z sędziego i trzech zawodników, z których każdy wykonywał wypieki z innej kategorii.

Na wykonanie prac zawodnicy mieli osiem godzin. To naprawdę niewiele czasu na wypieczenie aż sześciu ro-

dzajów chleba oraz sześciu rodzajów wyrobów cukierniczych o różnym kształcie i składzie. Sposób wykonania i parametry konkursowych wyrobów określał szczegółowy regulamin zawodów. Oprócz pieczywa i ciastek drużyna miała przygotować również wypiek artystyczny; temat pracy brzmiał: „Miejsce turystyczne lub zabytek twojego kraju”.

BAGIETKI po polsku

Nasz kraj reprezentowali: Andrzej Wojciechowski (członek jury) – wiceprezes Stowarzyszenia Rzemieślników Piekarstwa RP, Przemysław Koperski (ciastka półfrancuskie i drożdżowe)

z Cukierni-Piekarni „Piotr Koperski i Syn” z Suchego Lasu k. Poznania, Marcin Surowiecki (bagietki i chleby specjalne) oraz Paweł Chojecki (eksponat artystyczny), obydwaj z Piekarni-Cukierni „Putka” z Warszawy.

W kategorii ciastka półfrancuskie i drożdżowe Przemysław Koperski przygotował: briosze, croissanty, miseczki orzechowe, owocowe marzenie, rogalie świętomarcińskie i ciastka z grupy słonych nazwane – łososiowy przysmak. Wszystkie produkty były bardzo ciekawe i estetyczne, a przede wszystkim smaczne. Członkowi jury bardzo chwalili jakość listkowania w cieście użytym do wyrobów.



Inspiracją dla eksponatu artystycznego była warszawska Syrenka



Zwycięzcy konkursu - ekipa z Luksemburga

Z kolei w kategorii bagietki i chleby specjalne Marcin Surowiecki wykonał tradycyjne francuskie bagietki, bułeczki, chleby: wiejski, ryżowy, orkiszowy z oliwkami i hetman. Oprócz bardzo oryginalnych i smacznych chlebów smakowych szczególną uwagę zwróciły bagietki, które osobiście po zakończonym konkursie pochwalił przewodniczący jury – Jacques Anonnier. Powiedział, że były lepsze od wykonanych przez ekipę francuską.

Stanowisko polskiej ekipy odwiedziło wielu Polaków mieszkających we Francji. Przyznawali, że bagietki są wyśmienite, ale nie ma to jak prawdziwy polski chleb razowy na zakwasie – nie mogli nachwalić się naszego chleba hetmana o niepowtarzalnym posmaku pumpernikla z płatkowanym żytem i ziarnami kminku.

Paweł Chojecki wykonywał pieczywo artystyczne. Tym razem był to symbol stolicy Polski – Syrenka. Postać kobiety z rybim ogonem wykonał z pięciu rodzajów ciasta. Praca wymagała wiele finezji, artyzmu i piekarskiego kunsztu na wysokim poziomie.

TRENING PRZED Mistrzostwami Świata

Jury, oceniając prace, miało naprawdę ciężkie zadanie, ponieważ poziom konkursu był bardzo wysoki. Najwięcej punktów zebrała ekipa

z Luksemburga, niewiele mniej drużyna z Włoch, a następnie przedstawiciele organizatorów konkursu – ekipa francuska. Nasi reprezentanci tym razem nie stanęli na podium, ale i tak należą się im gratulacje – przygotowane przez nich wypieki były ładne, ciekawe i zachwycały smakiem. – Start w Pucharze Europy w Nantes traktujemy jako doskonały trening i możliwość zgrania się drużyny przed dużo ważniejszym dla nas konkursem, który odbędzie się w przyszłym roku w Paryżu – mówi Piotr Koperski, trener drużyny.

Wyjazd naszej ekipy to kolejne cenne doświadczenie, możliwość wspólnej pracy, zdobycie kontaktów oraz – co ważne – mile spędzony czas we wspaniałej atmosferze konkursu. Członkowie poszczególnych ekip, mimo rywalizacji, byli do siebie bardzo przyjaźnie nastawieni. Drużyny kibicowały sobie nawzajem, a w razie potrzeby również pomagały, pożyczając surowce lub drobne sprzęty. W nawiązywaniu kontaktów nie przeszkadzała im nawet bariera językowa. Podczas wieczornych kolacji członkowie wszystkich ekip doskonale się razem bawili, a tańce, gdyby nie zbliżająca się godzina odjazdu, pewnie trwałyby do rana.

POMOCNI Francuzi

Na specjalną uwagę zasługuje grupa francuskich emerytowanych piekarzy,



Chleby wykonane przez polską ekipę

Polacy mieszkający we Francji, przyznawali, że bagietki naszej ekipy są wyśmienite, ale najlepszy jest polski chleb

którzy bez żadnego wynagrodzenia obsługiwali uczestników konkursu. Pomimo tego, że pracowali całkowicie gratis, robili to ze szczerym uśmiechem i przyjemnością. Francja jest przecież krajem, w którym tradycje piekarskie są bardzo głęboko zakorzenione, a bycie piekarzem daje liczne powody do dumy.

Trzymajmy kciuki za naszą zgraną ekipę podczas przyszłorocznych Mistrzostw Świata w Paryżu!



FOT. M. JURGIELEWICZ

Przyjaciele dla Preusa

W OSTATNIM DNIU KWIETNIA KILKUNASTU CUKIERNIKÓW WZIĘŁO UDZIAŁ W MEMORIALE IM. JARKA PREUSA W PIŁCE KOSZYKOWEJ – KONSTRUOWALI OGROMNY TORT W KSZTAŁCIE BOISKA DO KOSZYKÓWKI

MIROSŁAW JURGIELEWICZ
RAI KONIN

Firma Cukiernicza Preus z Konina jest bardzo dobrze znana nie tylko w samym mieście. Jej założyciel, senior rodu – Lechosław Preus – nie został cukiernikiem z przypadku. – To się we mnie kumulowało, tak jak warstwy tortu. Najpierw była nauka pod okiem mistrza Jana Boryczko, a jeszcze później mistrza Mariana Nijaka – stwierdził Lechosław Preus.

Z dwóch synów Barbary i Leszka, młodszy – Jarek, przejmował ojcowskie pasje. Do wypróbowanych receptur seniora dorzucał coraz śmielej swoje, bardziej nowoczesne. Ale jednego obaj pilnowali zawsze – wyroby muszą powstawać z naturalnych i najlepszych surowców.

Trzy lata temu cukiernikom z Konina świat dosłownie się zawalił. Nieostrożny kierowca potężnego tira wpechnął samochód, którym jechał Jarek, pod inną ciężarówkę. W tamtych dniach żałobę nosiła rodzina i wielu koninian. Jarosław Preus był kontynuatorem rodowych tradycji, ale dobrze znali go też

ci, którzy uprawiali koszykówkę, ci, którzy potrzebowali wsparcia i pomocy, a także ci, którzy mieli bzika na punkcie piosenkarza George'a Michaela.

DOWCIP i cukierniczy kunszt

Przyjaciele i znajomi Jarka do dziś wspominają, że towarzystwo młodego konińskiego cukiernika zawsze było radosne – i to zarówno na boisku koszykówki, jak i w czasie wyjazdów na koncerty, w ramach spotkań rodzinnych i wspólnych chwil wypoczynku.

– Jarek chętnie mówił o swoich planach i pomysłach. Ale też sypał dowcipami. Głośno zabiegał o wsparcie innych, gdy próbował rozwiązywać problemy potrzebujących – wspominał Mariusz Rajzer, przyjaciel Jarka, koniński fotograf, autor wielu jego portretów. – Pamiętając o tym, zorganizowaliśmy memoriał koszykarski jego imienia.

Konińskie spotkania cukierników i przyjaciół Jarka szybko przerodziło się w imprezę ogólnopolską. W tym roku uświetniła ją praca dwunastu cukierników – członków Akademii Mistrza, na czele których stanął Mieczysław Chojnowski – mistrz świata w cukiernictwie.

– Przyjechali koledzy z całej Polski. Między innymi z Tomaszowa Mazowieckiego, Białegostoku, Wolsztyna, Warszawy, Ostrowa. Znamy i cenimy rodzinną firmę Preus, dlatego bez wahania przyjechaliśmy do Konina – powiedział Mieczysław Chojnowski, podkreślając, że zawsze bardzo cenił Jarka. Szczególnie jego pączki. Znanym mistrzom pomagali młodzi adepci cukierniczej sztuki – uczniowie klas gastronomicznych Zespołu Szkół im. M. Kopernika w Koninie.

BOISKO w skali 1:3

Kilka minut po godzinie 10 pod wielkim namiotem, który stanął obok konińskiej hali Rondo, zaczęto ustawiać stoły i otwarto drzwi wielkich samochodowych chłodni. W tym momencie najbardziej znaczącym cukierniczym narzędziem stała się krawiecka miarka. Cukiernicy z aptekarską precyzją i ściśle według wcześniej opracowanego planu, zaczęli składać wielki tort w kształcie koszykarskiego boiska. – Wcześniej przygotowaliśmy 43 elementy, które po złożeniu dadzą powierzchnię

9 na 5 m. Tortowe boisko będzie trzy razy mniejsze od tego prawdziwego – przypominał mistrz Chojnowski.

– Wszystko wydaje się dziś proste, ale wcale tak nie jest – powiedział Tomasz Mazurek, z cukierni „Mazurek” z Tomaszowa Mazowieckiego. – Wcześniej wszystko musieliśmy zaplanować, przygotować. Oczywiście zawsze jest jakaś niewiadoma, ale planowanie wykonania tego tortu zaczęliśmy już w ubiegłym roku. To jest kreatywność środowiska, to jest współdziałanie. Taka jest właśnie Akademia Mistrza – to forum wymiany doświadczeń, szukania rozwiązań problemów w rozmowach z kolegami. Skupia cukierników z pasją, chęcią rozwijania się, zdobywania wiedzy. Nigdy nie stoimy w miejscu.

Wraz z upływem czasu tortowe boisko powiększało się wyraźnie. Kolejne jego elementy przenoszone z chłodni na stoły wzbudzały podziw wśród licznych widzów. Obok rozmów cukierników, wzajemnego podpowiadania sobie, co trzeba teraz zrobić, najczęściej słyszalnym dźwiękiem były charakterystyczne odgłosy migawek aparatów fotograficznych.

Prezydent Konina – Józef Nowicki – nie ukrywał podziwu dla kunsztu cukierników, ich sprawności i pomysłowości. – Bardzo się cieszę, że właśnie w taki sposób koledzy-cukiernicy z całej Polski chcą uczcić pamięć Jarka Preusa – mówił prezydent Nowicki, który patronował całemu przedsięwzięciu.

Gdy jedni cukiernicy kładli na stołach kolejne elementy boiska, inni kremem rysowali linie, nakładali orzechy arachidowe, ustawiali wykonane z cukru i karmelu kosze.

– Cukiernictwo to wspaniała pasja, w której można się realizować do końca. To nie tylko codzienna drożdżówka czy pączek, ale także takie formy, jak nasze boisko. I chcemy to wszystko pokazać, przybliżyć. Bo z rozmów z kolegami wiem, że ubywa uczniów, są coraz większe problemy kadrowe. A takie działanie, jak to w Koninie ma szansę zmienić tę sytuację – powiedział Jacek Zięba, z Akademii Mistrza Zakładów Tłuszczowych Kruszwica.



Tort o wadze 2345 kg stworzyli Akademia Mistrza oraz uczniowie klas gastronomicznych Zespołu Szkół im. M. Kopernika w Koninie



Równoległe z powstawaniem tortu odbywały się koszykarskie rozgrywki

LŹEJ SIĘ ROBI na sercu

Tuż przed godziną 14, kiedy na olbrzymim słodkim boisku koszykarskim trwały ostatnie prace wykończeniowe, tłum ciekawskich i spragnionych słodkości gęstniał. O 14.30 Jacek Zięba z Akademii Mistrza poinformował prezydenta Józefa Nowickiego o zakończeniu prac, wymieniając poszczególne składniki oraz ich wagę. Co chwilę dawało się słyszeć gromkie oklaski. – Wspólnymi siłami stworzyliśmy tort o wadze 2345 kg – opisywał Jacek Zięba. A w chwilę później Józef Nowicki i mistrza Mieczysław Chojnowski zaczęli rozkładać blisko 2,5-tonowy wypiek, zaś uczniowie konińskiego „Koperasa” rozdali 25 tys. porcji amatorom słodkości, którzy ustawili się w długiej kolejce po kawałek tortu.

– Dla rodziny, dla mnie, ta dzisiaj sobota jest ogromnym przeżyciem. Rano byliśmy na mszy, teraz jesteśmy tu. Żał, że Jarek nie widzi tego całego zamieszania, pracy tak wielu ludzi. Ale z drugiej strony – lżej robi się na sercu, gdy człowiek widzi, ilu ma przyjaciół. Bardzo jestem im wdzięczny i dziękuję im z całego serca – podsumował Le-

chosław Preus, nie kryjąc wzruszenia i dumy z powstawanie największego na świecie tortu w kształcie boiska do koszykówki. – Wdzięczny jestem także i za to, że nie odmówili wsparcia w zbieraniu funduszy na operację małej dziewczynki – Iguni z Konina.

Równoległe z powstawaniem tortu w hali Rondo odbywały się koszykarskie rozgrywki. Uczestniczyły w nich cztery drużyny dziewcząt do lat 11, cztery chłopców do lat 13 i pięć drużyn seniorów-cukierników z Ostrowa, Włocławka, Konina. Najlepsi okazali się cukiernicy w Włocławka.

Paweł Preus, dziękując wszystkim dodał jedno zdanie: – Życzę wam, byście mieli takich i tak wielu przyjaciół, jakich miał mój brat, którzy pamięć o nim i pasję czcili w tak niezwykły sposób – największym na świecie tortem w kształcie boiska do koszykówki i szlachetną rywalizacją na prawdziwym boisku.

W wydarzenie zaangażowały się Akademia Mistrza, cukiernicy z całej Polski oraz ich partnerzy biznesowi - ZT Kruszwica, Unifine F&B, Martin Braun, Barry Callebaut, PZ Piekarz, PPHU Centrum.



Grupa Le Duff zakłada otwarcie 87 punktów gastronomicznych na całym świecie

Polska KUSZĄCY RYNEK

GRUPA LE DUFF, KTÓRA MA OK. 1200 RESTAURACJI, KAWIARNI, CUKIERNI I PIEKARNI W NIEMAL 50 KRAJACH, CHCE WEJŚĆ DO POLSKI. PLANUJE ROZWÓJ POPRZEZ FRANCZYZĘ

JUSTYNA CABAJ-BONICKA

Grupa Le Duff powstała w 1976 r. we Francji. Obecnie jest światowym numerem dwa w segmencie określanym jako bakery cafe (koncepty z pogranicza kawiarni, cukierni i piekarni). Jej roczne obroty sięgają już 1,1 mld euro, zaś liczba lokali zbliża się do 1200, z czego ok. 40 proc. działa na zasadzie franczyzy. Firma, oprócz tego że jest obecna na największych rynkach gastronomicznych,

takich jak Francja, Stany Zjednoczone czy kraje azjatyckie, rozpoczęła także rozwój w Europie Środkowej, m.in. w Niemczech, Czechach i Rumunii.

ATRAKCYJNE portfolio

Grupa Le Duff ma w swoim portfolio pięć marek sieci gastronomicznych: Brioche Dorée, Del Arte, Fournil de Pierre, La Madeleine oraz Bruegger's. Ponadto produkuje żywność pod markami Bridor, La Tradition Boulangère i La Ferme des Loges (dania gotowe), którą dostarcza do niezależnych hoteli i restauracji.



Brioche Dorée jest najważniejszą i najstarszą marką grupy Le Duff

Sieci Del Arte (kuchnia włoska) oraz Fornil de Pierre (sklepy piekarnicze) obecne są na razie tylko we Francji. Jednak Del Arte rozpoczyna w tym roku ekspansję zagraniczną, planowane są otwarcia w Irlandii, Arabii Saudyjskiej i Maroku. La Madeleine oraz Bruegger's to z kolei sieci znane tylko na kontynencie amerykańskim. Stały się własnością Grupy Le Duff w wyniku przejęć.

Najważniejszą i jednocześnie najstarszą marką w grupie jest Brioche Dorée, generująca ok. 40 proc. całkowitych obrotów. Sieć oferuje pieczywo, ciasta, kanapki, sałatki oraz dania gotowe. To głównie ona rozslawiła grupę Le Duff poza granicami Francji i to dla niej poszukiwani są franczyzobiorcy w Polsce. Firma podkreśla, że marka wyróżnia się wysoką rentownością – średnia wartość EBITDA, jako procent przychodów, wyliczona dla placówek francuskich na przestrzeni 15 lat wynosi 17,5 proc.

MILE WIDZIANE doświadczenie

Kto może zostać franczyzobiorcą Brioche Dorée? Grupa Le Duff stawia na przedsiębiorców, którzy mają już doświadczenie w prowadzeniu placówek franczyzowych (choć nie jest to wymóg absolutny), umiejących zarządzać zespołem i mających jasno sprecyzowaną wizję i cele.

Firma nie określa szczegółowo wymogów wobec polskich franczyzobiorców co do wysokości kapitału, podkreślając, że jest to zależne od lokalizacji, a także szczegółów umowy. Wymogi, jakie podaje w tym względzie swoim francuskim franczyzobiorcom, mówią jednak o średniej wartości całkowitej inwestycji na poziomie 300 tys. euro, przy czym minimalny wkład, jakim musi dysponować inwestor, to 100 tys. euro.

MOCNA ekspansja

Grupa Le Duff w ciągu ostatnich pięciu lat otwierała średnio 60 nowych lokali rocznie. Na ten rok zakłada przyspieszenie ekspansji i otwarcie 87 punktów gastronomicznych na całym świecie. Spodziewa się wzmocnienia obecności w Azji, która jest rynkiem bardzo perspektywicznym. Ale duże nadzieje pokłada także w krajach europejskich. Obecnie aktywnie poszukuje franczyzobiorców w Polsce, Niemczech, Austrii, Czechach, Szwajcarii, Luksemburgu i Hiszpanii.

Artykuł ukazał się na łamach portalu www.franczyzawpolsce.pl

Przedruk za zgodą autorki. Tytuł i śródtytuły od redakcji.

»» REKLAMA



KOMPLET Polska
www.komplet.pl

*Z dobrego
upieczesz
najlepsze!*

JAKOŚĆ GWARANTOWANA MARKĄ KOMPLET

20% MIESZANKA DO PRODUKCJI
TRADYCYJNEGO PIECZYWA PSZENNEGO



Chleb stowiański

Łączy je marka, jakość i smak. Dzięki nim otrzymacie Państwo apetyczne wypieki mocno zakorzenione w tradycji piekarniczej.

30% MIESZANKA DO PRODUKCJI
WYRAZISTEGO PIECZYWA SŁODOWEGO



Chleb słodowiański

NAJWYŻSZEJ JAKOŚCI
PRODUKT

Tradycyjny
Duet KOMPLETU

Nowa hala

NA PEŁNYCH OBROTACH

BUDOWA NOWEJ HALI CREAM W PRUDNIKU TRWAŁA ZALEDWIE DZIESIĘĆ MIESIĘCY. INWESTYCJA, KTÓRA KOSZTOWAŁA KILKA MILIONÓW ZŁOTYCH, MA ZAPEWNIĆ KLIENTOM FIRMY CREAM JESZCZE WIĘKSZY KOMFORT W PODEJMOWANIU DECYZJI INWESTYCYJNYCH

Nowocześnie zaprojektowana trzy-strefowa hala magazynowo-serwisowa w Prudniku została otwarta pod koniec 2010 r. Dla firmy Cream to znaczący krok do przodu. Nowa hala jest kolejnym miejscem po Katowicach, w którym klienci będą mogli zapoznać się z zakupywanymi urządzeniami.

PORZĄDEK i doskonałość

Jej budowę rozpoczęto w ostatnich miesiącach 2009 r. Zgodnie z założeniami nowe zaplecze firmy – zwiększona przestrzeń magazynowa i starannie skatalogowane części zamienne – mają zapewnić klientom jeszcze doskonalsze i bezpieczniejsze produkty. – W 2004 r. wybudowaliśmy w Katowicach nowy, przestronny salon wraz z kompleksem nowocze-

nych biur oraz piekarnią pokazową. Można tam również obserwować proces produkcji lodów. Każdego tygodnia gościmy przynajmniej kilkanaście osób, które chcą zobaczyć oferowane maszyny i sprawdzić, w jaki sposób działają. Mamy nadzieję, że podobnym zainteresowaniem będzie cieszyć się nowa hala w Prudniku. Powstała w odpowiedzi na coraz większą liczbę sprzedawanych urządzeń – mówi Ziemowit Kołodziej, Dyrektor Sprzedaży Maszyn Piekarniczych w firmie Cream.

SZYBSZA i bardziej fachowa pomoc

Nowa hala w Prudniku oznacza większą grupę serwisantów, która maksymalnie skróci czas oczekiwania na maszyny. To także jeszcze szybsza i bardziej fachowa pomoc. – Wszystkie transportowane z zagranicy urządzenia trafiają najpierw do nas. Podczas podróży wszystko może się zdarzyć, dlatego uruchamiamy je pierwszy raz i bardzo starannie sprawdzamy. W ten sposób dajemy naszym klien-



CREAM profesjonalne
technologie spożywcze

Grzegorz Śmietana



Zaufanie naszych klientów jest dla nas najważniejsze. Pracowaliśmy na nie latami. Działamy na polskim rynku od 1997 r. Zaczynaliśmy jako wyłączny przedstawiciel austriackiego producenta KOENIG MASCHINEN znanego ze światowej sławy linii do bułek. Mała firma, dysponująca początkowo skromnym zapleczem w postaci niewielkich biur oraz małego salonu, w którym prezentowano przykładowe urządzenia, w szybkim tempie zdobyła zaufanie polskich piekarzy i stała się przedstawicielem wielu innych światowych firm, takich jak np. Cattabriga, Clabo, Jac, Orion czy Rondo. Rzetelność, solidność i najlepsza jakość oferowanych usług to żelazne zasady, którymi kierują się moi pracownicy. Korzystając ze zdobytego przez lata doświadczenia oraz wychodząc naprzeciw oczekiwaniom naszych klientów, cały czas się rozwijamy. Oddajemy do Państwa dyspozycji halę magazynowo-serwisową w Prudniku. Serdecznie zapraszam!



tom gwarancją, że wszystko działa jak należy – wyjaśnia Rafał Sękarski, Dyrektor Serwisu w firmie Cream.

CREAM – pionierzy nowoczesnych rozwiązań

Nowa hala wiąże się również z bardziej efektywnym zarządzaniem serwisem. Czuwa nad nim koordynator, który dysponuje elektroniczną, centralną bazą danych. Każdy z pracowników posiada z kolei własnego iPada, znacznie usprawniającego pracę. To właśnie za jego pośrednictwem serwisant ma dostęp do magazynów części zamiennych, otrzymuje zlecenia naprawy usterki czy też informacje o najbardziej optymalnej trasie dojazdu do klienta. Ponadto elektroniczny system zarządzania pozwala mu na błyskawiczne przesłanie protokołu naprawy i wymianę informacji z bazą. Wprowadzenie tego typu rozwiązań czyni firmę Cream pionierem w branży piekarniczej.

Kontakt:

Rafał Sękarski Dyrektor Serwisu, Cream Sp. z o.o., tel. 510 047 786, rafal.sekarski@cream.pl





FOT. © STEVE LOVEGROVE - FOTOLIA.COM

NIE MA TO JAK ciepłe BUŁECZKI

BUŁKI TO, ZARAZ PO CHLEBIE, PODSTAWOWE PIECZYWO POLAKÓW. KAŻDY SZANUJĄCY SIĘ PIEKARZ MA W SWOJEJ OFERCIE CO NAJMNIEJ KILKA ICH RODZAJÓW. NOWOCZESNE URZĄDZENIA DO WYROBU BUŁEK GWARANTUJĄ WYSOKĄ AUTOMATYZACJĘ PROCESU POWSTAWANIA PRZY JEDNOCZESNYM ZACHOWANIU WYSOKIEJ JAKOŚCI, OCZEKIWANEJ OD PIEKARZA RZEMIEŚNIKA

AGNIESZKA BIELAWSKA-PĘKALA

Producenti i dystrybutorzy oferują szeroką gamę urządzeń. Są to zarówno samodzielne dzielarki (służące do dzielenia kęsów ciasta) i zaokrąglarki (odpowiadają za kształt bułki), jak i urządzenia łączące obie funkcje – czyli dzielarko-zaokrąglarki.

Maszyny oferowane są w dwóch podstawowych wersjach: półautomatycznej i automatycznej. Istnieją także urządzenia o funkcji trzech czwartych automatu. – Półautomaty i automaty są najchętniej wybieranymi urządzeniami do małych i średnich piekarni – mówi Łukasz Cygan, specjalista ds. sprzedaży z firmy ITP-Baking.

Zakłady piekarnicze, w których piekarz posługuje się wyłącznie dzielarką, a potem ręcznie formuje bułki – odchodzą do lamusa. Dzielarko-zaokrąglarki to dziś standard nowoczesnego zakładu. W końcu konkurencja na rynku jest ogromna i tylko producenci wyrobów piekarniczych najwyższej jakości, przy jednocześnie najniższych kosztach, będą odnosić sukcesy. Dlatego zaopatrzenie się w dzielarko-zaokrąglarkę to niezbędny, a dodatkową zaletą tych urządzeń jest fakt, że mogą być wykorzystywane także do produkcji pączków.

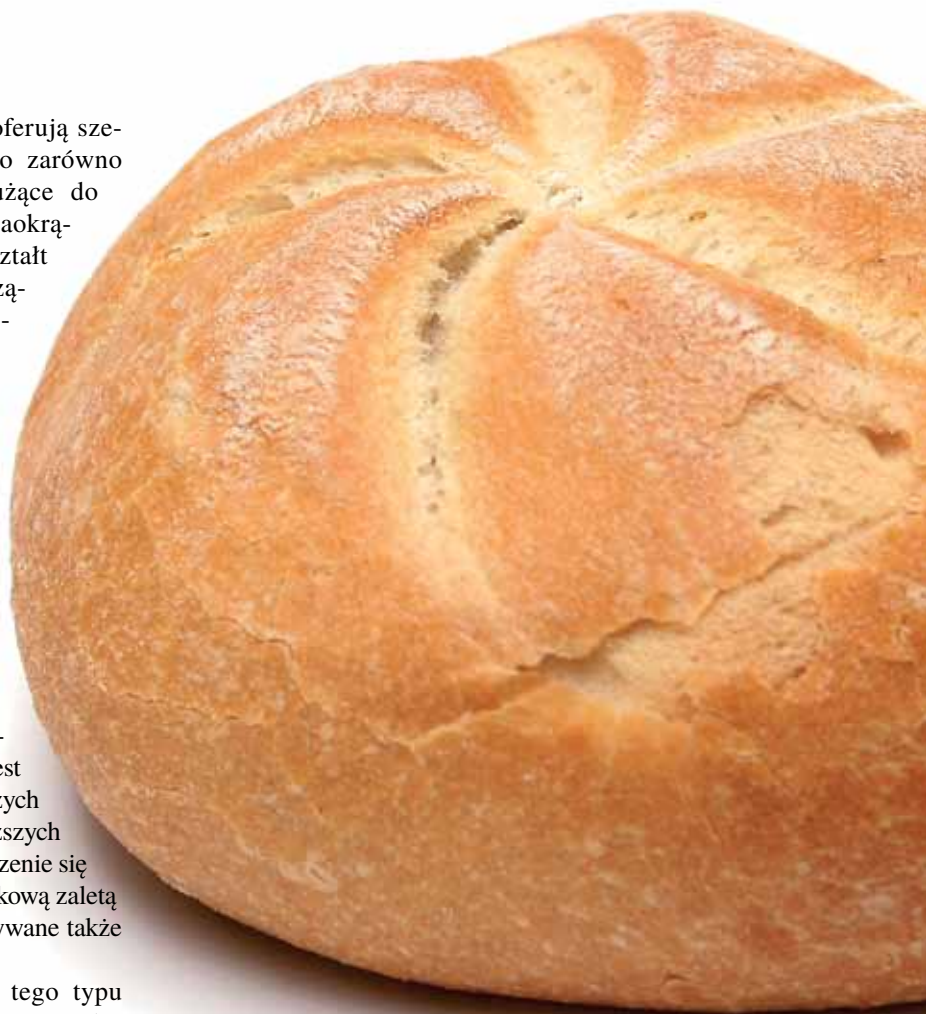
Przyjrzyjmy się wybranym urządzeniom tego typu oferowanym przez rodzimych dystrybutorów i producentów.

SPRAWDZONY SYSTEM dzielący

Jeden z największych na rynku dostawców sprzętu piekarniczego i cukierniczego – firma HERT – oferuje urządzenia firmy W&P. Najpopularniejsze są dwa modele automatyczne, które mogą dzielić właściwie wszystkie rodzaje ciasta: Multimatic – o mniejszej wydajności (628-2000 szt./godz./rzęd, maks. 6 rzędów) i zakresem gramatur 24-150 g oraz Tewimat – o zdecydowanie większej wydajności, mający zastosowanie w produkcji przemysłowej (do 3000 szt./godz./rzęd przy nawet 10 rzędach) i zakresem gramatur 28-300 g. Obie maszyny mają płynnie regulowany zakres gramatury oraz wydajność.

– Zarówno Multimatic, jak i Tewimat mają sprawdzony system dzielący, który gwarantuje podział dokładny i wyjątkowo delikatny. Błąd podziału nie jest większy niż 1-2 proc., a gramatura na wszystkich rzędach jest powtarzalna. Dzięki temu unikamy przeważań, które obniżają efektywnie zysk piekarni i narażają na kary od odbiorców – mówi Marek Poganowski, Product Manager z firmy HERT.

Nie mniej ważne jest zaokrąglanie. – To proces, od którego zależy wygląd końcowy produktu. We wszystkich maszynach W&P stosowane jest zaokrąglanie na bębnie. Kęsy ciasta są podawane do bębna zaokrąglającego i pod taśmą werkującą spokojnie zaokrąglane. W porównaniu z zaokrąglarkami płytowymi czas zaokrąglania jest czterokrotnie dłuższy przy tych samych wydajnościach. Na bęb-



nie zaokrąglamy cztery rzędy i więcej kęsów jednocześnie – dodaje Marek Poganowski.

Dodajmy, że na zaokrąglarkach bębnowych pracują wszystkie aplikacje przemysłowe, tymczasem firma W&P, ze względu na wysoką jakość produktu finalnego, oferuje takie rozwiązania także dla piekarni rzemieślniczych.

POMOCNY teflon

W ofercie wielu dystrybutorów znajdziemy urządzenia holenderskiej firmy DAUB. To właśnie roboty DAUB z dużym prawdopodobieństwem są najczęściej spotykane w polskich piekarniach. Urządzenia są chętnie wybierane ze względu na funkcjonalność, nieduże gabaryty, co jest istotne zwłaszcza w przypadku niewielkich zakładów, a także precyzyjność dzielenia. Tu także najpopularniejsze są półautomaty i automaty. Ma je w swojej ofercie m.in. ITP-Baking czy firma Jackowski.

Urządzenia DAUB mają podstawowe parametry zbliżone do innych producentów, wyróżnia je m.in. głowica dzieląca pokryta teflonem, co niezwykle ułatwia pracę i ogranicza zużycie mąki. Maszyna charakteryzuje się prostą obsługą, a dzięki temu, że porusza się na kółkach, pozwala na łatwe przemieszczanie jej w zakładzie.

Najpopularniejszy półautomat DR-2 ma siedem modeli, które różnią się między sobą liczbą kęsów podawanych na tacy (od 30 do 52) oraz zakresem gramatur: 25-250 g.

>>>

Z kolei DR Robot-2 Automatic jest obsługiwany całkowicie automatycznie, za pomocą cyfrowego panelu sterującego umożliwiającego wprowadzenie programów, wyświetlanie kodów błędów, itd. Obsługę serwisową i czyszczenie ułatwia możliwość przekręcenia głowicy maszyny do przodu.

BO LICZY SIĘ LICZBA KĘSÓW

Dobrze znany rodzimym odbiorcom BAGMASZ ma w swojej ofercie urządzenia włoskiej firmy Vitella. Są to półautomaty, automaty oraz urządzenie typu trzy czwarte automat – automatyczne jest dzielenie, natomiast zaokrąglanie dolną dźwignią odbywa się w sposób manualny. – Te dzielarko-zaokrąglarki, jak większość tego typu urządzeń, służą do dzielenia ciasta i nadawania okrągłego kształtu bułeczkom różnego rodzaju według powszechnie znanych receptur – mówi Magdalena Korona, specjalista z firmy BAGMASZ. – Maszyny w sposób szybki i dokładny dzielą i formują ciasto przeznaczone na bułki lub pączki. Specjalna głowica dzieląco-formująca, w której zastosowano noże ze stali nierdzewnej, zapewnia optymalne rezultaty pracy. Każdy z modeli posiada w komplecie trzy tace, na których mieści się 30 kęsów podzielonego ciasta.

Taka liczba kęsów to średni przedział funkcji dzielącej. Ale może to być także i 52 (np. w półautomacie Mac.Pan, oferowanym przez Mech Masz czy automacie DAUB).

HYDRAULICZNA GŁOWICA

Niemiecka firma Eberhardt to najwyższa półka urządzeń dla przemysłu piekarniczego. Dystrybutor tej marki, siemianowicki GUZ Tech, z powodzeniem sprzedaje najpopularniejszy model Optimat S. – Ta dzielarko-zaokrąglarka ma bardzo duży zakres wydajności, może to być od 2 tys. do nawet 15 tys. sztuk na godzinę – mówi Grzegorz Targoński z GUZ Techa. – Cały proces odbywa się automatycznie poprzez hydraulicznie napędzaną głowicę (system TAS). Efektem tego jest duża elastyczność maszyny, która może podzielić i zaokrąglić każdy rodzaj ciasta o różnej garze. Poszczególne cykle pracy maszyny są zsynchronizowane, co daje unikalny efekt w postaci idealnie zaokrąglonego kęsa ciasta. Urządzenie może także odcinać kęsy ciasta bez zaokrąglania.

DZIELENIE po włosku

Firma MECH MASZ oferuje dzielarko-zaokrąglarki włoskiego Mac.Pana w dwóch wersjach: półautomatyczne i automatyczne. Parametry są zbliżone do porównywalnych urządzeń innych producentów, wyróżniają się dużą rozpiętością gramatury (od 12 do 200 g). Automatyczna dzielarko-zaokrąglarka do bułek jest ustawna (kółka) i ma prostą formę. – Noże wykonane są ze stali kwasoodpornej, o to coraz częściej pytają klienci – mówi Tomasz Szczeciński z firmy MECH MASZ. – Urządzenia włoskiego producenta mają proste, intuicyjne dla operatora sterowanie manualne.

Posiadają także odchylaną głowicę, co znacznie ułatwia utrzymanie maszyny w czystości. A czystość to, jak mówią fachowcy, kwestia pierwszorzędna, jeśli zależy nam na długiej i bezawaryjnej pracy urządzenia. – Jeśli po każdym dniu pracy maszyna zostanie dokładnie wyczyszczona, a do tego będzie regularnie serwisowana, może wydajnie popracować kilka lat dłużej niż ta, która nie jest właściwie utrzymywana

– zapewnia Łukasz Cygan z ITP-Baking. – To szczególnie istotne, zwłaszcza jeśli kupujemy nowe urządzenie.

A taki zakup to zazwyczaj niemały wydatek, stąd właściwe utrzymanie i eksploatacja urządzenia przyniesie wymierny zysk w postaci długotrwałej i efektywnej pracy. Tym bardziej że koszty się amortyzują, zatem wydatek nawet ponad 20 tys. zł w perspektywie kilkunastoletniej pracy urządzenia nie wygląda już tak dramatycznie.

Są jednak i zwolennicy kupowania urządzeń używanych. Na rynku wtórnym jest spory wybór, cena takiego urządzenia jest też atrakcyjna – zazwyczaj o połowę niższa od nowego. Jednak, jak słusznie zauważają branżowcy, w przypadku urządzeń kilkuletnich mogą się pojawić kłopoty z serwisem i częściami zamiennymi. Trudno także oszacować faktyczne zużycie poszczególnych elementów mechanizmu. Lepiej zainwestować w nowy sprzęt – radzą specjaliści.

– Kupując urządzenie nowe, zawsze dobieramy je idealnie do naszych potrzeb, w przypadku urządzeń używanych nie zawsze urządzenie jest prawidłowo dobrane. Dodatkowo, wielką niewiadomą jest stan techniczny i historia urządzenia. Można tutaj zastosować analogię do rynku samochodowego. Jeżeli urządzenie jest kupowane od dealera, po generalnym remoncie, z gwarancją, może być to pewnego rodzaju alternatywa. Ale urządzenie niewiadomego pochodzenia może być technicznie w opłakanym stanie, a na pewno tak zwana okazja powinna wzbudzić naszą nieufność – ostrzega Marek Pogonowski.

Przysłowie, że coś się sprzedaje jak ciepłe bułeczki, ma duże przełożenie na dobór urządzeń. W ostatnich latach dystrybutorzy obserwują znaczny wzrost sprzedaży urządzeń

A MOŻE BY TAK PO WŁOSKU

Konsumenci coraz chętniej sięgają po pieczywo nie tylko rodzime, ale też nieco bardziej egzotyczne, np. włoskie ciabatty czy francuskie bagietki. Na polskim rynku pojawiło się niedawno urządzenie do produkcji m.in. takiego nietypowego pieczywa. To dzielarko-formierka Atoupains Millenium francuskiej firmy Merand, którą ma w ofercie HERT. Zaprezentowano to urządzenie po raz pierwszy na targach Bakepol 2011 w Kielcach.

Zalety dzielarko-formierki Atoupains Millenium:

- małe, energooszczędne urządzenie – tylko 1 m powierzchni i 1,5 kW,
- bardzo prosta, 1-osobowa obsługa,
- szeroka gama produktów,
- różnorodność form: do 21 różnych kształtów produktów,
- doskonałe efekty pracy z różnymi ciastami: od bardzo luźnych (liczba TA 170-175), klejących się i mocno nawodnionych, do ciast sztywnych, pszennych, pszenno-żytnich i mieszanych,
- dzielenie za pomocą mechanizmu hydraulicznego,
- funkcja ugniatania – prasa tłuszczowa – dokładne i równomierne rozprowadzanie tłuszczu na cieście przed rozwałkowaniem,
- system Adapress (regulacja ciśnienia) – przeciw odgazowaniu ciasta,
- system do bagietek AlveoForm – efekt ręcznego formowania ciasta.

i całych linii do produkcji bułek. Jeszcze parę lat temu sprzedawane były w zasadzie tylko dzielarki, i to o małych wydajnościach. Dziś piekarnie dosłownie stają na głowie, by w ciągu paru godzin zrealizować swoją produkcję i dostarczyć do sklepów ową „ciepłą bułeczkę” – w końcu dla pachnącej, rumianej i chrupiącej kajzerki konsument jest gotowy zerwać się z łóżka nawet w sobotę rano.

ILE TO kosztuje?

O cenach urządzeń rozmawiać jest chyba równie trudno, jak o ich parametrach technicznych. To, co dla jednych jest ceną wysoką, dla innych odpowiada w pełni jakości pro-

duktu. Mercedesami na rynku, jeśli chodzi o ceny, są firmy Fortuna i Eberhardt. Przykładowo za używaną dzielarkę (półautomat) tego pierwszego producenta trzeba zapłacić średnio ok. 12-14 tys. zł. Nowa kosztuje przynajmniej dwa razy tyle. Z kolei nowy półautomat DAUB to wydatek rzędu 6 tys. euro, natomiast kupując automat, po negocjacjach i to skutecznych – zostawimy u dystrybutora między 10 a 11 tys. euro. Ale już najpopularniejszy automat Eberhardta to wydatek nawet 23 tys. euro.

Ceny urządzeń firmy Mac.Pan, które ma w swojej ofercie MECH MASZ, kształtują się na poziomie: półautomaty 19 -21 tys. zł, automaty 38-39 tys. zł netto.

Opisy parametrów poszczególnych urządzeń:

PRODUCENT: W&P, DYSTRYBUTOR: HERT

MULTIMATIC

sterowanie:

Model MUS – elektroniczne

Model MUC – manualne

wydajność: 600-2 tys. szt./h

(w zależności od wagi sztuki ciasta),

6-rzędowa maszyna maks. 12 tys.

szt./h

zakres gramatur: 24-150 g

moc przyłączeniowa: 2,3 kW



TEWIMAT

sterowanie:

elektroniczne dotykowe S 7

wydajność: do 3 tys. szt./h

zakres gramatur: 28-300 g

w zależności od średnicy tłoczków

i liczby rzędów

moc przyłączeniowa: 4,5-5,5 kW

w zależności od modelu



PRODUCENT: DAUB, DYSTRYBUTORZY: M. IN. ITP-BAKING, JACKOWSKI MASZYNY I PIECE PIEKARSKIE

MODEL DR-2 (PÓŁAUTOMAT)

sterowanie: manualne

wydajność: zależy od pracownika

zakres gramatur: 25-250 gram

moc przyłączeniowa: 0,55 kW



MODEL DR-2 ROBOT AUTOMATIC

sterowanie: elektroniczne

wydajność: zależy od pracownika

zakres gramatur: 25-250 gram

moc przyłączeniowa: 1,3 kW



PRODUCENT: VITELLA, DYSTRYBUTOR: BAGMASZ

PÓŁAUTOMAT

sterowanie: półautomatycznie

wydajność: zależna od pracowników

zakres gramatur: 40-120 g

moc przyłączeniowa: 0,55 kW



AUTOMAT

sterowanie: automatyczne

wydajność: zależna od pracowników

zakres gramatur: 40-120 g

moc: 1,3 kW



PRODUCENT: EBERHARDT, DYSTRYBUTOR: GUZ TECHNIKA PIEKARNICZA

MODEL OPTIMAT S - AUTOMAT

sterowanie: manualne

wydajność: 2-15 tys. szt/h

zakres gramatury: 25-135 g

moc: 0,75 kW



PRODUCENT: MAC.PAN, DYSTRYBUTOR: MECH MASZ

URZĄDZENIE W WERSJI PÓŁAUTOMAT I AUTOMAT

wydajność: zależna od pracownika

sterowanie: manualne

zakres gramatury: 40- 240 g

moc: 0,55 / 0,75 kW, 400 Volt 50 Hz.



Co BEAR-Varimixer® może zaoferować?

UBIJACZKI BEAR-VARIMIXER® TO ELITA WŚRÓD UBIJACZEK PLANETARNYCH. SĄ MOCNE, TRWAŁE, NOWOCZESNE I MOGĄ PRACOWAĆ ZARÓWNO Z CIĘŻKIMI CIASTAMI, NP. CIASTO NA PIZZĘ, JAK I UBIJAĆ DELIKATNE KREMY I ŚMIETANĘ

Oubijaczkach BEAR-Varimixer® napisano już wiele artykułów. Urządzenia są bardzo dobrze znane zarówno europejskim, w tym również polskim, jak i światowym cukiernikom i piekarzom. Duński producent istnieje już ponad 96 lat. Przez ten czas rozbudował sieć przedstawicielstw handlowych, które mieszczą się w ponad 70 krajach na wszystkich kontynentach. Każdego dnia tysiące piekarzy i cukierników na całym świecie wykorzystuje miksery BEAR; niektóre z nich mają już ponad 20 lat.

Producent ubijaczek BEAR-Varimixer® – firma A/S Wodschow & Co. każdego roku organizuje spotkania swoich dystrybutorów, by otrzymać jak najwięcej informacji zwrotnych tzw. feedback dotyczących pracy mikserów, a przede wszystkim problemów, z jakimi spotkali się ich użytkownicy. Dzięki zdobytej wiedzy ubijaczki BEAR-Varimixer® są coraz lepsze, coraz nowocześniejsze i spełniają coraz większe wymagania swoich użytkowników.

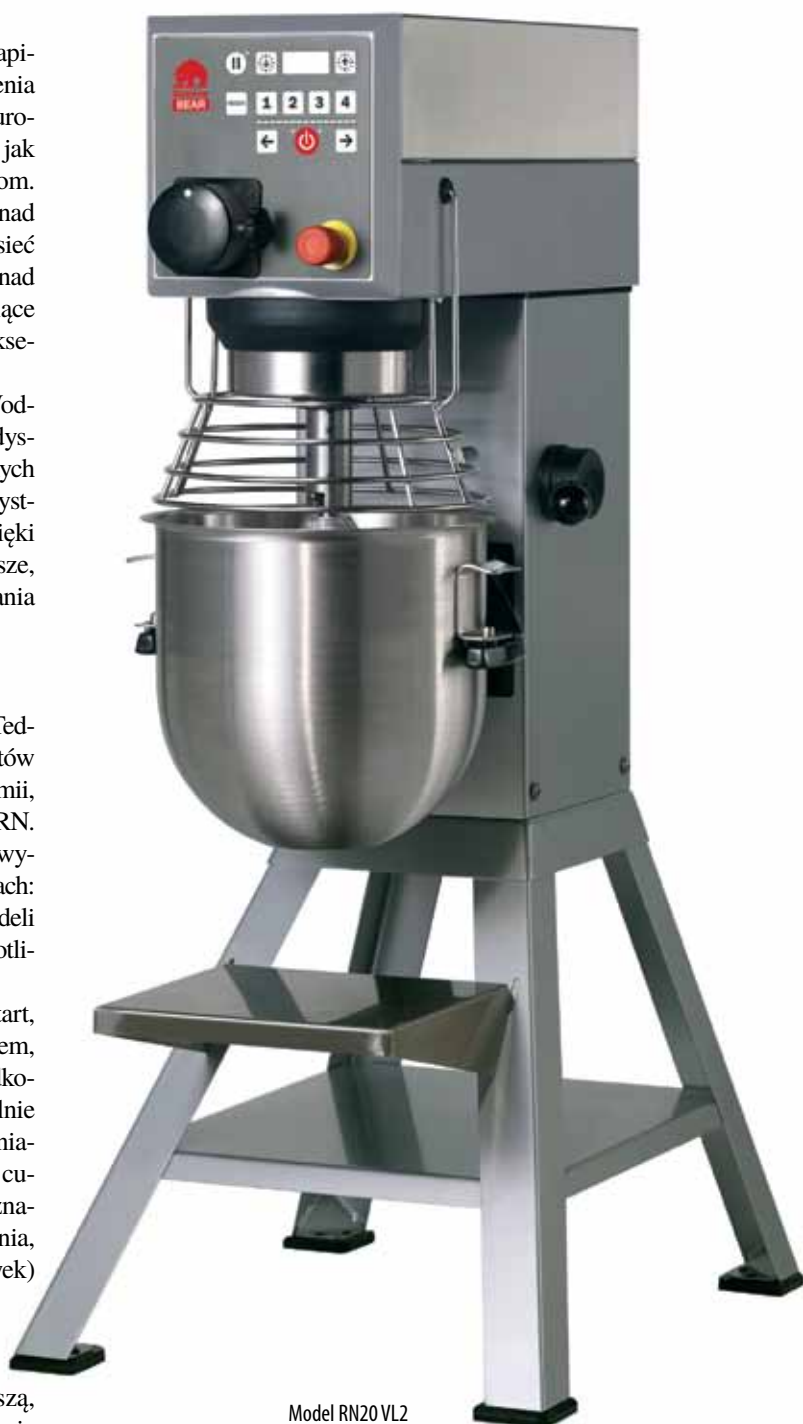
SERIA RN – ubijaczki dla gastronomii

Oprócz najmniejszego miksera – modelu 5L zwanego „Teddy”, który swoją popularność zdobywa wśród profesjonalistów – technologów, pracowników laboratoriów i małej gastronomii, na rynku dostępne są dwa miksery BEAR-Varimixer® serii RN. Są to modele RN10 (10 l) oraz RN20 (20 l), które obecnie wykonuje się z korpusem ze stali nierdzewnej i w dwóch wersjach: stołowej i wolno stojącej. Innowacyjnym rozwiązaniem modeli RN jest, oprócz napędu sterowanego przemiennikiem częstotliwości, nowoczesny panel sterujący VL-2.

Sterowanie VL-2, poza podstawowymi funkcjami: start, stop, pauza, posiada elektroniczny zegar z wyświetlaczem, funkcję programowania REMIX oraz cztery przyciski prędkości zmienianej płynnie, z których dwa można indywidualnie zaprogramować. Ubijaczki serii RN są idealnymi urządzeniami wspomagającymi produkcję główną w piekarniach i cukierniach, a w restauracjach czy kuchniach hotelowych znakomicie sprawdzają się jako główne urządzenia do mieszania, ubijania czy cięcia i mielenia (po zamontowaniu przystawek) różnego rodzaju produktów i półproduktów.

SERIA AR – dobry, stary niedźwiedź!

Seria AR mikserów BEAR-Varimixer® jest najstarszą, produkowaną do dzisiaj serią ubijaczek. Charakteryzuje je



Model RN20 VL2



Sterowania ubijaczek. Od lewej: VL1 (30-40-60 l), VL1-S (30-40-60 l), VL4 (140 l), VL2 (20 l), VL2 (10 l), MK1-S (80-100-200 l)

niezmieniony od lat 60. ubiegłego wieku tzw. talerzowy system napędu, który do dzisiaj pozostaje najmocniejszym i najtrwalszym mechanicznym napędem ubijaczek z płynną regulacją obrotów. Napęd ubijaczek w serii AR może zaoferować ponad 55-proc. obciążenie pojemności dzieży, nawet w przypadku takich produktów jak ciasto na pizzę, ciasto chlebowe, ciasto biszkoptowe itp. W wersji AR, najpopularniejszej w Polsce, dostępne są miksery o pojemnościach: 30, 40, 60, 80, 100 i 200 l, z czego miksery 30, 40 i 60 l produkowane są z panelem sterowania VL-1 i VL1-S. Innowacyjnością w serii AR jest zastosowanie przeciwbieżnego zwalnicza dźwigni opuszczania i podnoszenia dzieży, zabezpieczającego przed jej niekontrolowanym upadkiem.

Sterowanie VL1 i VL1-S stosowane standardowo w ubijaczkach 30, 40 i 60 l ma funkcje: start, stop, pauza, elektroniczny zegar czasu oraz automatyczne podnoszenie dzieży (w wersji VL-1S). W mikserach o pojemności 80, 100 i 200 l zastosowano starszą wersja sterowania z mechanicznym zegarem czasu.

SERIA ERGO – wersja przemysłowa ubijaczek

ERGO to skrót od słowa „ergonomic”. Ideą, jaka przyświecała konstruktorom tej wersji, było wyprodukowanie ubijaczki przeznaczonej do zastosowań w przemyśle, gdzie często na jednej maszynie przygotowuje się tylko jeden typ ciasta, kremu itp.

Ubijaczki te mają charakterystyczny podwyższony korpus, umożliwiający wyjazd i wjazd dzieży bez konieczności demontażu różgi czy haka. Ponadto charakteryzują się wstępnym obrotem narzędzia w czasie podnoszenia dzieży (ma to zapobiegać złemu zaryglowaniu i potencjalnemu uszkodzeniu) oraz automatycznym opuszczaniem dzieży po zakończonym programie ubijania. Wersja ERGO produkowana jest w trzech pojemnościach: 60, 100 i 140 l, w największej wersji silnik ma moc 5,5 KW – dzięki niej 90 kg ciasta na pączki można przygotować w ciągu zaledwie 7 min.

Dotykowy panel sterujący w wersji VL-4 ze stali nierdzewnej spełnia warunki IP-54. Funkcje panelu VL4 to: start, stop, pauza, elektroniczny zegar czasu, programowalna regulowana płynnie prędkość obrotowa, automatycznie podnoszenie i opuszczanie dzieży oraz funkcja REMIX, umożliwiająca zapamiętanie kilkunastu programów ubijania.

Zakup ubijaczki BEAR-Varimixer® to inwestycja, która bardzo szybko się zwraca – chociaż za jednego „niedźwiedzia” można kupić 2-3 tanie chińskie ubijaczki, to ten jeden BEAR-Varimixer® przez kilkanaście lub kilkadziesiąt lat produkcji przeżyje ich co najmniej kilka.

PIOTR KULIK
PIOTR.KULIK@HERT.PL



AIR INJECTION – 40 PROC. WIĘCEJ I 50 PROC. KRÓCEJ

Air Injection to z angielskiego dosłownie „zastrzyk powietrza”. Ten innowacyjny system wprowadzony do konstrukcji ubijaczek BEAR o pojemnościach 30, 40, 60, 80, 100, 140 i 200 l polega na zastosowaniu specjalistycznej dzieży z dyszami, przez które do ubijanego produktu (śmietany, kremów itp.) podawane jest sprężone powietrze w ilości 1-35 l na minutę. Zastosowanie systemu Air Injection pozwala na uzyskanie masy o ponad 30-40 proc. większej objętości niż przy tradycyjnym ubijaniu, w czasie krótszym o 40-50 proc. Skonstruowano także specjalną wersję różgi, która jest przeznaczona do ubijania śmietany i kremów wymagających dodatkowego napowietrzenia i zwiększenia objętości. W połączeniu z systemem Air Injection daje zaskakujące efekty. Podczas próby testowej z 10 l śmietany 30-proc. uzyskano 40 l ubitej śmietany w ciągu 6 min. Ponadto, tak ubita śmietana nie ulega zjawisku synerazy – nie podchodzi wodą nawet po kilkunastu godzinach przechowywania w temperaturze pokojowej.

Rewitalizacja polskiego chleba

CZĘŚĆ IV

NIE LEKCEWAŻMY FAKTU, ŻE
POGORSZENIE JAKOŚCI PIECZYWA,
A W SZCZEGÓLNOŚCI CHLEBA
POWSZEDNIEGO, POWODUJE
ZMNIJSZENIE ZAINTERESOWANIA
JEGO KONSUMPCJĄ – SPOŻYCIE
CHLEBA W POLSCE OBNIŻA
SIĘ. PODEJMIJMY PRÓBĘ
REWITALIZACJI POLSKIEGO CHLEBA
PSZENNO-ŻYTNIEGO



ADAM WYBIERAŁA

Podstawą dobrego stanu zdrowia człowieka jest wprowadzenie i stosowanie prozdrowotnego stylu życia. Jedne z wyznaczników to zwiększony wysiłek fizyczny i racjonalne odżywianie się. Według współczesnych poglądów główną rolę w racjonalnym odżywianiu się odgrywa wysoki udział w diecie przetworów zbożowych, w tym pieczywa żytniego, razowego i innych przetworów pochodzących z pełnego ziarna. Pieczywo jest bowiem produktem odpowiadającym współczesnym zaleceniom żywieniowym, które wskazują na konieczność obniżenia ilości tłuszczu i cukrów w diecie (sacharozy, maltozy, glukozy – syropu skrobiowego nagminnie występującego w słodkich napojach itp.) i zwiększenia spożycia węglowodanów złożonych oraz błonnika, którego codzienne zapotrzebowanie wynosi ok. 16 g. Statystyczny Polak jeszcze 15 lat temu zjadał codziennie około 270 g pieczywa: pięć kromek chleba i jedną bułkę, które dostarczały organizmowi oko-

ło 680 kcal. Dzisiaj zaledwie 150 g, co przybliża statystyczną konsumpcję Polaka do spożycia pieczywa przez mieszkańców południowej i zachodniej Europy.

Biorąc pod uwagę rolę pieczywa, konieczne jest utrzymanie odpowiedniej struktury asortymentowej produkcji pieczywa. Według Instytutu Żywności i Żywnienia struktura asortymentowa, a zatem i struktura spożycia, powinny obejmować:

- 65 proc. chleba zwykłego,
- 15 proc. chleba razowego,
- 20 proc. pieczywa jasnego.

Z powyższego podziału wynika, że wciąż najważniejszy ilościowo w naszej diecie jest chleb zwykły. Jego jakość w ostatnich latach systematycznie się pogarsza, zmniejsza się jego spożycie. Potrenujmy zatem produkcję kilku jego wariantów i oceńmy różnice sensoryczne wynikające z rodzajów zastosowanych półproduktów, ich ilości, a także ze sposobów prowadzenia ciasta i jego pielęgnacji.

Zakładamy, że wszystkie warianty wykonamy w tym samym dniu i w tych samych warunkach. We wszystkich wariantach utrzymamy stały (najpopularniejszy w kraju, niekoniecznie zalecany) stosunek mąki pszennej do żytniej równy 75:25. We wszystkich wariantach użyjemy kwasu

o wydajności 200, otrzymanego przez zastosowanie kultur starterowych kwasu mlekowego „biolac” – elementu mogącego wpłynąć na smakowość i jakość mięksiszu chleba.

We wspólnym konsumenckim i branżowym interesie podejmiemy wyzwanie, poświęćmy nieco cennego czasu i podejmiemy próbę rewitalizacji polskiego chleba pszenno-żytniego. Nie lekceważmy faktu, że pogorszenie jakości pieczywa, a w szczególności chleba powszedniego, powoduje zmniejszenie zainteresowania jego konsumpcją – spożycie chleba w Polsce obniża się!

Powodzenia.

Kontakt do autora:

tel. 509 499 500, BioEnzym Technology s.c.
62-028 Koziegłowy k. Poznań; ul. Piaskowa 1
tel. 61 652 10 12, fax 61 651 47 57, www.bioenzym.pl

Wariant I

kwas	24 kg
mąka żytnia typ 720	13 kg
mąka pszenna typ 750	75 kg
sól	2 kg
drożdże	2,5 kg
woda	ok. 44 kg

Ciasto po zamieszeniu (3 min / 6 min) o temp. 27°C, podlega obróbce po 10 min. Kęsy 570 g, po fermentacji w koszach lub na amprolach, wypiekamy przez 38 min.

Wariant III

kwas	20 kg
podmłoda żytnia o wydajności 200	30 kg
mąka pszenna typ 750	75 kg
sól	2 kg
drożdże	1 kg
woda	ok. 33 kg

Ciasto po zamieszeniu (3 min / 6 min) o temp. 27°C podlega obróbce po 30 min. Kęsy 570 g, po fermentacji w koszach lub na amprolach wypiekamy przez 38 min.

Wariant II

kwas	20 kg
podmłoda pszenna o wydajności 200	30 kg
mąka pszenna typ 750	60 kg
mąka żytnia typ 720	15 kg
sól	2 kg
drożdże	1 kg
woda ok.	32 kg

Ciasto po zamieszeniu (3 min / 6 min) o temp. 27°C, podlega obróbce po 30 min. Kęsy 570 g, po fermentacji w koszach lub na amprolach wypiekamy przez 38 min.

Wariant IV

kwas	15 kg
mąka pszenna typ 750	75 kg
mąka żytnia typ 720	17,5 kg
drożdże	2,75 kg
woda	60 kg

Ciasto miesimy (3 min / 12 min), przełączamy na wolne obroty, wysypujemy: sól 2 kg i powoli wlewamy wodę – do 5 kg. Ciasto (o temp. 27°C) pozostawiamy w dzieży na 40 min, przebijamy i pozostawiamy na następne 15 min. Dzielimy na kęsy o wadze 1120 g każdy i układamy do form. Po fermentacji wypiekamy przez 55 min.


KOMPLET Polska
www.komplet.pl

*Z dobrego
upieczesz
najlepsze!*

JAKOŚĆ GWARANTOWANA MARKĄ KOMPLET

NOWOŚĆ!



KOMPLET
Krem Top1®

GOTOWY DO UŻYCIA KREM Z PEŁNEGO MLEKA.
DO NADZIEWANIA I DEKOROWANIA.

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

Trendy w suplementacji

PIECZYWA I WYROBÓW CIASTKARSKICH. CZ. I

WZBOGACANIE PIECZYWA DODATKAMI FUNKCJONALNYMI TO TEMAT STAŁE AKTUALNY. W ISTOTNY SPOSÓB DODATKI TE WPŁYWAJĄ NA PROCES TECHNOLOGICZNY, A TAKŻE NA CECHY JAKOŚCIOWE I WARTOŚĆ ODŻYWCZĄ PIECZYWA, CZYNIĄC Z NIEGO CORAZ BARDZIEJ WARTOŚCIOWĄ ŻYWNOSĆ

MAŁGORZATA MIELCARZ

INSTYTUT BIOTECHNOLOGII PRZEMYSŁU ROLNO-SPOŻYWCZEGO
ZAKŁAD PRZETWÓRSTWA ZBÓŻ I PIEKARSTWA

Pieczyno jest i będzie w najbliższym okresie jednym z podstawowych źródeł wielu składników odżywczych w przeciętnej diecie statystycznego Polaka. W ostatnim czasie, w okresie kryzysu ekonomicznego w prawie każdym gospodarstwie domowym rola pieczywa w odżywianiu człowieka znacznie wzrosła.

Zadaniem pełnowartościowej diety człowieka jest dostarczenie organizmowi w odpowiednich ilościach około 40 egzogenicznych składników pokarmowych, w skład których wchodzi: około 15 witamin, 10 aminokwasów, 15-20 pierwiastków mineralnych oraz trzy niezbędne nienasycone kwasy tłuszczowe. Źródłem tych składników odżywczych powinny być też pieczywo i wyroby ciastkarskie.

Podstawowe składniki pieczywa spełniają niebagatelną rolę w prawidłowym funkcjonowaniu organizmu.

PIECZYWO – ważne źródło składników odżywczych

Na podstawie obserwacji i sondaży stwierdzono, że przy uwzględnieniu całej racji pokarmowej dla zdecydowanej większości społeczeństwa pieczywo jest jednym z podstawowych źródeł kalorii i wielu składników odżywczych. Pokrywa ono dzienne zapotrzebowanie na: białko w 22 proc., żelazo w 23 proc., magnez w 28 proc., miedź w 25 proc., cynk w 30 proc., mangan w 60 proc., tiaminę w 30 proc., witaminę E w 20 proc., ryboflawinę w 12 proc., niacynę w 14 proc., witaminę B6 w 17 proc.

Pieczyno dostarcza jednocześnie około 30 proc. niezbędnych do prawidłowego funkcjonowania organizmu kalorii. Taki udział pieczywa i jego pochodnych w codziennym pożywieniu człowieka zmusza do ciągłej analizy jego wartości odżywczej. Podstawowe składniki, z których wypieka się wyroby piekarskie, są dość ubogie w substancje konieczne do prawidłowego funkcjonowania organizmu ludzkiego.

Wzbogacanie żywności, w tym również pieczywa, jest szczególnie uzasadnione, gdy podczas procesów technologicznych następują niekorzystne zmiany składu chemicznego w stosunku do surowca wyjściowego. Przykładem jest jasna

mąka chlebowa używana jako podstawowy surowiec zbożowy w produkcji pieczywa pszennego i mieszanego, która w wyniku procesów technologicznych w trakcie przemiałów ziarna zostaje zubożona o cenne składniki odżywcze, takie jak: białko, błonnik pokarmowy, makro- i mikroelementy (sole mineralne) czy witaminy. Dlatego, aby ją wzbogacić, można stosować bogate w składniki odżywcze surowce naturalne.

USZLACETNIANIE surowców

Piekarstwo w takiej sytuacji staje wobec konieczności uatrakcyjniania swoich wyrobów. Podobnie producenci ciastek. Na naszym rynku pojawiają się nowe rodzaje ciast i ciastek wzbogacane różnego rodzaju dodatkami prozdrowotnymi – nasionami, płatkami, suszonymi owocami itp. Wzbogaca się herbatniki, wafle czy wyroby „świeże”, takie jak ciasto drożdżowe, biszkoptyowe, biszkoptyowo-tłuszczowe czy kruche.

W procesie produkcji pieczywa jakość surowca, właściwie dobrane parametry procesu technologicznego lub zastosowanie odpowiednich dodatków technologicznych pozwalają na otrzymanie pieczywa o wysokiej jakości i przedłużonej trwałości, nawet przy zastosowaniu surowca o niskiej wartości wypiekowej.

Od początku lat 90. obserwuje się w Polsce wzrost zainteresowania dodatkami technologicznymi, a w szczególności produkcją wieloskładnikowych mieszanek, tzw. premiksów oraz koncentratów pieczywa i wyrobów ciastkarskich z różnego rodzaju dodatkami prozdrowotnymi. Wydaje się, że ich liczba będzie wzrastać, by piekarze mogli zapewnić wysoką jakość oraz wartość żywieniową swoich wyrobów i sprostać zaleceniom Unii Europejskiej. Należy pamiętać, że jakość wyrobu jest uwarunkowana nie tylko cechami jakościowymi podstawowego surowca, ale także cechami stosowanego dodatku oraz ich współdziałaniem. Wiele z nich działa kompleksowo, wpływając jednocześnie na kilka wyróżników jakościowych i może zastąpić niezdrowe dodatki chemiczne. Dlatego też wzbogacanie produkowanego wyrobu tymi produktami wymaga znajomości ich właściwości funkcjonalnych, które w istotny sposób wpływają na proces technologiczny, cechy jakościowe, a także wartość odżywczą pieczywa. Poziom stosowanego dodatku wzbogacającego jest limitowany względami nie tylko żywieniowymi, ale także technologicznymi. Jednak zasadniczym celem stosowania tych dodatków jest poprawa wartości odżywczej przy zachowaniu wysokich walorów jakościowych.

Dla zwiększenia wartości odżywczej pieczywa i wyrobów ciastkarskich można wykorzystywać zarówno surowce pochodzenia roślinnego, jak i zwierzęcego. Wśród nich na szczególną uwagę zasługują: mleko i produkty mleczne, zboża i specjalne przetwory zbożowe, zboża niechlebowe, ziemniaki i ich pochodne, nasiona roślin oleistych, strączkowych i ich przetworów, pseudozboża, roślinne preparaty białkowe, owoce świeże i suszone, kielki roślin spożywczych, zioła itp.

SZEROKI ASORTYMENT przetworów mlecznych

Mleko i jego pochodne mają wiele zalet żywieniowych oraz szczególnych właściwości funkcjonalno-technologicznych. Mleko o różnym stopniu przetworzenia, np. w postaci koncentratów i izolatów, jest wykorzystywane w produkcji żywności pochodzenia nie tylko roślinnego, ale również i zwierzęcego (wędliny, konserwy).

W przypadku produkcji pieczywa i wyrobów cukierniczych, mleko i jego przetwory znajdują szerokie zastosowanie praktyczne. Obecnie w produkcji przemysłowej i rzemieślniczej wykorzystywane jest przede wszystkim tzw. mleko przetworzone, w postaci różnych półproduktów o ukierunkowanym wybiórczo składzie, w zależności od praktycznego przeznaczenia. Produkty z mleka gwarantują ich dużą przydatność w zakresie trwałości, czystości biologicznej i określonego kierunku oddziaływania technologicznego na jakość finalną wytwarzanej żywności.

Szeroki zestaw dostępnych obecnie przetworów mlecznych wykorzystywanych przy produkcji pieczywa i wyrobów cu-

kierniczych można ująć w dwóch grupach, w zależności od ich składu chemicznego i z tym związanego kierunku przeznaczenia. Są to:

- produkty otrzymywane z mleka w wyniku odparowania wody, takie jak: mleko zagęszczone lub sproszkowane, gdzie zróżnicowanie dotyczy ilości tłuszczu, wody oraz warunków termicznych obróbki cieplnej surowca wyjściowego,
- produkty mleczne białkowe – wybiórcze, takie jak: serwatka, kazeiniany, białczany.

W obrębie wspomnianych grup produktów mlecznych wprowadzane są, szczególnie w ostatnich latach, modyfikacje dla polepszenia ich wartości użytkowej i odżywczej.

MLEKO SKONCENTROWANE i kazeiniany

Zróżnicowanie jakościowe mleka zagęszczonego wobec sproszkowanego sprowadza się do zmiennego udziału suchej masy mleka wobec ogólnej masy produktu. Suchą masę mleka stanowią: tłuszcz, białka (kazeina, albuminy i globuliny), cukier mlekowy (laktoza) oraz związki mineralne (popiół). Obecne rozwiązania technologiczne pozwalają na tzw. modelowanie składu ilościowego i jakościowego suchej masy mleka. Dotyczy to głównie ograniczenia ilości tłuszczu oraz dodatku innych składników niemlecznych (np. dodatek witamin, a nawet jodu) oddziałujących na lepszą wartość odżywczą i efekt organoleptyczny.

Proszek mleczny można stosować do produkcji wyrobów cukierniczych, pieczywa, lodów – kazeina wiąże więcej >>>

» REKLAMA



Ultra Power
SYSTEMY PÓLKOWE

ul. Żytnia 3
65-368 Zielona Góra
tel. +48 95 720 48 62
fax +48 95 720 48 63
biuro@ultrapower.pl

www.ultrapower.pl

8 korzyści z zakupu wózków Ultra Power:

1. Chrupiące pieczywo – dzięki zastosowaniu formy siatkowej półek Twoje pieczywo odparowuje równomiernie z każdej strony.
2. Uproszczony montaż – to atut, który docenisz tuż po otrzymaniu swojego wózka.
3. Podwójnie wzmocnione półki – gwarantują wytrzymałość na duże obciążenia.
4. Łożyszkowane obrotowe koła – sprawiają, że wózek prowadzi się jeszcze lepiej mimo dużych obciążeń.
5. Tania rozbudowa – w każdym momencie możesz zwiększyć pojemność wózka przed dodaniem kolejnej półki.
6. Stal chromowana – to nie tylko ochrona antykorozyjna, ale i bardzo estetyczny wygląd.
7. Atest PZH – do bezpośredniego kontaktu z żywnością.
8. Nowa Niska Cena = Ta sama wysoka Jakość.

wody, a białka serwatkowe polepszają barwę mięksiszu i skórki. Niewielki dodatek mleka w proszku do ciasta chlebowego ułatwia proces fermentacji, skraca czas miesienia, poprawia cechy reologiczne, wpływa korzystnie na cechy organoleptyczne i trwałość pieczywa.

Pośród tzw. izolatów mleka powszechne zastosowanie w praktyce technologicznej mają białka kazeiny, których udział w ogólnej masie białek mleka wynosi ok. 85 proc. Produkuje się cztery postacie soli białek kazeiny: kazeinian sodu, wapnia, potasu i magnezu. Szczególne znaczenie technologiczne, z uwagi na zawartość związków cukru, ma frakcja kappa-kazeiny jej soli sodowej.

Kazeiniany poprawiają strukturę ciasta, uczestniczą w tworzeniu i stabilizacji piany, a ich dodatek do ciasta drożdżowego zapobiega nadmiernemu pochłanianiu tłuszczu (np. przy pieczeniu pączków). Pod względem wartości odżywczej kazeiniany dorównują białkom mięsa i znacznie przewyższają wartość odżywczą białek zbóż i roślin strączkowych. Kazeina odpowiedzialna jest za stosunkowo dużą zawartość lizyny, której niedobór występuje w białkach zbóż chlebowych (pszenica, żyto). Zawartość białka w kazeinianie sodu sięga nawet 90 proc., przy ok. 5-proc. zawartości wody.

SERWATKA przedłuża trwałość

Na szczególne zainteresowanie producentów pieczywa zasługują serwatka i maślanka, w których pozostaje dość duża ilość laktozy, innych białek i soli mineralnych. Serwatka zawiera przeciętnie ok. 1 proc. białek (albuminy i globuliny), 4 proc. laktozy i poniżej 1 proc. soli mineralnych. Białka serwatkowe, bogate w aminokwasy siarkowe: metioninę i cystynę, nie ustępują pod względem wartości odżywczej kazeinie, ponadto zawarte w serwatce wapń oraz witaminy z grupy B polepszają wartość odżywczą chleba.

W praktyce technologicznej wykorzystywane są przede wszystkim mieszanki mleka w proszku z suszoną serwatką

i laktozą. W zależności od typu i struktury pieczywa dodaje się zazwyczaj 1-2,5 proc. tej mieszaniny. Właściwy dobór proporcji ilościowych pozwala na sterowanie jakością, a nawet trwałością gotowego wyrobu.

W odróżnieniu od kazeiny białka serwatki tworzą w czasie obróbki cieplnej (wypieku) kompleksy z białkami zbóż, co bardzo korzystnie wpływa na strukturę mięksiszu, zwiększa objętość i znacznie opóźnia proces czerstwienia pieczywa. Udowodniono również, że dodatek do chleba serwatki lub maślanki zabezpiecza pieczywo przed pleśnieniem, a nawet zapobiega rozwojowi bakterii – laseczki ziemniaczanej (*Bacillus mesentericus*) – pozostających w mięksiszu chleba nawet po wypieku. W czasie wypieku, poprzez współdziałanie białek i cukrów serwatkowych z białkami zbożowymi, pieczywo (szczególnie jasne) zyskuje jednolitą, złotobrązową i chrupką skórkę (laktoza – nie jest substratem dla drożdży, a będąc cukrem redukującym, w procesie wypieku wchodzi w reakcję z aminokwasami, w wyniku czego powstają związki karbonylowe i melanoidowe nadające barwę skórce chleba; proces ten nazywany jest reakcją Maillarda) i intensywny, przyjemny zapach mięksiszu. Ponadto białka serwatkowe mają szereg walorów podobnych do białka jaj kurzych, stąd poczyniono szereg prób zastąpienia w wyrobach piekarskich i ciastkarskich białek jajecznych koncentratem białek serwatkowych.

Z punktu widzenia żywieniowego białka mąki uznawane są za niepełnowartościowe, ze względu na stosunkowo niską zawartość aminokwasów egzogennych, takich jak: lizyna, tryptofan i metionina. Stąd należałoby te niedobory uzupełniać odpowiednim białkiem. I właśnie białka mleka i jego pochodnych, z uwagi na optymalną zawartość aminokwasów, są doskonałym surowcem podnoszącym wartość odżywczą pieczywa.

Zapraszamy do lektury kolejnego wydania „W Piekarni, W Cukierni”, w którym omówimy takie dodatki funkcjonalne do pieczywa, jak m.in. błonnik czy zboża niechlebne.

KIERUNKI WYKORZYSTANIA WŁAŚCIWOŚCI FUNKcjONALNYCH IZOLATÓW I KONCENTRATÓW BIAŁEK MLEKA

Izolat Koncentrat	Skład chemiczny (% s. m.)				Zalety funkcjonalne	Wykorzystanie
	woda	białko	laktoza	tłuszcz		
Proszek mleczny odtuszczone	3,2	36,8	51,2	0,78-1,3	poprawia cechy reologiczne ciasta, ułatwia proces fermentacji, wpływa korzystnie na cechy organoleptyczne i trwałość chleba	wyroby piekarskie, wyroby ciastkarskie, lody, kremy
Kazeina	5,0	87,9	0,2-1,0	0,8-3,0	poprawia strukturę ciasta, uczestniczy w tworzeniu i stabilizacji piany, zapobiega nadmiernemu pochłanianiu tłuszczu	wyroby ciastkarskie, lody, odżywki dla niemowląt
Serwatka podpuszczkowa	4,0	12,5	73,5	1,0	zwiększa objętość pieczywa, tworzy strukturę i barwę, wydłuża jego trwałość	desery, napoje, żywność dietetyczna, wyroby piekarskie
kwasowa	4,5	7,5	71,5	-		
Białczany	5	80	-	2	biorą udział w tworzeniu struktury ciasta, stabilizują pianę	produkty dietetyczne, wyroby piekarskie

Böcker na Bakepolu

NIEMIECKA FIRMA ERNST BÖCKER Z JEJ PRZEDSTAWICIELEM RADOSŁAWEM MALMONEM ODNIOSŁA SUKCES NA TARGACH BAKEPOL 2011 W KIELCACH



Zespół Böckera na targach Bakepol



Technolodzy firmy Böcker

Firma Ernst Böcker z niemieckiego Minden, znany producent kwasów piekarskich, po raz pierwszy w Polsce prezentowała swoje produkty na targach Bakepol w Kielcach. Wspólnie ze swoim polskim przedstawicielem Radkiem Malmonem z Opczna przedsiębiorstwo pokazało na powierzchni 35 m² asortyment naturalnych produktów kwasowych.

KOSTKA Böckera

O chleb na zakwasie pyta coraz więcej klientów. Nic dziwnego, bo jest to powrót do pieczywa opartego na naturalnych procesach fermentacji i ukwaszania. Dlatego też wyrobów opartych na kwasach piekarskich nie mogło zabraknąć na stoisku firm Malmon i Böcker na targach Bakepol. Odwiedzający targi mieli możliwość skosztowania wielu rodzajów pieczywa przygotowanego na zakwasie Böckera.

Warto w tym miejscu wspomnieć o kostce Böckera. Jest to znany i cieszący się popularnością od przeszło 100 lat zaczątek kwasowy. Piekarnie wykorzystują go do prowadzenia własnego zakładowego kwasu, co gwarantuje jego wysoką jakość i bezpie-

czeństwo. Trzeba jednak przestrzegać twardych zasad prowadzenia kwasów, m.in. temperatury i czasu przerabiania. Własna fermentacja z udziałem zaczátku kwasowego Böckera jest prosta i pasuje do każdej metody prowadzenia kwasów. Zaczątek Böckera jest uniwersalny – dzięki swojej aktywnej mikroflorze ma zastosowanie w wysoko zautomatyzowanych zakładach przemysłowych i w małych rzemieślniczych piekarniach, gdzie do procesu ukwaszania wykorzystuje się zwykle dzieże i inne proste naczynia.

GOTOWE PRODUKTY na topie

Dużym zainteresowaniem gości targowych cieszyły się gotowe produkty kwasowe. Produkowane w Minden powstają w wyniku naturalnych procesów fermentacji i ukwaszania. Gotowych produktów kwasowych firma Böcker wytwarza w ciągu roku ok. 140 rodzajów. Tak szeroka gama naturalnych, wysokiej jakości gotowych kwasów piekarskich daje wręcz nieograniczone możliwości dla technologów w tworzeniu ciekawych receptur. – Cieszymy się, że tak wielu zaproszonych piekarzy odwiedziło nasze stoisko, twierdzi Radek Malmon, przedstawi-

ciel BÖCKERA w Polsce. – Przeprowadziliśmy wiele ciekawych rozmów z piekarzami, którzy przy udziale naszych naturalnych produktów kwasowych chcą jeszcze bardziej podnieść jakość swojego pieczywa. Jesteśmy chętni do współpracy z piekarzami z całej Polski, oferując im szeroką gamę produktów oraz doradztwo i dostawę na miejsce – mówi Radek Malmon. Wysoce zmotywowany zespół 22 współpracowników zabiera się do realizacji licznych zamówień.

Kontakt w Polsce:

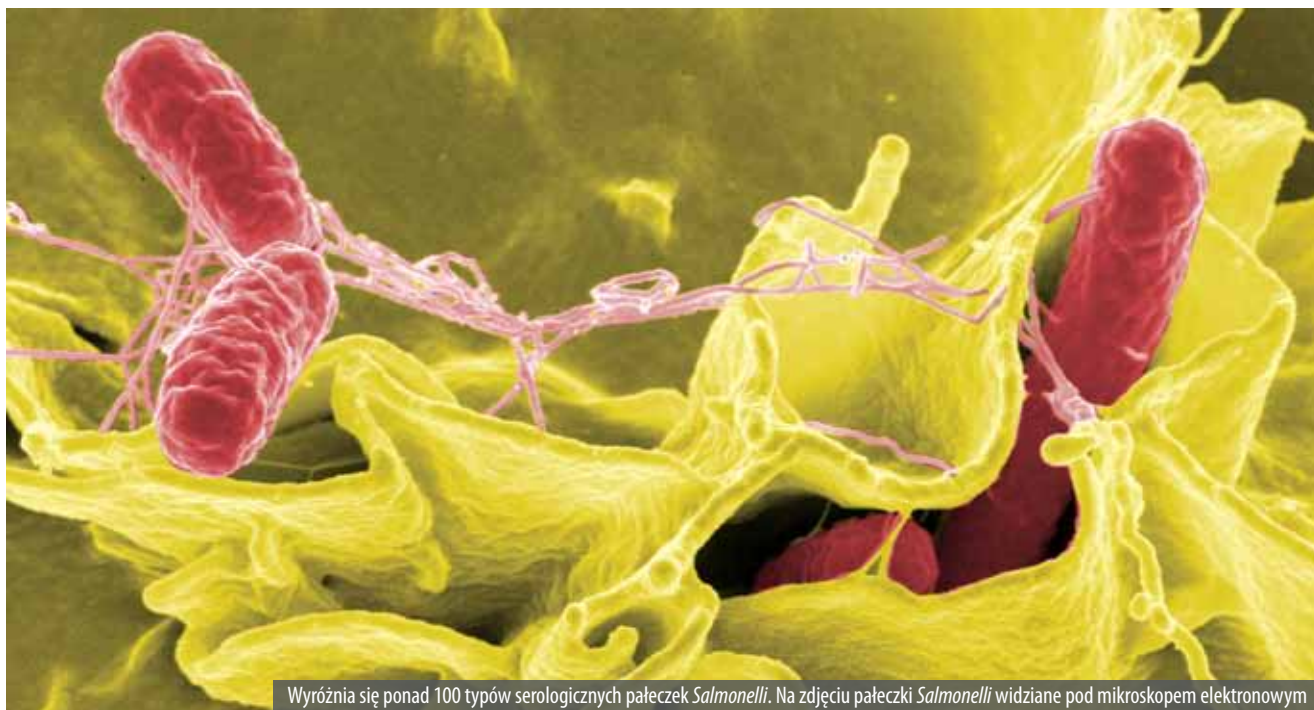
Malmon, Mroczków Gościnny 52c, 26-300 Opczna,
tel.: +48 44 754 24 56, info@malmon.eu



Produkty Böckera cieszyły się dużym zainteresowaniem zwiedzających

S ZBLIŻA SIĘ SEZON GROŹNEJ Salmonelli

JEST JEDNĄ Z NAJCZĘSTSZYCH CHORÓB ZAKAŹNYCH PRZENOSZONYCH PRZEZ ŻYWNOSĆ. JEJ SKUTKI, Z POZORU NIEWINNE, BYWAJĄ BARDZO POWAŻNE DLA KONSUMENTA. MOWA OCZYWIŚCIE O SALMONELLOZIE



Wyróżnia się ponad 100 typów serologicznych pałeczek *Salmonelli*. Na zdjęciu pałeczki *Salmonelli* widziane pod mikroskopem elektronowym

MAGDALENA KOT

Zbliżają się upalne dni, w czasie których konsumenci masowo kupują lody, ale też inne słodkie produkty, w których podstępnie mogą czaić się pałeczki z grupy *Salmonella*. Jak zapobiegać zakażeniom żywności, które mogą być brzemienne w skutki dla cukierni czy lodziarni? Jak uchronić przed zakażeniem klientów? W poniższym tekście znajdują się podstawowe wytyczne dla rzemieślników.

WYTRZYMAŁE drobnoustroje

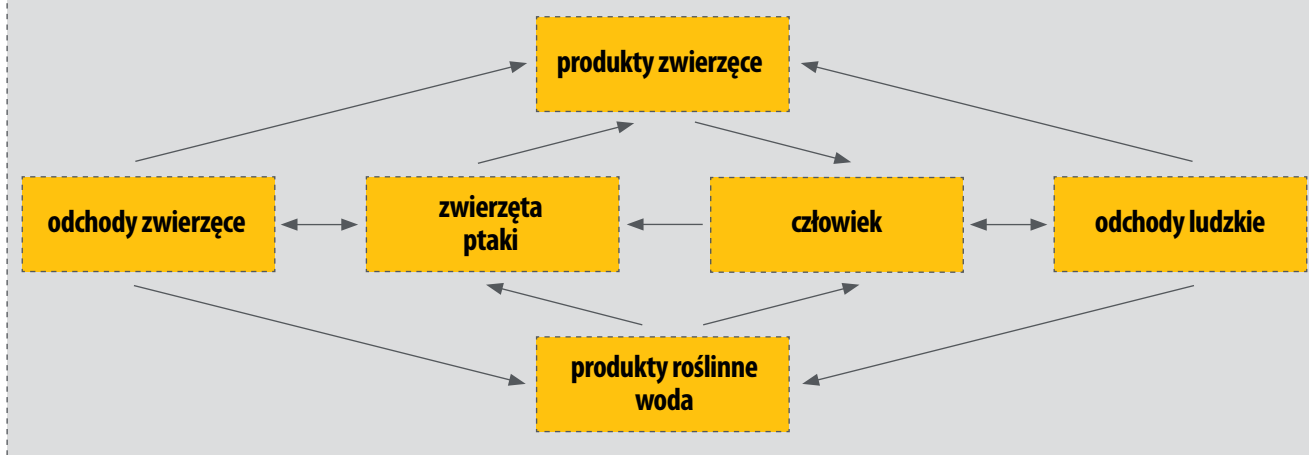
Drobnoustroje zaliczane do rodzaju *Salmonella* należą do rodziny *Enterobacteriaceae* (jelitowce), która obejmuje

nieprzetwarzające Gram-ujemne bakterie tlenowe. Naturalnym środowiskiem ich bytowania jest przewód pokarmowy zwierząt zarówno dzikich, jak i hodowlanych, ptaków, a w pewnych przypadkach również człowieka.

Pałeczki *Salmonella* są względnie trwałe, co oznacza, że poza organizmem żywiciela mogą przetrwać jakiś czas, dla przykładu: w glebie, produktach mięsnych – ok. 130 dni, w mleku ok. 10 dni, w jajach ponad rok, w żywności wysuszonej – w stanie anabiozy mogą przebywać przez nieograniczony czas. Z tego powodu stanowią poważne zagrożenie dla człowieka.

Obecnie wyróżnia się ponad 1000 typów serologicznych pałeczek *Salmonelli* i wciąż poznawane są nowe. Zachorowania odnotowane na terenie kraju wywołane są w większości przez *Salmonella enteritidis*, która bytuje najczęściej na skorupkach jaj.

SCHEMAT 1. WAŻNIEJSZE DROGI ROZPRZESTRZENIANIA SIĘ SALMONELLI



43 TYSIĄCE na godzinę

Chorobotwórczość bakterii *Salmonella* związana jest z wytwarzaniem przez nie specyficznych toksyn wywołujących stan chorobowy u człowieka bądź zwierząt. Pałeczki *Salmonella* rozmnażają się przez podział prosty komórek, w korzystnych warunkach tempo takiego podziału jest bardzo duże – okres podziału jednej komórki może wynosić ok. 20 min, po sześciu godzinach nieprzerwanego podziału może powstać ok. 260 tys. komórek. Daje to pogląd na zagrożenie, jakie dla żywności może stanowić nawet minimalne zanieczyszczenie.

JAK UNIKAĆ pałeczek?

Pałeczki *Salmonella* wykrywane w żywności mogą pochodzić z zanieczyszczenia pierwotnego (mięso, jaja) bądź wtórnego (w trakcie przetwarzania żywności). Do zakażenia drogą kontaktową dochodzi stosunkowo rzadko.

Zakażenie może przebiegać jako: bezobjawowe nosicielstwo – wówczas zdrowy nosiciel wydalą chorobotwórcze bakterie z kałem – bądź stan chorobowy – zatrucia pokarmowe (objawiając się wysoką gorączką, biegunką, wymiotami występują po 12-24 godz. po spożyciu zakażonego pokarmu) czy różnego rodzaju zakażenia układowe, będące następstwem przedostania się pałeczek *Salmonella* z układu pokarmowego do krwi, a wraz z nią do różnych układów wewnętrznych (objawiają się różnymi stanami zapalnymi, np. płuc, ucha, opon mózgowych itp.).

Bakterie te są tym bardziej niebezpieczne, że ich obecność w gotowym wyrobie nie jest rozpoznawalna organoleptycznie – ciastko z salmonellą smakuje tak samo dobrze jak bez niej.

Aby zminimalizować bądź zupełnie wyeliminować zagrożenie, technolog żywności powinien znać prawa rządzące zachowaniem się drobnoustrojów chorobotwórczych. Pałeczki *Salmonella* nie wykazują szczególnej ciepłoporności i giną w temperaturach powszechnie stosowanych przy termicznej obróbce żywności. Jednak w niektórych rodzajach żywności, zwłaszcza tej o podwyższonej zawartości białka i tłuszczu, mogą wytrzymać wyższe temperatury ogrzewania działające przez dłuższy czas.

Przeciwdziałanie rozprzestrzenianiu się zakażenia polega na przerwaniu cyklu infekcyjnego – przede wszystkim ziden-

tyfikowaniu źródła, odosobnieniu chorych, wyleczeniu nosicieli.

NIEBEZPIECZNE jaja

Do potencjalnych źródeł zakażeń pałeczkami *Salmonelli* w produkcji ciastkarskiej zaliczamy surowce, wśród których najbardziej niebezpiecznym, niemal „klasycznym” źródłem tych drobnoustrojów są jaja. W świeżym jajku zanieczyszczona bywa zewnętrzna powierzchnia skorupki, w miarę przechowywania zewnętrzne zanieczyszczenie może przeniknąć do wnętrza jaja, zwłaszcza do białka. Ryzyko związane z wykorzystaniem jaj można zminimalizować, przestrzegając poniższych zasad:

- zaopatrywać się u sprawdzonego dostawcy,
- ściśle przestrzegać terminu przydatności,
- przechowywać w określonych normą warunkach (8-13°C, wilgotność 65-80 proc.),
- przed użyciem dezynfekować,
- nie stosować jaj o popękanych skorupkach (stłuczek) ani tzw. wylewek,
- wybitą treść jaj natychmiast wykorzystywać,
- po wszystkich czynnościach, w trakcie których dochodzi do bezpośredniego kontaktu z jajami, starannie myć ręce,
- skorupki jaj usuwać w miarę możliwości na bieżąco z pomieszczeń produkcyjnych.

Ryzyko zagrożeń zdrowotnych stanowią również sproszkowane przetwory z jaj, mogą bowiem zawierać uśpione formy drobnoustrojów, które przetrwały proces odwadniania, i mogą zacząć namnażać się w trakcie produkcji. Dla eliminacji ryzyka zdrowotnego, związanego ze stosowaniem przetworów jajowych wysuszonych, wystarczy przestrzegać następujących zasad:

- żądać atestów mikrobiologicznych od dostawcy,
- przechowywać w określonych normą warunkach (0-22°C, wilgotność <75 proc.),
- chronić przed zawilgoceniem,
- przestrzegać okresów przechowywania,
- zachowywać zasady Dobrej Praktyki Produkcyjnej.

>>>

Ponieważ stosowanie jaj w produkcji ciastkarskiej niesie duże ryzyko zakażenia pałeczkami *Salmonella*, zaleca się odstąpienie od produkcji mas i kremów, które nie wymagają obróbki termicznej (co najmniej 80°C) oraz zastąpienie jaj świeżych pasteryzowanymi bądź stosowanie koncentratów kremów.

MLECZNE zagrożenia

Kolejnym surowcem stosowanym w produkcji wyrobów ciastkarskich jest mleko i jego przetwory. Według statystyk zaledwie 1 proc. zachorowań wywołanych przez salmonellę spowodowanych jest spożyciem mleka i jego przetworów. Mleko od zdrowych zwierząt nie powinno wykazywać obecności zanieczyszczeń mikrobiologicznych, które mogłyby stanowić zagrożenie dla człowieka, może dojść do niego na drodze zanieczyszczeń wtórnych (naczynia, człowiek). Ponieważ mleko jest poddawane obróbce termicznej (pasteryzacja, UHT), która skutecznie eliminuje obecność tych drobnoustrojów, prawdopodobieństwo wystąpienia pałeczek *Salmonella* w mleku spożywczym jest minimalne.

Mleko powinno być stosowane w terminie przydatności oraz przechowywane w temp. do 10°C (pasteryzowane) oraz do 25°C (mleko UHT). Mleko spożywcze pasteryzowane nie stanowi zagrożenia produkcji ciastkarskiej pałeczkami *Salmonella*, jeżeli jest zabezpieczone przed zanieczyszczeniem, używane w okresie przydatności i dodatkowo poddawane obróbce termicznej.

Mleko w proszku, a także masło nie stanowią szczególnego zagrożenia dla produkcji ciastkarskiej, wymagane jest jednak przestrzeganie parametrów przechowywania oraz terminów przydatności do spożycia. Ponadto w toku produkcji należy przestrzegać zasad Dobrej Praktyki Higienicznej.

Z kolei śmietanka jako produkt nietrwały może stanowić źródło zakażenia mikroflorą chorobotwórczą. Ponieważ w produkcji ciastkarskiej śmietanka jest wykorzystywana do produkcji wyrobów niepodlegających obróbce termicznej, w toku produkcyjnym należy bezwzględnie przestrzegać zasad higieny. Stosując śmietankę, należy przestrzegać następujących zasad:

- zaopatrywać się u sprawdzonego dostawcy,
- przechowywać w temp. nie wyższej niż 10°C,
- ściśle przestrzegać terminu przydatności do spożycia,
- przestrzegać skrupulatnie czystości naczyń, sprzętów i urządzeń,
- przestrzegać higieny osobistej pracowników,
- stosować łańcuch chłodniczy do gotowego wyrobu w zakładzie, transporcie i punktach sprzedaży.

NOSICIELE bakterii

Ogromnym problemem w produkcji żywności jest bezobjawowe nosicielstwo. Człowiek nosiciel wydalą z kałem dziesiątki milionów komórek bakterii. Należy pamiętać, że niezawodnym sposobem uniknięcia rozprzestrzeniania się pałeczek *Salmonella* pochodzących od nosiciela jest skrupulatne przestrzeganie zasad higieny osobistej u pracowników, szczególnie czystości rąk.

Ponadto osoby uskarżające się na zaburzenia funkcjonowania układu pokarmowego (biegunka, bóle brzucha) do czasu wyjaśnienia przyczyny powinny być odsuwane od bezpośredniej produkcji. Powinny być wykonywane badania na nosiciel-

stwo, bezwzględnie egzekwowana higiena rąk. Pracownicy winni być przeszkoleni z zakresu higieny.

Nosiciele szkodniki mogą przenosić pałeczki *Salmonella* na ptactwo domowe, człowieka, a nawet bezpośrednio przez kał do zakładów produkujących żywność. Dużym zagrożeniem zdrowotnym dla żywności są gryzonie oraz ptaki wolno żyjące, będące często nosicielami pałeczek *Salmonella*.

Najtańszą i najskuteczniejszą metodą ograniczania liczby szkodników jest profilaktyka, a jej głównym celem jest zapobieganie przedostaniu się szkodników do zakładu. Obecnie istnieje wiele specjalistycznych firm, które przy użyciu skutecznych środków i sposobów likwidują obecność szkodników w zakładzie produkcji żywności.

106–108

TAKA LICZBA BAKTERII
w większości typów pałeczek
Salmonella stanowi
dawkę zakażającą

Podsumowując, należy zaznaczyć, że współczesna technologia żywności dysponuje szeregiem skutecznych metod zapobiegających rozprzestrzenianiu się drobnoustrojów, wśród nich znajdziemy:

- obróbkę termiczną w minimum 70°C,
- schładzanie surowców, półproduktów i gotowych wyrobów do temp. nieprzekraczającej 6°C,
- skrupulatne przestrzeganie higieny produkcji.

Dzięki przestrzeganiu zasad zawartych w powyższym opracowaniu można wyeliminować, a na pewno ograniczyć ryzyko występowania chorobotwórczej salmonelli w wyrobach ciastkarskich.

WARUNKI WZROSTU PAŁECZEK SALMONELLA:

TEMPERATURA

optymalna	37°C
minimalna	5-10°C
maksymalna	40-45°C

pH

optymalne	6-7
minimalne	4-4,5
maksymalne	8-9,5
aktywność wody	> 0,94



SPIROTECH

SYSTEMY KROJENIA I PAKOWANIA PIECZYWA



Półautomatyczne systemy pakowania i klipsowania w opakowania LDPE lub PP



Automatyczne systemy pakowania i klipsowania w opakowania LDPE lub PP



Automatyczne systemy pakowania i zamykania w opakowania papierowe



Krajalnice taśmowe

Horyzontalne krojenie



System chłodzenia pieczywa



SpiroTech
91-158 Łódź
ul. Lniana 7 lok. 34
tel.: 790 502 505, 790 706 702

biuro@spirotech.com.pl
handlowy@spirotech.com.pl

www.spirotech.com.pl

FANTAZJA SEROWO KOKOSOWA

To przykład kompozycji cukierniczej z uniwersalną podstawą, którą otrzymujemy poprzez właściwe zestawienie ciasta jasnego i czekoladowego. Dzięki takiemu połączeniu uzyskamy efektowny, ale zarazem łatwy w wykonaniu wzór, który jest doskonale widoczny na przekroju. Powierzchnię tej „fantazyjnej” podstawy można pokrywać różnymi surowcami, dodatkami i dekoracjami używanymi w produkcji cukierniczej. W tym wypadku zastosowano wysmieniatą masę serowo - kokosową oraz lekki krem śmietanowy szprycowany przemiennie z wiśniami w żelu. Zastosowane dodatki w połączeniu z wilgotnym ciastem podstawy dało doskonały efekt końcowy.

krem śmietanowy

owoce

masa serowo -kokosowa

ciasto czekoladowe

ciasto



ELEMENT	SKŁADNIK	ILOŚĆ*	METODA
ciasto	MULTICIASTO Woda Olej jaja	1000 g 280 g 300 g 400 g	- Wszystkie składniki połączyć razem. - Mieszać na wolnych obrotach 1 min. - Mieszać na średnich obrotach 5 min.
ciasto czekoladowe	MULTICIASTO Woda Olej Jaja Kakao	1000 g 380 g 300 g 400 g 100 g	- Wszystkie składniki połączyć razem. - Mieszać na wolnych obrotach 1 min. - Mieszać na średnich obrotach 5 min. * Ciasto oraz ciasto czekoladowe nakładać na blachę na przemian, przy pomocy rękawa cukierniczego.
masa serowo - kokosowa	POL MIX KOKOSOWY Woda ciepła (ok. 40°C) Ser twarogowy śmietankowy	1000 g 400 g 1400 g	- Pol Mix Kokosowy połączyć z wodą i mieszać na wysokich obrotach 5 min. Dodać ser i wymieszać do uzyskania jednolitej konsystencji. * Gotową masę nakładać przy pomocy rękawa cukierniczego na przygotowane wcześniej ciasto. * Wypiekać w temp 180°C przez około 60 min, odstawić do wystudzenia.
owoce	WIŚNIA W ŻELU BAKBEL	1200 g	* Nanosić przy pomocy rękawa cukierniczego w formie pasków na upieczone ciasto.
krem śmietanowy	Śmietanka 33% KREM ROŚLINNY BAKELS CREAMSTAB	800 g 400 g 60 g	- Połączyć wszystkie składniki razem i ubić. * Gotowy krem śmietanowy nanieść przy pomocy rękawa cukierniczego między paski z wiśni.
PODSUMOWANIE		9420 g	* - Receptura została skalkulowana na 1 standardową blachę o wymiarach 60x40 cm lub na 6 ranków o średnicy 21-23 cm. W zależności od indywidualnych preferencji podane ilości składników mogą nieznacznie odbiegać od wskazanych wartości.





BAKELS

BAKERY INGREDIENTS SINCE 1904

MULTICIASTO BAKELS

Uniwersalna baza biszkoptowo-tłuszczowa o spoistej konsystencji, delikatnym smaku i wilgotności utrzymującej się do kilku dni.

Wyśmienity smak i aromat

Szeroki wachlarz zastosowań – ciasta, babki, muffiny, spody pod owoce sezonowe, ciasta typu „zebra”, itp.

Wiele możliwości wzbogacania smaku – dodatek past, czekolady, kakao, aromatów, bakalii, owoców w żelu, nadzień itd.

Doskonałe wyroby – nie powodują podczas konsumpcji i po niej odczucia lekkiego pieczenia charakterystycznego dla produktów wytworzonych na bazie surowców proszkowych.

Zwięzła struktura – pozwala na utrzymanie podczas wypieku owoców czy sera twarogowego, pozwala również uzyskać cieńsze warstwy.

Stać jakość – gotowe ciasto ma zawsze niezmiennie tę samą jakość i apetyczny wygląd, możemy je od razu kroić i przekładać.

Propozycje zastosowania Multiciasta marki Bakels można zobaczyć w następujących recepturach: SERNIK, HERBACIANY, FANTAZJA, OWOCOWO-KOKOSOWA.



BAKELS POLSKA sp. z o.o.
A member of the SWISS  BAKELS Group

93-231 Łódź, ul. Dostawcza 12
Centrala +48 42 25 46 600
Fax +48 42 25 46 601
biuro@bakels.pl
www.bakels.pl

Zapraszamy do lektury naszego
KATALOGU PRODUKTÓW
dostępnego u Dystrybutorów
oraz w wersji elektronicznej
na naszej stronie www.



social media

OD PODSZEWKI

OTYM, ŻE REKLAMA JEST
DŹWIGNIĄ HANDLU,
NIE TRZEBA NIKOGO
PRZEKONYWAĆ.
NATOMIAST
NOWOCZESNYM
I NIEZAWODNYM JEJ
ODMIANOM WARTO
PRZYJRZEĆ SIĘ Z BLISKA,
BY MÓC WYKORZYSTAĆ JE
W STU PROCENTACH

KAROLINA PODHAJECKA

W poprzednim numerze pisaliśmy o korzyściach i zagrożeniach płynących z wykorzystania mediów społecznościowych do wypromowania piekarni i cukierni oraz pozyskania nowych klientów i utrzymania obecnych. Teraz odsłaniamy tajemnice, wyjaśniamy sposób funkcjonowania i odpowiadamy na pytanie – dlaczego to działa?

DLACZEGO warto?

Za zdecydowaną przewagę mediów społecznościowych nad innymi środkami komunikacji przemawiają fakty. Powoli staje się jasne, że wykorzystanie portali internetowych, skupiających wielu użytkowników, może zapewnić reklamie danej marki czy zakładu sukces, który byłby niemożliwy do osiągnięcia za pomocą jakiegokolwiek innego sposobu. Nie może to być jednak reklama bezpośrednia. Badania marketingowe pokazują, że użytkownicy portali społecznościowych nie zwracają uwagi na zamieszczane tam reklamy, prawie nikt nie klika też w zakładki oznaczo-

60 sekund

TYLE CZASU POŚWIĘCA INTERNAUTA

na zapoznanie się z profilem marki – dobre zaplanowanie treści pozwala wykorzystać ten czas do maksimum

ne jako „sponsorowane”. Inwestowanie w tego typu komunikację z klientem okazuje się więc nieskuteczne. Jakie jest rozwiązanie? Założenie profilu marki na portalu to najlepsze, co można zrobić. Przeciętny użytkownik portalu społecznościowego jedną trzecią czasu poświęca bowiem na zapoznanie się z ofertami firm!



FOT. © CHAGIN - FOTOLIA.COM

POTĘGA LICZB

Jedna z firm postanowiła zbadać, w jaki sposób użytkownicy portalu Facebook korzystają z zamieszczanych tam informacji, co szczególnie przykuwa ich uwagę, a jakie treści są przez nich pomijane. W badaniu wykorzystano nowoczesną technikę, dzięki której udało się ustalić, na jak długo wybrany element portalu przyciąga uwagę przeciętnego internauty. Wyniki były zaskakujące:

0,4 sekundy – tylko tyle czasu poświęcają Internauci na zapoznanie się z reklamami zamieszczanymi na portalach społecznościowych, najczęściej jednak, zupełnie je pomijają.

25 proc. czasu – tyle przeznaczają na przeczytanie wpisów marek (firm) na liście aktualności – to aż jedna czwarta czasu!

85 proc. kliknięć zdobywają wpisy zawierające wideo lub zdjęcia, zajmują też ponad połowę czasu poświęcanego na przeglądanie tablicy aktualności.

1 na 3 kliknięcia przypada na posty marek – to tyle samo co na wpisy zostawione przez znajomych.

87 proc. użytkowników zwraca uwagę na zdjęcie profilowe – warto więc zadbać, by było atrakcyjne.

5 KROKÓW DO SUKCESU

Aby zaistnieć w mediach społecznościowych, nie trzeba wiele – wystarczy dobry pomysł i... 20 min! Oto krótki schemat, jak – krok po kroku – stworzyć profil, który stanie się profesjonalną wizytówką piekarni i cukierni.

KROK 1. Wybierz portal



Portali społecznościowych jest obecnie mnóstwo. Do wyboru są między innymi: Nasza klasa, Facebook, YouTube. Pierwszy z nich zapewni szeroki dostęp do klientów, jest najpopularniejszy wśród polskich internautów. Drugi rozwija się niezwykle prędko, najwięcej nowych użytkowników zyskując sobie wśród kobiet w wieku 45-55 lat, a więc tych, które są szczególnie zainteresowane ofertą cukierni i piekarni. Na trzecim możesz z powodzeniem zamieszczać filmiki promocyjne, które pokażą zakład w korzystnym świetle. **Czas: 1 min.**

KROK 2. Załóż profil



Po decyzji o wyborze portalu przychodzi czas na założenie konta. Na każdej stronie znajduje się szczegółowa instrukcja, która poprowadzi przez proces rejestracji. Zazwyczaj wystarczy podać kilka podstawowych danych i zaakceptować regulamin. Chwilę potem można zacząć w pełni wykorzystywać możliwości, jakie oferuje dany portal. **Czas: 3 min.**

KROK 3. Zamieść informacje o zakładzie



Na profilu nie może zabraknąć niezbędnych informacji o piekarni i cukierni. Wśród nich powinny się znaleźć: nazwisko właściciela, adres, numer telefonu, ewentualnie mapka ułatwiająca dojazd do zakładu. Profil można urozmaicić, zamieszczając wywiad z pracownikami lub właścicielem, historię piekarni, a nawet cennik z wyszczególnionymi dostępnymi produktami. Słowem wszystko, co chciałby na stronie znaleźć aktualny czy potencjalny klient. **Czas: 6 min.**

KROK 4. Dodaj materiały multimedialne



Aby profil był atrakcyjny dla klienta, musi znajdować się na nim coś, co przykuje jego uwagę. Do tego celu najlepiej nadają się zdjęcia i filmy promocyjne. Możliwości jest dużo: można sfotografować albo sfilmować budynek zakładu od zewnątrz i od środka, pokazać, jak wygląda proces produkcji wypieków „od kuchni” oraz pochwalić się popisowymi wypiekami. Zaletą zdjęcia i filmu jest to, że lepiej oddziałują na zmysły niż tekst. Dlatego zdjęcie weselnego tortu lepiej trafi do klienta niż najbardziej wymyślny jego opis. **Czas: 5 min.**

KROK 5. Zaprosz znajomych



Nic tak dobrze nie świadczy o zakładzie jak duża liczba zadowolonych klientów. Warto zadbać, by wśród znajomych znalazło się jak najwięcej osób. Na początek można wysłać zaproszenia do rodziny, przyjaciół, byłych i obecnych pracowników, aktualnych klientów. Z czasem krąg ten będzie się powiększał i dawał świadectwo jakości wypieków i obsługi w wybranym zakładzie. **Czas: 5 min.**

>>>

O TYM lepiej pamiętać

Przygotowując profil swojego zakładu, dobrze jest pamiętać o kilku prawidłowościach. Najwięcej czasu użytkownicy poświęcają na przeglądanie tablicy aktualności w poszukiwaniu informacji, jakie dana marka ma im do przekazania. Im częściej więc zamieścimy nowy komunikat, tym skuteczniej przyciągniemy uwagę potencjalnego klienta. Ponadto, dużym powodzeniem cieszą się zakładki zawierające ciekawe treści związane z firmą i jej ofertą – takie jak zdjęcia, filmy wideo czy konkursy.

Ważne jest, aby profil piekarni czy cukierni był udoskonalany i rozwijany, by skłaniał do jego częstego odwiedzania. Zdjęcia nowych produktów, informacje o promocjach, organizowanie konkursów ożywią stronę i zapewnią jej popularność. Brak nowych treści może po pewnym czasie doprowadzić do zmniejszenia zainteresowania profilem. Szczególnie dużą wagę użytkownicy przywiązują do zdjęcia profilowego – jest ono prawdziwą wizytówką firmy. Może ono prezentować popisowe wypieki, pokazywać budynek zakładu lub jego logo. Jeśli takie logo nie istnieje, można zorganizować konkurs wśród internautów na najlepszy projekt. Zaangażowanie w tego typu przedsięwzięcie z pewnością zaprocentuje większym przywiązaniem do wybranej marki.

KILKA RAD na zakończenie

Pamiętając o podstawowych zasadach, możemy uniknąć niepotrzebnych błędów i zapewnić naszemu przedsięwzięciu sukces. Najlepiej zacząć od przygotowania kilku pomysłów – opracowania długofalowej strategii obecności na portalu społecznościowym. By strona była zawsze żywa, warto raz na jakiś czas zamieścić nowe zdjęcie lub zorganizować konkurs. Wbrew pozorom nie

Posty marek umieszczane na ich profilach w serwisach społecznościowych mają takie same szanse na zaangażowanie użytkownika jak te, które pozostawiają jego znajomi

musi być to nie pracochłonne i wymagające dużych nakładów czasu od pracowników piekarni. Można na przykład zaproponować wybory na najlepszy przepis na wiosenne ciastko lub zorganizować konkurs wśród dzieci ze szkoły podstawowej na najpiękniejszą pracę plastyczną poświęconą pracy piekarza. Wszystko zależy od naszej pomysłowości. Trzeba też pamiętać, że użytkownicy portali czytają zazwyczaj tylko kilka pierwszych słów danego wpisu. Tylko ciekawa i niebanalna forma może skłonić ich do poświęcenia dłuższego czasu na zapoznanie się z całym materiałem! Dobrze zadbać o dużą liczbę znajomych lub fanów na profilu – przykład innych użytkowników wzbudzi zaufanie i zapewni większe powodzenie. Słowem – to wszystko, co sprawi, że strona będzie atrakcyjna, bogata w nowe informacje i pręźnie rozwijająca się, stanowi klucz do sukcesu w świecie mediów społecznościowych.

ZDANIEM EKSPERTA >>>

DR AGNIESZKA TURSKA-KAWA

pracownik Zakładu Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Śląskiego

Portale społecznościowe są nowoczesnym, skutecznym i przede wszystkim – bezpłatnym sposobem na dotarcie do klienta. Pozwalają poszerzyć krąg potencjalnych odbiorców oferowanych usług oraz na stałe związać z daną marką obecnych klientów. Co więcej, portale społecznościowe zdobywają sobie coraz więcej nowych użytkowników, nie tylko wśród ludzi młodych. Coraz więcej osób w średnim i starszym wieku korzysta z internetu, poszukując tam nie tylko dobrej rozrywki, ale także informacji o firmach i produktach. Komentarze umieszczone na portalu przez zadowolonych klientów wzbudzają większe zainteresowanie i zaufanie niż najlepiej sformułowane przekazy reklamowe. Czas poświęcony na utworzenie i prowadzenie profilu stanowi dobrą inwestycję w dalszy rozwój firmy. Satysfakcjonująca obustronna komunikacja z klientem sprawia, że pozycja zakładu na konkurencyjnym rynku pracy staje się silniejsza i bardziej stabilna.

OPINIA >>>

AGNIESZKA JEŻEWSKA

Cukiernia Kandulski, Gdańsk

Decyzja o zaangażowaniu się w social media ma charakter długoterminowy, dlatego też rozważyliśmy wszystkie za i przeciw, aż 4 grudnia 2010 r. zapadła decyzja: zakładamy profil na facebook.com. Samo założenie profilu było proste i, co najważniejsze, bezpłatne. Kilka informacji ogólnych o cukierni, adres strony www, godziny otwarcia, lokalizacja, kilka zdjęć przysmaków i profil był gotowy. Ale tak naprawdę cała praca zaczęła się potem. SM to nie platforma e-commerce, to nie kolejny sklep internetowy czy portal. To miejsce spotkań, rozmów, nawiązywania kontaktów. To doskonałe miejsce do tego, by pozyskiwać potencjalnych klientów, ale trzeba to robić umiejętnie. Postawiliśmy na systematyczność wpisów i nawiązywanie kontaktów z naszymi grupowiczami. Z każdym dniem, ku naszej radości, liczba osób lubiących nasz profil rosła. A co najważniejsze, użytkownicy zaczęli wchodzić z nami w interakcję: rozmawiają, zadają pytania, lubią nasze produkty. Co więcej, zdarza się, że klienci przychodzą i mówią: poproszę czekoladową choinkę, której zdjęcie widziałem na facebooku. Sam facebook oferuje różne formy promocji: od prostej geolokalizowanej reklamy na prawej belce po złożone aplikacje, które w szybkim czasie pozwalają pozyskać bardzo dużo grupowiczów. Naszym zdaniem social media to idealne miejsce dla naszej cukierni.

WIĘKSZOŚĆ ODBIORCÓW REKLAM (CZYLI NAS, KONSUMENTÓW) TWIERDZI, ŻE ICH NIE LUBI, NIE OGLĄDA I NIE KUPIJE POD ICH WPŁYWEM, JEDNAK FAKTY WSKAZUJĄ NA CO INNEGO



JUSTYNA WYDRA

Zróbmy mały eksperyment. Proszę wymienić: znaną sobie markę jogurtów wspomagających przemianę materii, nazwę środka przeciwbólowego, który jest łagodny dla żołądka, miękki i elastyczny papier toaletowy o rumiankowym zapachu, który nosi wdzięczne damskie imię na literę „R”.

Nie podam oczywiście skojarzeń, jakie pojawiły się w mojej głowie, by nie stosować kryptoreklamy, ale z prawdopodobieństwem graniczącym z pewnością mogę założyć, że nasze myśli biegną ku tym samym produktom. Dlaczego? Odpowiedzią jest magia dobrze zaadresowanej, skonstruowanej i wyemitowanej reklamy telewizyjnej, radiowej, prasowej i banerowej. Reklamy, która bez udziału świadomości trafia wprost do naszych umysłów i zwiększa pewność producenta jogurtu, leku i papieru toaletowego co do naszych przyszłych wyborów przy sklepowej ladzie.

Dobrze, ale czy to, co stosują duzi producenci o zasięgu ogólnopolskim, zadziała także dla piekarni sprzedającej produkty na rynku lokalnym?

KIEDY REKLAMA jest zbędna?

Na 100 piekarni i cukierni 90 powinno przynajmniej rozważyć opcję zainwestowania w reklamę, a dziesięć może ją spokojnie pominąć w swoich planach finansowych. Kto nie musi myśleć o reklamie?

Jeżeli przedsiębiorstwo ma od lat jednego odbiorcę, obie strony są zadowolone i nie zamierzają niczego zmieniać, reklamowanie się nie ma sensu. Gdy w okolicy jest tylko jeden punkt sprzedaży pieczywa, który ledwie nadąża z obsługą klientów, nie należy szukać kolejnych. Generalnie nie musi się reklamować ten, kto nie szuka nowych klientów. Ten, kogo satysfakcjonują dotychczasowe dochody i kto nie czuje zagrożenia ze strony konkurencji. Właściciele firm, które nie są w tak komfortowej sytuacji, powinni pomyśleć o reklamie.

OD CZEGO zacząć?

Wszelkie działania promocyjne trzeba zacząć od myślenia. Brzmi jak banał, jest banalne, ale nadal wiele firm wydaje się pomijać ten etap prac nad reklamą. Ma on tymczasem kolosalne znaczenie dla powodzenia kampanii reklamowej. Jeśli zostanie potraktowany bez należytej uwagi, koszty poniesione na promocję będzie można spisać na straty, zamiast przepisać do kolumny „inwestycja”.

>>>

Idealną sytuacją dla reklamodawcy jest ta, **gdy klient często będzie spotykał przekaz promocyjny w trakcie trwania kampanii**



Planując działania reklamowe, należy zacząć od odpowiedzi na trzy pytania:

1. Jaki cel mają mieć nasze działania?
2. Do kogo chcemy dotrzeć?
3. Co chcemy reklamować?

Cel – czyli efekt kampanii reklamowej. Ogólnie cele na nasze potrzeby można podzielić na dwa rodzaje – sprzedażowy (zwiększenie liczby klientów piekarni) lub wizerunkowy (klient pozytywnie kojarzy markę piekarni).

Odbiorcy kampanii, czyli tzw. grupa docelowa – należy odpowiedzieć sobie na pytanie, kto jest adresatem przekazu reklamowego. Klient indywidualny czy instytucje (szkoły, wojsko, szpitale etc.). Osoby młode czy raczej starsi. Gospodynie domowe czy też ludzie spieszący się do pracy.

Co będzie reklamowane – nowe produkty, nietypowy zakres usług (np. prowadzenie sprzedaży do późnych godzin wieczornych, dowóz do klienta), wyjątkowa jakość obsługi itd.

Uzbrojeni w tę wiedzę, możemy przystąpić do działania.

GDZIE UMIEŚCIĆ reklamę?

Idealną sytuacją dla reklamodawcy jest ta, gdy klient często będzie spotykał przekaz promocyjny w trakcie trwania kampanii. Otwiera gazetę – tam nasza reklama. Włącza telewizor – spot. Słucha radia w samochodzie – ciepły głos lektora zachwala mu zalety naszego chleba i ciepłą atmosferę punktu sprzedaży.

W świecie realnym tak nie będzie, ponieważ na zmasowane działania promocyjne stać tylko wielkie koncerny, a nawet one ograniczają je czasowo, ponieważ za reklamę trzeba słono płacić.

Generalna zasada jest taka, że produkty o zasięgu ogólnokrajowym reklamowane są w mediach ogólnopolskich (lokalne traktowane mogą być jako dodatek), zaś lokalne

przedsiębiorstwa powinny wybierać lokalne media. Po pierwsze ze względu na koszty (zdecydowanie niższe), po drugie ze względu na odbiorcę reklamy – jeśli piekarnia sprzedaje produkt w obrębie jednego miasta, do celów reklamowych powinno wybierać się gazetę, portal internetowy czy radio dedykowane mieszkańcom tego miasta.

Podczas wyboru medium przydaje się spełnienie trzech warunków, o których pisałam wyżej. Znajomość grupy docelowej ułatwia wybór kanału dotarcia. Chcąc dotrzeć do ludzi młodych, możemy posłużyć się internetem, starsi pewnie częściej sięgną po gazetę lub wezmą ulotkę od sympatycznej młodej osoby stojącej pod piekarnią. Jeśli zamierzamy reklamować usługi, świetnie sprawdzi się spot radiowy, z kolei nowe

AIDA

W skrócie można powiedzieć, że AIDA to uniwersalny model skutecznej reklamy. Tego anglojęzycznego terminu używa się w marketingu na określenie zestawu kolejnych reakcji klienta wobec produktu. Innymi słowy reklama idealna powinna wzbudzać poniższe reakcje:

A jak attention, czyli uwaga – przyciągnięcie uwagi klienta do produktu.

I jak interest, czyli zainteresowanie – zainteresowanie klienta właściwościami produktu.

D jak desire, czyli pożądanie – przekonanie klienta, że produkt jest mu potrzebny i może zaspokoić jego potrzeby.

A jak action (działanie) – właściwe przekonywanie klienta do zakupu tego właśnie produktu.

Obecnie niektórzy dodają jeszcze jedną literę:

S jak satisfaction (satysfakcja) – usatysfakcjonowanie klienta, co spowoduje, że znowu wybierze ten sam produkt i poleci go innym.

produkty dobrze jest opisać i pokazać na zdjęciach – w prasie czy na miejskim portalu informacyjnym. Pozycjonując się jako piekarnia o wysokiej jakości, trzeba zainwestować w większe powierzchnie reklamowe, kolorowe i ładnie zakomponowane grafiki. I tak dalej – wszystko zależy od tych trzech czynników.

Decydując o wyborze medium, należy pamiętać jeszcze o jednej ważnej sprawie – ceny za powierzchnię czy czas reklamowy podawane przez medium są często negocjowalne. Warto też zawsze próbować częściowego choćby rozliczenia w barterze – np. powierzchnia reklamowa w zamian za dostawę pieczywa na piknik organizowany przez gazetę dla mieszkańców naszej miejscowości.

SKLEP Z REKLAMAMI, czyli jest z czego wybierać

Aby wybrać medium, jakie chcemy wykorzystać do działań promocyjnych, powinniśmy wiedzieć, gdzie i w jaki sposób możemy się reklamować. Reklamę działającą lokalnie możemy umieścić w:

- mediach tradycyjnych – gazecie miejskiej, miejskim radiu, lokalnej telewizji. W formie reklamy, artykułu sponsorowanego, spotu radiowego, wywiadu w telewizji (jeśli uda nam się zainteresować naszą działalnością dziennikarza);
- nowych mediach – w grę wchodzi portale internetowe, portale społecznościowe, sieci mobilnej telefonii. I znowu możemy wybierać między reklamą graficzną w portalach, reklamą tekstową w wyszukiwarkach internetowych, stworzeniem społeczności klientów, któ-

rzy nas lubią. Można pisać blog, wysyłać newsletter, SMS-y... Nowe media dają ogromne możliwości;

- przestrzeni miejskiej – reklama zewnętrzna to nie tylko plakaty, billboardy czy ulotki rozdawane przechodzącym. Do naszych potrzeb można wykorzystać publiczne środki transportu (autobusy, tramwaje), taksówki (firmy taksówkarskie często oferują taką możliwość) i oczywiście własną flotę pojazdów;
- ciekawą i niestandardową formą reklamy, która świetnie działa lokalnie, są wszelkiego rodzaju akcje tzw. ambientowe, czyli po prostu „reklama, która wychodzi do ludzi” – degustacje, hostessy przebrane za pieczywo przechadzające się po mieście i wszystkie inne nietypowe pomysły, które wpadną nam do głowy.

AGENCJA REKLAMOWA – warto, czy nie warto?

Czy skuteczną kampanię promocyjną można przeprowadzić bez zewnętrznej pomocy? Oczywiście, że można, pod warunkiem, że ma się zaprzyjaźnionego dobrego copywritera (człowieka od haseł i tekstów reklamowych), grafika oraz dużo wolnego czasu. Wybór mediów i negocjacje cen, przygotowanie pomysłów i kreacji reklamowej, nadzór nad produkcją materiałów – mocno angażują czasowo. Dobra agencja reklamowa zrobi za nas większość tej pracy, nie pozbawiając równocześnie wpływu na kształt kampanii. Ważne, by dobrze wybrać taką agencję, ale to już zagadnienie na osobny tekst. W następnych wydaniach będziecie mogli Państwo przeczytać także o gotowych oryginalnych realizacjach reklam.

» REKLAMA

nowa linia dla lodziarni i cukierni
sprawdź na: www.lenari.com.pl



ES System K Sp. z o.o.

ul. Wrzosowa 10, 32-340 Wolbrom, tel. 32 644 04 00, www.essystemk.pl

Letnie PREMIERY NOWYCH SOSÓW, czyli słodki blask od Martin Braun

MARTIN BRAUN, LIDER W BRANŻY CUKIERNICZEJ I PIEKARNICZEJ, ZNOWU ZASKAKUJE. Z MYŚLĄ O NADCHODZĄCYM LECIE POSZERZA OFERTĘ PRODUKTÓW SKIEROWANYCH DO NAJMŁODSZYCH. PRZEBOJEM SEZONU SĄ NOWATORSKIE SOSY DO LODÓW I DESERÓW

Sosy to bardzo popularne wśród dzieci dodatki do lodów, deserów, naleśników, a także uwielbianych przez najmłodszych – gofrów. Nowe sosy Cresco Italia (wyłącznie w ofercie Martin Braun) to jedyne tego typu smaki na polskim rynku.

OWOCOWO i błyszcząco

Zarówno atrakcyjny sos różowy błyszczący, jak i o smaku gumy do żucia to zaawansowane technologicznie produkty. Stworzone z myślą o dzieciach nie zawierają sztucznych barwników. Idealnym uzupełnieniem są dostępne w ofercie Martin Braun lody o smaku gumy do żucia (pasta do produkcji lodów NUBE w zestawie z piankami). Koncern posiada jeszcze całą paletę innych smaków sosów. Od innowacyjnych o smakach: tiramisu, ajerkoniak, toffi, po znane i cenione od lat: o smaku czekoladowym oraz truskawkowe, malinowe i o smaku owoców leśnych. Sosy owocowe zawierają aż 17-26 proc. owoców i nie zawierają sztucznych barwników.

– Sukces sprzedaży lodów 3Dino* przyczynił się do zmiany terminu premiery nowych smaków sosów do lodów i deserów na wcześniejszy. Myślę, że Dzień Dziecka jest idealną okazją, aby zaprezentować sosy wyprodukowane z myślą o najmłodszych. Liczba zamówień jeszcze przed premierą świadczy o tym, że nasi klienci podzielają tę opinię. Wierzę, że dzięki sosom: błyszczącemu oraz o smaku gumy do żucia przyczynimy się realizacji najśrodszych marzeń dzieci, jak miało to miejsce w przypadku 3Dino – informuje Marcin Komorowski, Członek Zarządu Martin Braun Sp. z o.o.

ERGONOMICZNE butelki

Od maja br. wszystkie sosy Cresco Italia dostępne są w sprzedaży w nowych butelkach. Zmieniła się zarówno szata



graficzna, jak i kształt butelek. Zgodnie ze światowymi trendami nowe butelki mają ergonomiczny kształt, ułatwiający trzymanie w ręku. Są wykonane z miękkiego tworzywa, dzięki czemu nie wymagają od konsumenta wysiłku przy wyciskaniu sosu.



Nowa kolorowa szata graficzna sprawia, że produkt atrakcyjnie prezentuje się np. na ladzie z lodami. Butelka ma z dwóch stron zdjęcia ilustrujące smak sosu, dzięki czemu jest on widoczny zarówno dla sprzedawcy, jak i klienta.

Butelki wyposażono w nowe nakrętki. Oprócz praktycznej funkcji niekapki mają klapkę, która zabezpiecza przez kurzem i owadami. Nakrętka ma płaski wierzch, więc może być stawiana również na nakrętkę.

VARIEGATO z musującymi kuleczkami

Kolejną letnią propozycją skierowaną do najmłodszych jest VareGó Choco Frizzy. To uwielbiane przez dzieci variegato orzechowo-czekoladowe do produkcji lodów. Wyróżnia się spośród innych dostępnych na rynku zawartością musujących kuleczek rozpuszczających się w ustach. VareGó Choco Frizzy wyprodukowano z najwyższej jakości kakao oraz specjalnie wyselekcjonowanych orzechów laskowych. Produkt został nagrodzony podczas targów Expo Sweet 2009.

– VareGó Choco Frizzy szybko zdobył popularność wśród naszych klientów. Dzięki słodkiemu smakowi i musującym kuleczkom produkt zapewnia wspaniałą zabawę i uśmiech na ustach dzieci. Idąc z duchem czasu, odświeżyliśmy logo i nazwę, zachowując przy tym sprawdzoną recepturę i oferując nadal produkt najwyższej jakości – dodaje Marcin Komorowski.

Aby nadać kolorowy wygląd deserom i lodom Martin Braun poleca również jedyne na rynku polskim kuleczki Gocce z linii Cresco Italia. To kolorowe, żelowe kuleczki odporne na zamrażanie i pieczenie. Dostępne w smakach: truskawkowym, jabłkowym, cytrynowym.

Więcej o kolorowych sosach Martin Braun na stronie internetowej: www.martinbraun.pl

NOWY DYREKTOR SPRZEDAŻY W MARTIN BRAUN

Robert Sokół objął stanowisko Dyrektora Sprzedaży i Marketingu w Martin Braun. Odpowiedzialny będzie za rozwój nowych kanałów sprzedaży, realizację strategii rozwoju w Polsce oraz zarządzanie siłami sprzedaży.

Robert Sokół ma kilkunastoletnie doświadczenie w sprzedaży w branży spożywczej na rynkach polskim i europejskim. Przez 11 lat zajmował stanowiska menedżerskie w działach sprzedaży firm z branży cukrowej: British Sugar Overseas, Pfeiffer & Langen i Krajowej Spółki Cukrowej. Współpracował także z Nestle, Danone, Kraft, Pepsico, Dr Oetker, Maspeks i Agrosnova. Ostatnio zajmował stanowisko Dyrektora Sprzedaży B2B w Kamis.

– Bardzo się cieszę z możliwości pracy w firmie Martin Braun, której wysokiej jakości produkty są cenione przez klientów. Wiem, że postawiono przede mną duże wyzwanie. Jestem przekonany, że dobrze wykorzystam swoją wiedzę i doświadczenie zdobyte na wielu rynkach, aby wspólnie z doświadczonym zespołem sprzedaży przyczynić się do zdobycia przez Martin Braun jeszcze wyższej pozycji na rynku surowców piekarniczych i cukierniczych w Polsce – informuje nowy Dyrektor Sprzedaży Martin Braun.

Robert Sokół z wykształcenia jest prawnikiem o specjalności prawo gospodarcze oraz absolwentem studiów MBA. Ma 40 lat. Wolny czas spędza z rodziną i przyjaciółmi.

***Lody 3Dino** – pasta do produkcji lodów oraz variegato VareGó – oprócz oryginalnego smaku – połączenie trzech smaków: migdałów, orzechów laskowych oraz białej czekolady – mają przykuwającą uwagę wygląd, dzięki polewie variegato z karmelizowanymi migdałami do złudzenia imitujący skórę dinozaura. Dostępne z pakietem gadżetów w technice 3D są absolutnym przebojem lodowym roku i hitem lata wśród dzieci.

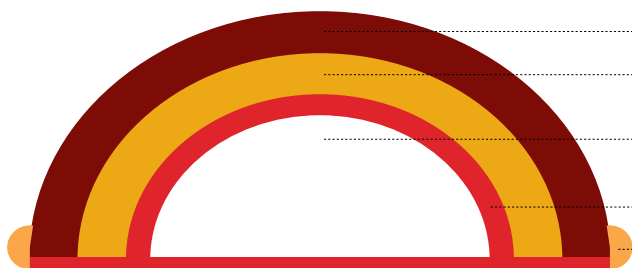
Zuccotto Primavera

Filippo Zanpieron



SKŁADNIKI

- lody czekoladowe
- lody kremowe
- śmietankowe semifreddo
(bita śmietana 700 g, beza włoska 300 g)
- biskopt czekoladowy
- makaroniki (macarones, macaron de Paris)





SPOSÓB PRZYGOTOWANIA

Osobno wymieszać lody czekoladowe oraz kremowe i umieścić je za pomocą szpachelki w odpowiedniej formie Silikomart, tworząc dwie oddzielne warstwy.

Przykryć warstwy lodów okrągłym czekoladowym ciastkiem biszkoptowym, tak aby do nich przylegało.

Ubić śmietanę z bezą włoską w robocie planetarnym w celu przygotowania semifreddo.

Wykończyć semifreddo, dodając kawałki kandyzowanych owoców i płatki gorzkiej czekolady. Dobrze wymieszać.

Umieścić śmietankowe semifreddo w formie na wcześniej ułożonych warstwach i wyrównać. >>>





>>>

Całość zamknąć okrągłym czekoladowym ciastkiem biszkoptowym i umieścić w chłodziarce szokowej.

Wyjąć zuccotto z formy i udekorować za pomocą rękawa cukierniczego, wykonując pionowe paski z bitej śmietany.

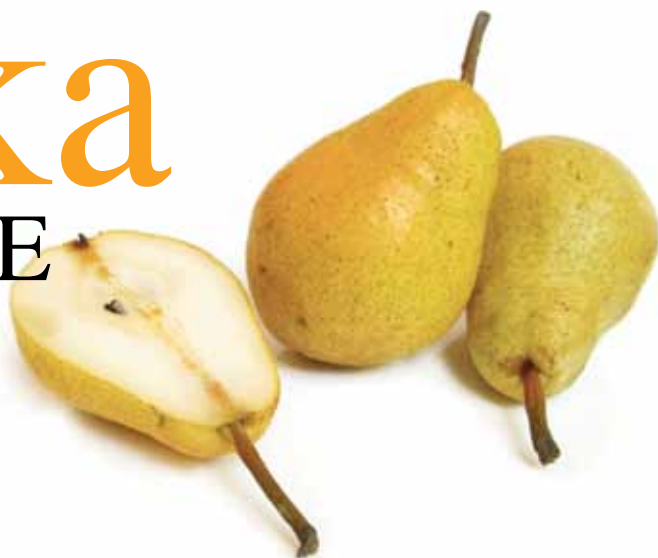
Na szczycie uformować bezy z bitej śmietany.

Dokończyć dekorowanie, układając na środku owoce leśne wedle uznania bądź inne suszone owoce i orzechy.

Na końcu do dolnej krawędzi zuccotto przykleić makaroniki (macarones).



Gruszka W CZEKOLADZIE



Sorbet gruszkowy

SKŁADNIKI

gruszki	600 g
baza do sorbetu 50'	35 g
woda	155 g
cukier	170 g
syrop glukozowy	20 g
sok z cytryn	20 g

Razem: 1000 g

SPOSÓB PRZYGOTOWANIA

Zagotować syrop 65°C (z wody, cukru, dekstrozy oraz bazy do sorbetu 50'), a następnie zmiksować go z resztą składników. Tak przygotowaną mieszankę wlać do frezera.

Deser: gruszka w czekoladzie

SKŁADNIKI

gruszka	200 g
sorbet gruszkowy 3 gałki	120 g
bita śmietanka	40 g
czekolada	70 g
sos czekoladowy	10 g
mięta do dekoracji	

Razem: 440 g

SPOSÓB PRZYGOTOWANIA DESERU

Nakładać warstwami owoce, zaczynając od dna pucharu. Zalać czekoladą i ułożyć na niej dekoracyjnie bitą śmietankę, dodać sos czekoladowy, następnie nałożyć lody. Udekorować owocami, tak aby deser wydawał się jeszcze bardziej okazały. Dodać listki mięty.


Polecam stosowanie maszyn automatycznych Carpi-giani, gdyż źle napowietrzona śmietanka nie ma odpowiedniej stabilności.



PIOTR BĄK

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

Niestrudzone POSZUKIWANIE prostoty



UWAŻA, ŻE NIC NIE JEST
NIEODZOWNE. WAŻNE JEST TO,
ŻEBY ZROZUMIEĆ, JAKĄ METODĘ
PRZYJĄĆ PRZY DOBORZE
SKŁADNIKÓW, TAK ABY
PODKREŚLIĆ ICH SMAK, ZAPACH
I STRUKTURĘ. O ELEGANCJI
I TAJEMNICACH SKŁADNIKÓW
W CUKIERNICTWIE Z GIANLUCA
FUSTO ROZMAWIALI BARTOSZ
BUDZYŃSKI I GRAZIANA MELILLO

W

chwili wywiadu jesteśmy w biurze Gianluki w Gianluca Fusto Consulting – to miejsce dla prawdziwego zawodowca. To tutaj rodzą się pomysły i przyszłe projekty.

Na Twojej stronie jest napisane „Cukiernictwo autorskie – nowa ścieżka rozpoczęta w 2008 roku”. Co robiłeś przedtem?

W 2008 r. zacząłem nowy okres w życiu i w cukiernictwie. Do 2008 r. pracowałem dla dużej firmy – Valrhony. Tworzyłem część Ecole du Grand Chocolat i byłem odpowiedzialny za działania firmy we Włoszech oraz w krajach basenu Morza Śródziemnego i Bliskiego Wschodu.

W tym samym roku postanowiłem zacząć nową działalność, bardziej jako solista – otworzyłem własną firmę konsultingową dla cukierników – Gianluca Fusto Consulting. Ten wybór zmienił moje życie i osobiste, i zawodowe. Postanowiłem, że nie będę już częścią grupy cukierników, z którymi mogłem się porównywać.

Czym jest cukiernictwo autorskie? Jak byś je zdefiniował?

To cukiernictwo, które rodzi się od wewnątrz. W moim przypadku jest to cukiernictwo, w którym szacunek do zawodu i poszukiwanie składników, a zwłaszcza poszukiwanie kształtu powiązanego z degustacją, są fascynacją. To,

co tworzę, ma w sobie osobiste przesłanie piękna. Dla mnie kształt, cała architektura połączona z prostotą wyrobu cukierniczego są naprawdę ważne.

Według mnie dzisiaj wiele ludzi przyozdabia słodkości w nieskończoność, zaślaniając ich prawdziwe piękno. Ja natomiast próbuję odejmować i dotrzeć do tego, co dla mnie jest esencją.

Piszesz, że „Nowa kolekcja słodczy pojawia się co sześć miesięcy”. Widać wyraźnie, że inspirujesz się modą, a raczej wielką modą. Jak powstają Twoje nowe kolekcje?

Rodzą się z wewnętrznego pragnienia odkrycia nowych połączeń i składników. Nowa kolekcja musi mieć logiczny motyw przewodni, który z kolei musi być powiązany z jakimś tematem, ponieważ dla mnie ważna jest koncepcja. W tym roku tematem jest wabi-sabi, czyli niestrudzone poszukiwanie prostoty i odrzucenie wszelkiej ostentacyjności.

Tworzenie rozpoczyna się od degustacji składników i od zrozumienia, jakich technik mogę użyć, żeby jak najbardziej wyeksponować składniki. To znaczy – nie decyduję, że chcę zrobić mus, krem czy ciastko, ale degustuję składnik i staram się zrozumieć, jak najlepiej uwolnić swoje aromaty w danym wyrobie.

Jakie cechy mają Twoje kreacje?

Bardzo ważny jest dobór barw i kształt, geometria wyrobów. Mają być proste, ale nie kosztem smaku. Dekoracja, struktura muszą wywoływać niezaspokojoną chęć do zapienia łyżeczki w danej słodkości.

WABI-SABI



To bardzo szerokie pojęcie określa japońską estetykę, sztukę, filozofię, które za podstawę mają prostotę i naturę. Jest to sztuka znalezienia piękna i głębi w niedoskonałości natury. Czerpie z cyklu pór roku i cyklu życia i śmierci. Akceptuje i szanuje przemijanie. Ceni przede wszystkim autentyczność natury, prostotę, skromność

i powolny czas przemian, jakie w niej zachodzą. Wabi-sabi to przede wszystkim minimalizm, harmonia, spokój i równowaga. Według tej estetyki m.in. buduje się w Japonii domy, projektuje ogrody. Przejawem wabi-sabi są też haiku czy japońska ceremonia parzenia herbaty. Wabi-sabi to najbardziej widoczna cecha japońskiego piękna.

Obraz autorstwa Tawaraya Sōtatsu „Wind God and Thunder God”

>>>



Skromność, elegancja i geometryczne kształty są wyznacznikami stylu Gianlucci Fusto

A co z dodatkami?

Uważam, że nic nie jest nieodzowne. Ważne jest to, żeby zrozumieć, jaką metodę przyjąć przy doborze składników, tak aby podkreślić ich smak, zapach i strukturę. W pewnych sytuacjach, dzięki popularnym dodatkom, których używa się w przemyśle od dawna, można stworzyć zupełnie nowatorskie faktury i konsystencje, nie zmieniając jednocześnie ostatecznego smaku. Dla przykładu, gdy muszę poddać owoce żelifikacji, to używam dodatków pozwalających mi wykonać tę czynność na zimno. Dzięki temu nie muszę owoców gotować, co naraziłoby je na utratę smaku i wartości odżywczych. Jednak cały czas trzymam się zasady, że żaden dodatek nie jest niezbędny. Chodzi o to, żeby wybrać najodpowiedniejsze do danego sposobu przygotowania. Jeśli dany składnik nie wymaga użycia dodatku, nie używam go: podstawa to szacunek dla materii pierwszej.

Jaki będzie motyw przewodni Twojej następnej kolekcji?

W dalszym ciągu wabi. Myślę, że tak samo jak w tej, w następnych kolekcjach motywem przewodnim i inspiracją będzie geometria. Geometria jest czymś bardzo istotnym w naturze, cały czas powstają nowe kształty, które łamią perfekcyjne mechanizmy tworzenia.

Gdzie możemy spróbować Twoich dzieł?

Dziś niestety tylko na kursach Gianlucci Fusto, w oczekiwaniu że w przyszłości powstanie cukiernia o tej samej nazwie.

Rady dla tych, którzy chcieliby Cię naśladować?

Cóż, mogliby wziąć ode mnie pomysły. Uważam jednak, że należy próbować zrozumieć własny świat i starać się pokazać własną osobowość, uczyć się dużo, żeby poznać składniki i technologię.

Gdzie się uczyć?

W pierwszym rzędzie z książek o cukiernictwie, towaroznawstwie, o żywieniu, później zdobywać wiedzę z takich dziedzin jak technologia, chemia i fizyka. Najważniejsze, by być na bieżąco.

GIANLUCA FUSTO

Urodził się w 1975 r. Zaczynał u boku takich mistrzów jak Aimò Moroni, który nauczył go magii składników, Enrico Parassina, Yan Duytsche i Frédéric Bau ze szkoły Ecole du Grand Chocolat Valrhona z miasta Tain l'Hermitage, w której przez długi czas pracował jako jedyny nauczyciel obcokrajowiec.

Wspólna praca z chemikami, fizykami i inżynierami żywności pozwoliła Gianluce zrozumieć lepiej świat jedzenia – nie tylko składniki, ale też powiązania z organizmem ludzkim i naturą smaków. W rozwoju zawodowym pomaga mu pokaźny zbiór 400 książek, a także podróże – od Bliskiego Wschodu po Chiny – które, jego zdaniem, poszerzają horyzonty i podsuwają nowe pomysły.



Różnorodność smaków nie musi oznaczać przepychu



Kolory natury nawiązują do filozofii wabi-sabi

New Tiramisù (waga całkowita 7416 g)

CIASTKO SAVOJARDO

Składniki:

żółtka	400 g
białka	600 g
cukier	300 g
mąka	350 g
mąka ziemniaczana	200 g
mielona kawa	8 g

Sposób przygotowania:

Ubić żółtka z 100 g cukru i zmieloną kawą. Ubić białka z resztą cukru. Przesiać mąkę ziemniaczaną razem z mąką. Połączyć żółtka z bezą i wykończyć, dodając obie mąki. Rozprowadzić na macie silpat za pomocą przyrządu raplette na wysokość około 8 mm. Piec w piecu w temperaturze 180°, po podwójnym posypaniu cukrem pudrem. Ostudzić.

Okolo 900 g na blachę piekarniczą 40x60 przed pieczeniem.

NEKTAR NA BAZIE KAWY I ZIEŁONEGO KARDAMONU

Składniki:

espresso	400 g
cukier	220 g
glukoza	100 g
cukier	20 g
pektyna E4440	14 g
żelatyna	4 g
skórka z cytryny	
zielony kardamon	4 g

Sposób przygotowania:

Połączyć pektynę z cukrem. Rozmieszać żelatynę w zimnej wodzie. Zagotować espresso z glukozą i cukrem, dodać do tego pektynę i gotować przez 1 min. Następnie dodać żelatynę, skórkę z cytryny i zielony kardamon. Ostudzić i przelać do półkolistej formy. Zamrozić.

KREM ANGIELSKI NA MLEKU I ŚMIETANIE

Składniki:

śmietana M.G. UHT	385 g
żółtka	154 g
cukier	77 g
mleko pełne UHT	385 g

Sposób przygotowania:

Zagotować śmietanę z mlekiem. Przelać całość do żółtek wcześniej zmieszanych (bez ubijania) z cukrem. Gotować całość aż do stężenia w temp. 82-84°C. Zmiksować w celu rafinacji struktury i użyć natychmiast. Jeśli jest taka potrzeba, odstawić do lodówki lub zamrażarki.

KREM TANARIVA Z KAWĄ

Składniki:

krem angielski na mleku i śmietanie	1000 g
mielona kawa	9 g
Tanariva	
(czokolada firmy Valrhona)	600 g
kawa granulowana	100 g

Sposób przygotowania:

Przygotować tradycyjny krem angielski, pamiętając, by dodać także ziarenka kawy podgrzane wcześniej w piecu.

KREM DO TIRAMISÙ

Składniki:

żółtka	160 g
cukier	80 g
serek mascarpone	1000 g
białka	350 g
cukier	130 g
śmietana	300 g
żelatyna	7 g
skórka z cytryny	
pół laski wanilii	
likier waniliowy	60 g

Sposób przygotowania:

Ubić żółtka z cukrem i z ziarnami wanilii. Z białek i cukru przygotować bezę szwajcarską i podgrzać ją w 55°C. Do śmietany dodać skórkę z cytryny i ubić ją. Rozmieszać żelatynę i rozpuścić ją w likierze waniliowym. Rozrzedzić delikatnie serek mascarpone żółtkiem i dołączyć do niego delikatnie bezę, a do wykończenia bitą śmietaną.

MIESZANKA IVOIRE FIRMY VALRHONA DO PISTOLETU

Składniki:

polewa Ivoire 35 proc. (firmy Valrhona)	700 g
masło kakaowe	300 g

Sposób przygotowania:

Roztopić razem wszystkie składniki i dobrze zmiksować. Na wszelki wypadek można przepuścić mieszaninę przez sito. Do spryskiwania używać mieszaniny podgrzanej do temp. 40-45°C.

New Tiramisù

WARSTWY DESERU (od najniższej)

ciastko savoiaro
nektar na bazie kawy i kardamonu zielonego
krem tanariva i kawa
krem do tiramisù
mieszanka Ivoire do pistoletu

MONTAŻ DESERU:

Przygotować owalne foremki typu ostrołuk o wymiarach: 12,5x17,5 cm i 16,5x22,5. Wyciąć trzy okręgi z ciastka savoiaro za pomocą mniejszej ramki. Pierwszy z nich nawilżyć kawą, przelać 120 g kremu na bazie kawy i 15 chrupiących pereł firmy Valrhona. Przykryć drugim ciastkiem, zmoczyć je delikatnie espresso i przelać kolejną warstwę kremu – około 80 g, położyć kolejne ciastko i wykończyć, przelewając 70 g nektaru na bazie kawy. Odwrócić.

Umieścić w większej foremce ostrołukowej folię, przelać 450 g musu z mascarpone, umieścić na środku wkład i za pomocą dekoratora do ciast przelać mus na boki. Schłodzić.

Wykończenie – wyjąć ciasto z formy i spryskać je delikatnie masą do spryskiwania w 48°C.

Udekorować ciasto, tworząc wzdłuż ciasta paski z polewy Ivoire i nektaru na bazie kawy.



Macaron

CIASTKO IDEALNE



FOT. © NIMBUS - FOTOLIA.COM

CIASTKO Z WIERZCHU CHRUPIĄCE, W ŚRODKU MIĘKKIE I DELIKATNE TAK, ŻE ROZPŁYWA SIĘ W USTACH, IDEALNE W KSZTAŁCIE I SMAKU, CIESZĄCE OKO KLIENTA KOLOREM. TE CECHY GWARANTUJĄ SUKCES. JUŻ NA POCZĄTKU XX W. WIEDZIAŁ O TYM PIERRE DESFONTAINES I STWORZYŁ MACARONS. SKĄD SIĘ WZIĘŁY, JAK PIEKĄ JE NAJLEPSI, CZY DODATEK PIEPRZU NIE JEST ZBYTNIĄ EKSTRAWAGANCJĄ?

MAŁGORZATA MILIAN-LEWICKA

Czym wyróżniają się te francuskie ciasteczka? To dwa ciastka o kształcie półkuli połączone płaskimi powierzchniami za pomocą kremów lub dżemów. Wierzch jest wypukły i chrupiący, środek wilgotny i miękki. Co sprawia, że są tak wyjątkowe, że przebojem zdobywają świat i wyprzedzają nawet amerykańskie muffinki? Przede wszystkim smak osiągnięty dzięki prostemu składowi: białkom jaj kurzych, cukrowi pudrowi i mielonym migdałom. To podstawowe produkty potrzebne do upieczenia macarons, dzięki którym są mniej kaloryczne od amerykańskich kuzynek. Niektórzy dodają również cukier kryształ, śmietanę, jajko lub masło, ale wersje poszerzone bardzo odbiegają od klasycznych makaroników francuskich. Pod drugie wygląd – nie ma bardziej fotogenicznych

ciastek. Dzięki stosowaniu barwników spożywczych (najlepiej naturalnych) przybierają one bajeczne barwy, a gładka powierzchnia ciastka idealnie kontrastuje z postrzępionymi brzegami, przyciągając wzrok. Ostatnie, ale nie najmniej istotne – moda na macarons, która przyszła także do nas.

FRANCUSKO-WŁOSKIE zawirowania

Skąd nazwa macarons? Słowo to pochodzi z języka włoskiego (od „ammaccare”) i oznacza utłuczony, co wiąże się z pastą migdałową wykorzystywaną jako główny składnik w

Ciastka macarons są tak popularne we Francji, że doczekały się nawet muzeum im poświęconego w Mantmorillon

Pomimo walorów smakowych macarons nie są zbyt popularne w Polsce, a warto wzbogacić o nie ofertę.

Są kolorowe, smaczne, przyciągną niejednego smakosza, są także dietetyczne – wypiekane wg podstawowego przepisu nie zawierają cholesterolu

tej ikonie francuskiej sztuki cukierniczej. No właśnie – Francja, Włochy? Skąd tak naprawdę pochodzą makaroniki? Bój toczą o pierwszeństwo oba kraje, wysuwając coraz to nowsze argumenty. Najpewniej to Katarzyna Medycejska, księżna z rodu włoskich Medyceuszy, poślubiając w 1533 r. Henryka II, króla Francji, przywiozła ze sobą cukierników i recepturę migdałowych ciastek. Warto dodać, że macarons pieczono na terenach, na których migdałowce rosły już od XIII w.

CIASTKO dnia

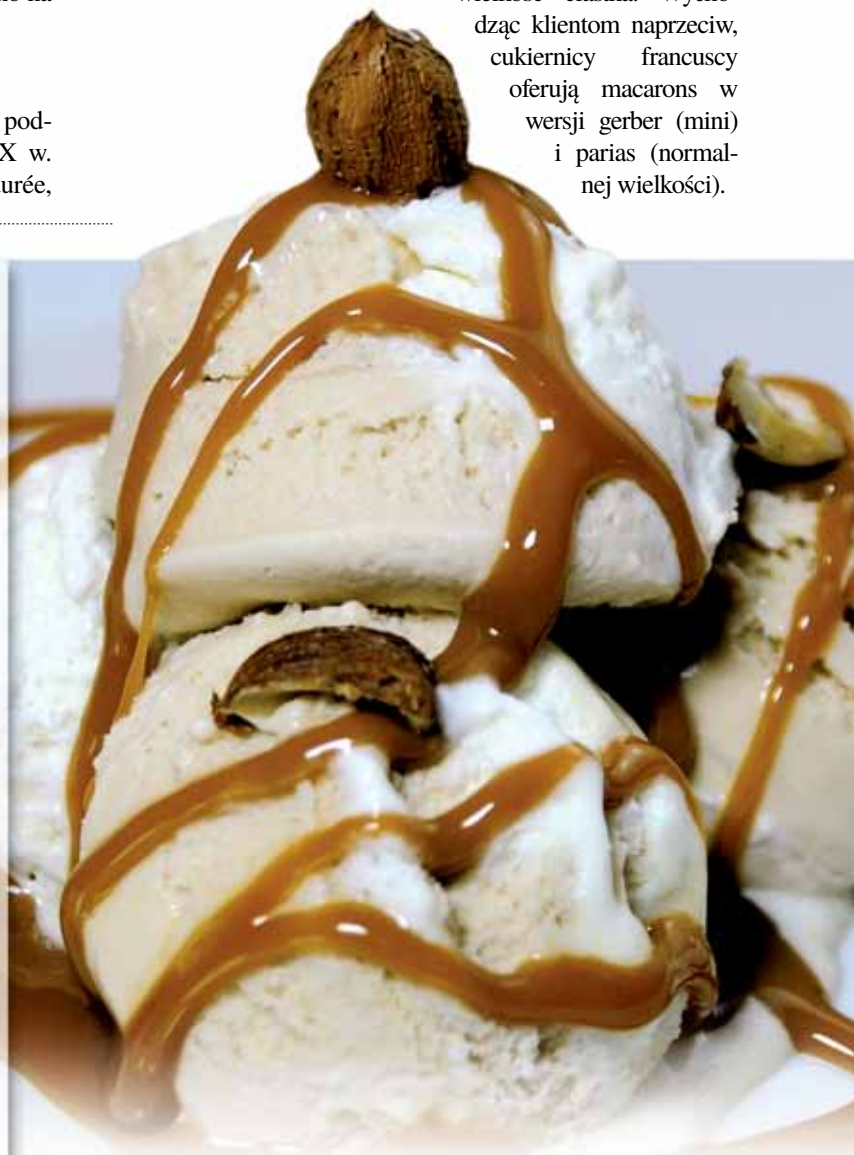
Historia historią, ale macarons, które dziś podbijają podniebienia klientów, znane są dopiero od początku XX w. Wtedy to w Paryżu otworzył cukiernię Ernest Ladurée,

» REKLAMA

a jego krewny Pierre Desfontaines wpadł na pomysł, aby popularne ciastka migdałowe sklejać ze sobą za pomocą nadzienia. Zaczęło się niewinnie. Ciastka szybko opanowały Francję i teraz 20 marca każdego roku świętuje się tam Jour du Macaron – Dzień Makaronika, w który w każdej z siedmiu cukierni Pierre'a Hermé w Paryżu można otrzymać trzy dowolnie wybrane makaroniki.

SZAMPAN i kasztan?

Jak upiec ciastko idealne? Najlepsi francuscy cukiernicy mówią – bez pośpiechu. Ciastko jest proste w wykonaniu, ale niewątpliwie więcej uwagi trzeba mu poświęcić już po pieczeniu (w niskiej temperaturze, w formach lub na blasze). Wtedy, po przełożeniu odpowiednim kremem lub dżemem, należy ciastko pozostawić na dwa dni, aby nabrało smaku i chrupkości zewnątrz. Smaków bowiem może być bez liku – począwszy od klasycznych (czekolada gorzka i mleczna, wanilia, kawa, pistacja, malina, lukrecja), przez sezonowe (cytryna, pralina, lodowa mięta, kasztan), skończywszy na najbardziej wymyślnych (pieprz, szampan, mak i truskawka, róża i anyż, konwalia) i wiele, wiele innych. Od klienta zależy nie tylko smak, który wybierze, ale także wielkość ciastka. Wycho-
dząc klientom naprzeciw, cukiernicy francuscy oferują macarons w wersji gerber (mini) i parias (normalnej wielkości).



*Kajmakowy
smak tradycji*

Polecamy:
kajmaki do ciast i ciasteczek
kajmakowe variegato do lodów
polewy kajmakowe



Polder
Spółka z o.o.

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

NOWOŚĆ! ORYGINALNE DULCE DE LECHE

San Francisco MEKKA CHLEBA

NEAPOL MA SWOJĄ PIZZĘ, WALENCJA PAELLĘ, A SAN FRANCISCO SWÓJ
SOURDOUGH BREAD, CZYLI CHLEB NA ZAKWASIE



AGNIESZKA HERMANN

Zakwas, którego używa się do produkcji sourdough bread, to nie byle jaki zakwas – to słynny wśród piekarzy San Francisco sourdough starter, pełen cudotwórczych bakterii, występujących szczególnie obficie w rejonie Zatoki San Francisco. Doczekały się one nawet swojego miejsca w mikrobiologii – noszą miano *Lactobacillus sanfranciscensis*. Chciałam początkowo napisać – bo żyłam w takim przekonaniu – że te szczególne pałeczki kwasu mlekowego występują jedynie w tym rejonie Zachodniego Wybrzeża, okazuje się jednak, że to nieprawda. *Lactobacillus sanfranciscensis* pojawia się w większości hodowanych na świecie zakwasów. Unikalny dla tego obszaru geograficznego i tym samym dla zakwasów tu hodowanych jest raczej ich skład procentowy, stosunek ilości drożdży do bakterii i dominacja tej bakterii nad innymi szczepami. Te charakterystyczne cechy sourdough są odpowiedzialne za wyjątkowy smak chleba z San Francisco. Nie bez znaczenia są też jak sądzę tradycje wypieku tego typu pieczywa.

WRACAM do Boudin

W poszukiwaniu najlepszego sourdough bread udajemy się do mającej długą historię piekarni Boudin na Fisherman's Wharf. Podobno zakwas datuje się na czasy gorączki złota, gdy w 1849 r. pierwszy właściciel Burgundczyk Isidore Boudin wykorzystał do upieczenia chleba. Dzisiaj to wielka firma i chlebowa instytucja w San Francisco.

Po drodze na miejsce podziwiamy lwy morskie na Pier 39, które wylegają się na specjalnych platformach, robią zadziwiająco dużo hałasu i wdzięcznie pozują dla turystów. W tle widać wyspę Alcatraz z jednym ze słynniejszych w świecie więzień. Można ją oczywiście zwiedzać, co sobie darujemy. Zwiedzanie więzienia, choćby rezydowali tam hollywoodzkimi filmami rozślawieni kryminaliści, jakoś nie mieści się w naszym turystycznym kanonie. Gdyby to było jakieś miejsce martyrologii, to jeszcze bym rozumiała całe zamieszanie, ale płynąć na miejsce, gdzie siedziały zwykłe bandziory? Nawet Al Capone mnie nie wzrusza. To jest aspekt amerykańskiej kultury, a może raczej popkultury, bo inspirowany głównie chyba adaptacjami filmowymi, którego jakoś nie potrafię zrozumieć. Można nawet kupić książki na temat Alcatraz z autografami byłych więźniów.

Moje chłopaki natomiast ekscytują się łodzią podwodną USS Pampanito zacumowaną w Fisherman's Wharf. To mam zawsze jak w banku – gdzie tylko stoi jakiś okręt wojenny, łódź podwodna, a już nie daj Boże lotniskowiec, oni znikają na jego pokładzie na długie godziny.



FOT. A. HERMANN

Wypieki z użyciem sourdough starter mają jedyny w swoim rodzaju smak

Lactobacillus sanfranciscensis pojawia się w większości hodowanych na świecie zakwasów. Unikalny dla tego obszaru geograficznego i tym samym dla zakwasów tu hodowanych jest raczej ich skład procentowy, stosunek ilości drożdży do bakterii i dominacja tej bakterii nad innymi szczepami

>>>



Ja tymczasem jednak mam się czym zająć. Wracam do Boudin. Chodzą słuchy, że to z ich pieców po raz pierwszy wyszedł, jak to sami określają, „original San Francisco sourdough french bread”. Dziś oprócz piekarni z dużym sklepem i możliwością obserwowania piekarzy przy pracy są tam muzeum chleba, spory sklep z lokalnymi smakołykami z północnej Kalifornii oraz kawiarnia i restauracja.

SOURDOUGH STARTER domowej roboty

Można zacząć dzień od french toasts albo jajecznicy z kilkoma okazałymi kawałkami chleba, lub wrócić na lunch na kultowy clam chowder podawany w chlebowej misce (to chyba sztandarowa potrawa okolic Fisherman's Wharf, sprzedają ją tu na każdym rogu). Chyba nie muszę dodawać, że chleb w każdej z tych potraw to San Francisco sourdough bread.

Ku mojemu wielkiemu rozczarowaniu sprzedawczyni w Boudin Bakery informuje mnie jednak, że już od kilku lat nie mają w sprzedaży sourdough starter, który zamierzałam zakupić, zabrać do Portugalii i w mojej kuchni nad Atlantykiem upiec choć jeden w miarę autentyczny bochenek chleba z kulturami bakterii i drożdży z Zachodniego Wybrzeża. Boję się, że z upływem czasu i tak moje bakterie znad Atlantyku pokonałyby te znad Pacyfiku i opanowały moją hodowlę, ale przynajmniej chciałam spróbować.

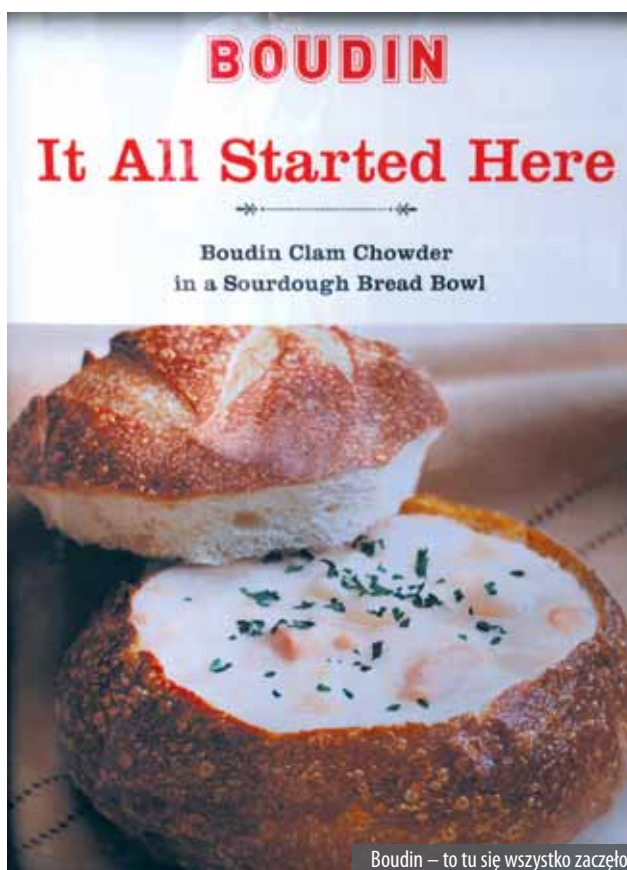
W sukurs przychodzi oczywiście niezawodna Dorota, która przynosi mi w prezencie na nasze kolejne spotkanie wysuszony i sproszkowany autentyczny San Franciscan sourdough starter. Będą więc jednak nad Atlantykiem eksperymenty z *Lactobacillus sanfranciscensis* przywiezionym prosto z jego ojczyzny (w San Francisco bowiem bakterię zidentyfikowano i nazwano).

W SAN FRANCISCO piekarni bez liku

Dobrych piekarni jest w San Francisco i okolicach zatrzęsienie. My docieramy jeszcze do bardzo znanej ACME Bakery (właściciele rozpoczynali karierę w Chez Panisse, chyba większość liczących się w Bay Area w kulinariach postaci pracowała kiedyś dla tej restauracji lub w niej; wychodzi na to, że Alice Waters to rzeczywiście matka kalifornijskiej kuchni). Ta piekarnia zapoczątkowała w regionie modę na tzw. artisanal breads – pieczywo rzemieślnicze. Wybór jest ogromny, aż żałuję, że jesteśmy tu tak krótko i spróbowanie tego wszystkiego jest po prostu fizycznie niemożliwe, nawet w rozłożeniu na trzech degustatorów.



Niektóre maszyny są „długowieczne”



Boudin – to tu się wszystko zaczęło

WP PIEKARNI CUKIERNI

WWW.WPIEKARNI.PL
WWW.WCUKIERNI.PL

PRENUMERATA

Krótko i na temat, czyli najświeższe informacje branżowe z kraju i ze świata

Teksty instruktażowe

Receptury, trendy i nowości

Opinie ekspertów

Dyskusje

Artykuły przystępne dla uczniów

Ciekawa forma i język

INFORMACJE PODANE ZE SMAKIEM

BĄDŹ NA BIEŻĄCO

Zamów prenumeratę magazynu
„W Piekarni, W Cukierni”

JUŻ TERAZ!

Jak?
Zadzwoń na nr tel.:
+ 48 601 501 813
lub napisz:
prenumerata@wpiekarni.pl



Cena rocznej prenumeraty wynosi: 110 zł brutto

UN BAGUETTE s'il vous plaît

JEŚLI KTOŚ SĄDZIŁ, ŻE FRANCUZI MAJĄ NIEZLICZONĄ LICZBĘ GATUNKÓW SERA, NIECH SIĘ NIE DA ZWIEŚĆ – TO WYBÓR CHLEBA W TRADYCYJNEJ FRANCUSKIEJ BOULANGERIE MOŻE PRZYPRAWIĆ O ZAWRÓT GŁOWY. BAGIETKĘ ZNA KAŻDY, ALE CZY PAIN DE CAMPAGNE, BRIOCHE LUB PAIN DE SIEGLE TEŻ?

MAŁGORZATA MILIAN-LEWICKA

Chleb jest podstawą diety Francuzów, dodawany jest do każdego posiłku. Jego spożywanie było i nadal jest tak głęboko zakorzenione w kulturze francuskiej, że jego brak jesienią 1789 r. doprowadził do wybuchu Rewolucji Francuskiej. Wtedy to rozgoryczony tłum, żądający chleba, na słowa Marii Antoniny: „Nie ma chleba? Niech jedzą ciastka”, przesądził o losie jej i króla. Dbałość o chleb widoczna jest również w działaniach rządu francuskiego – prawo określa bowiem, że miano boulangerie (piekarni) może nosić punkt, w którym chleb od początku do końca jest wytwarzany ze świeżych składników (mąka, sól, zakwas i woda), a mrożenie ciasta chlebowego jest zabronione. W takich miejscach można także kupić chleb z dodatkowymi określeniami w nazwie (również regulowanymi przez prawo od 1993 r.):

- tradition – nazwą tą mogą być określane wyroby powstałe tylko z tradycyjnych składników, np. razowej mąki i kwasu, oczywiście ciasto nie może być mrożone;
- maison – to określenie dotyczy chleba wyprodukowanego i pieczonego w jednym miejscu, w piekarni;
- levain – odnosi się do chleba z mąki pszennej lub żytniej, którego ciasto wyrosło dzięki użyciu naturalnych spulchniaczy np. zakwasu.

MAGICZNY patyk

Jadąc do Francji, warto znać kilka słów w tym języku, najważniejszym zwrotem na pewno będzie: Une baguette s'il vous plaît (poproszę jedną bagietkę). Skąd nazwa tego podłużnego chleba? Z francuskiego zwrotu „baguette magique” (magiczny patyk). I rzeczywiście można mu przypisać moc magiczną, bagietka zafascynowała bowiem gustami ludzi na całym świecie.

Co jest w niej takiego wyjątkowego? Podstawą jest skład: biała mąka, woda, drożdże i sól – zero tłuszczu. Właśnie chude ciasto charakteryzuje tradycyjną bagietkę, nadając jej delikatny smak. Z tego samego względu jest ona także świeża przez krótki czas i Francuzi potrafią iść do piekarni nawet dwa, trzy razy w ciągu dnia, aby zjeść dobre pieczywo. Co ciekawe, to nie charakterystyczny kształt bagietki jest zastrzeżony i chroniony prawem, a właśnie jej skład.

SZYBKIE i chude

Czy bagietka ma długą historię? Niekoniecznie. Źródła historyczne podają bowiem wiek XVIII jako czas, w którym wypiekano charakterystyczny długi chleb, nie stosowano jednak nazwy bagietka. Sytuacja zmieniła się w latach 20. XX w., gdy piekarnie w Paryżu, ze względu na ograniczenia w godzinach pracy (zakaz pracy między godz. 22 a 4), musiały tradycyjne chleby na zakwasie zastąpić pieczywem, które przygotowuje się szybciej. Bagietka oprócz tej zalety ma niezwykle walory smakowe i wizualne – jej chrupiąca, złotobrązowa skórka, która w najlepszym wypieku powinna pękać pod naciskiem palca, jej delikatne ciasto o kremowej, delikatnej konsystencji i mocno porowa-

To nie charakterystyczny kształt bagietki jest zastrzeżony i chroniony prawem, ale jej skład

tym miększu sprawiły, że chleb ten stał się niezwykle popularny. Wzmógłona sprzedaż wymusiła na piekarzach nazwanie tego chleba i padło na bagietkę (baguette – patyk).

ANI GRAMA więcej

Jej popularność nie słabnie. W swojej ojczyźnie podawana jest do każdego posiłku. W piekarniach można znaleźć wiele jej odmian, m.in. ficelle (fr. struna) – węższa niż tradycyjna bagietka; flute – dwa razy większa niż bagietka o tradycyjnej wielkości. No właśnie. Czy istnieje przepis na wygląd bagietki idealnej? Owszem – prawdziwa bagietka powinna mierzyć 70 cm, mieć średnicę ok. 5 cm i ważyć 250 g. Ani grama i ani centymetra więcej lub mniej – wtedy mamy do czynienia z odmianami. Istotna jest również liczba nacięć na skórce bagietki – prawidłowa liczba to siedem, ale współcześnie wiele piekarni robi nacięć mniej lub więcej. Idealna temperatura wypieku w piecu z parą wodną to 205°C.

GRUBOSKÓRNY i ze wsi

Jeśli bagietka wskoczyła na pierwsze miejsce wśród chlebów we Francji w latach 20. minionego wieku, to jaki chleb wcześniej święcił triumfy? Zupełne przeci-



Drożdżowe brioche są podstawą menu śniadaniowego bądź bazą do wielu tradycyjnych francuskich deserów

CHLEBOWA FETA

Od 15 lat corocznie w Paryżu odbywa się największe święto piekarzy we Francji – Fête du Pain. W ciągu tygodnia swoje wypieki prezentują tam piekarze francuscy oraz goście, także z Polski. Tegoroczny festiwal trwać będzie od 9 do 16 maja.



Croissanty to esencja francuskiego piekarstwa

FOT. WWW.SXC.HU

wieństwo francuskiego „patyka” – pain de campagne (chleb wiejski), który nadal jest bardzo popularny. Jest to chleb pełnoziarnisty, pieczony z różnych rodzajów mąki (także żytniej) na zakwasie. Charakteryzuje się zbitym ciastem i grubą skórką. Właśnie gruba skóra, zupełnie różna od tej w bagietce, zapewnia mu dłuższą świeżość. Chleb ten wypiekany jest w kształcie dużych, okrągłych bochnów posypanych mąką. Dodatkową cechą są liczne podłużne nacięcia na skórce. Po uformowaniu bochnów pain de campagne umieszczane są one w koszykach wyścielonych materiałem, a następnie, po wyrośnięciu ciasta, piecze się je ok. godziny w temperaturze 205°C.

WINO do chleba?

Niezwykle popularne są we Francji chleby żytnie lub mieszane. Przykładów można by mnożyć, ale przytoczmy tylko te najbardziej rozpoznawalne: pain complet i pain de siegle. Pierwszy z nich to chleb razowy mieszany. Drugi ma bardziej szczegółowo określone proporcje – dwie trzecie mąki żytniej i jedna trzecia mąki pszennej. Oba te chleby są kupowane chętnie ze względu na przedłużoną, w porównaniu z bagietką, świeżość. Francuzi gustują również w dodatkach smakowych. Nie brakuje na półkach w piekarniach chlebów z dodatkami takimi jak: orzechy (pain aux noix), rodzyunki (pain aux raisins), zboża (pain aux céréales), ale także z boczkiem (pain aux lardons), ziołami, suszonymi owocami, oliwkami i nieodzownym we Francji... winem!

SŁODKA... bułka!

Z czym kojarzy nam się śniadanie kontynentalne? Dżem, sok owocowy, kawa z mlekiem i... no właśnie, nie mogło zabraknąć w tym zestawieniu słodkich rogali croissant oraz bułek brioche. Francuzi nie wyobrażają sobie śniadania bez słodkiego pieczywa. Jednak to właśnie namawianie do jedzenia wyłącznie bułek brioche przez Marię Antoninę sprawiło, że los pary królewskiej w czasie Rewolucji Francuskiej został przesądzony. Brioche nie jest bowiem ani ciastkiem, ani chlebem samym w sobie, jest czymś pomiędzy. To drożdżowe bułeczki o charakterystycznym okrągłym kształcie z mniejszą bułeczką na czubku (brioche a tête). We Francji znana jest również w kształcie podłużnym (brioche Nanterre). Brioche stanowi podstawę menu śniadaniowego bądź jest bazą do wielu tradycyjnych francuskich deserów.

SŁODKO czy słono?

Pora na drugi po bagietce symbol Francji – croissant. Aby był idealny, najważniejsze jest odpowiednie, wielokrotnie powtarzane (najlepiej 4-5 razy) łączenie, składanie i wałkowanie ciasta (o croissantach pisaliśmy w poprzednim wydaniu „W Piekarni, W Cukierni”). Aby osiągnąć w wypieku croissant idealny, trzeba zwrócić uwagę, by w cieście znajdowało się dużo tłuszczu (najlepiej masła). Nie można odpuścić sobie porządnego wałkowania. Najlepszą temperaturą do wypieku jest 200°C. Ostatnimi czasy Francuzi zjadają się croissantami również w porze lunchu, wybierając wersje z nadzieniem z... sera i szynki!

waniliowy kącik

ZENTIS

SKŁADNIKI

na 1 szt. ciasta (rant o średnicy 17 cm)

MIODOWE CIASTO KRUCHE

mąka pszenna	100 g
masło	60 g
cukier puder	30 g
miód	20 g
proszek do pieczenia	2 g

POZOSTAŁE SKŁADNIKI

śmietana kremowa 30 proc.	500 g
Zentis Toffi krem	200 g
Zentis Wanilia krem	200 g
Zentis porzeczki w żelu	150 g
woda	120 g
żelatyna	40 g

żel karmelowy do dekoracji



SPOSÓB PRZYGOTOWANIA

Miodowe ciasto kruche – masło połączyć z cukrem pudrem, dodać miód i dokładnie wymieszać. Następnie dodać mąkę połączoną z proszkiem do pieczenia. Tak przygotowane ciasto rozwałkować na grubość ok. 3 mm. Wyciąć dwa okrągłe blaty o średnicy 17 i 14 cm. Blaty wypiekać w temp. 190°C przez 15 min.

Żelka porzeczkowa – 10 g żelatyny rozpuścić w 30 g wody. Tak przygotowaną żelatynę połączyć z Porzeczками w żelu Zentis. Porzeczki przełożyć na rant o średnicy 14 cm i odstawić do zastygnięcia.

Krem toffi – 100 g ubitej śmietany kremowej połączyć z Zentis Toffi krem. Dodać 10 g żelatyny rozpuszczonej w 30 g wody. Dokładnie wymieszać.

Krem waniliowy – 400 g śmietany kremowej ubić na puszystą masę. Śmietanę połączyć z Zentis Wanilia krem. Do otrzymanego w ten sposób kremu dodać 20 g żelatyny rozpuszczonej w 60 g wody. Wszystkie składniki połączyć dokładnie ze sobą.

Na środek miodowego blatu kruchego nałożyć rant o średnicy 14 cm. Rant wypełnić uprzednio przygotowanym kremem toffi. Na krem nałożyć żelkę porzeczkową, oraz miodowy blat kruchy. Zdjąć rant. Nałożyć rant o średnicy 17 cm i wypełnić go kremem waniliowym. Tak przygotowane ciasto dobrze schłodzić lub zamrozić. Następnie ciasto wykończyć żelem karmelowym.

Bajkowe postacie WE WROCŁAWIU

W PIERWSZYCH DNIACH KWIETNIA PRZYBYLI DO WROCŁAWIA Z CAŁEJ POLSKI NAJLEPSI UCZNIOWIE KLAS TRZECICH SZKÓŁ ZAWODOWYCH WZIĘLI UDZIAŁ W XVI OGÓLNOPOLSKIM TURNIEJU NA NAJLEPSZEGO UCZNIĄ W ZAWODZIE CUKIERNIK I PIEKARZ

LIDIA NESTORUK
RZECZNIK PRASOWY TURNIEJU

Komitet Główny Turnieju, który w tym roku zatytułowano „Świat baśni i bajek”, zakwalifikował do finału 20 cukierników i 21 piekarzy. Wszyscy uczestnicy turnieju zostali wyłonieni w wieloetapowych eliminacjach. W etapach szkolnych w całym kraju wzięło udział 110 cukierników i 54 piekarzy. W wyniku różnych sytuacji losowych na turniej zgłosiło się 18 cukierników i 18 piekarzy.

Turniej składał się z dwóch części: teoretycznej, w której uczestnicy mogli zdobyć 30 pkt, oraz części praktycznej – tutaj do zdobycia było punktów 70.

BAŚNIE na dobry początek

Uroczyste rozpoczęcie turniejów odbyło się w Zespole Szkół Zawodowych nr 5. Przybyłych uczestników, opiekunów, gości przywitała dyrektor Zespołu Szkół Zawodowych nr 5 we Wrocławiu Czesława Gersztyn. Spośród przybyłych opiekunów wylosowano czterech jurorów oceniających – dwóch dla zawodu cukiernik i dwóch dla zawodu piekarz – według zasady: opiekun ucznia cukiernika pracował w części piekarskiej turnieju, a opiekun ucznia piekarza oceniał pracę cukierników. By dać uczestnikom turnieju chwilę wytchnienia po trudach podróży, uczniowie ZSZ nr 5 rozpoczęli go występem artystycznym wprowadzającym uczestników w świat baśni i bajek.



Puchary odbierają najlepsi piekarze...



...i cukiernicy

TEORIA I PRAKTYKA na wysokim poziomie

Po programie artystycznym przyszedł czas na weryfikację wiedzy teoretycznej uczestników turnieju, którzy mieli do rozwiązania test obejmujący 30 zadań zamkniętych wielokrotnego wyboru.

Wysokie wyniki osiągnięte przez uczestników w pierwszym dniu turnieju były zapowiedzią emocjonującej walki w dniu następnym. Część praktyczna turniejów jest najbardziej ekscytująca – uczniowie muszą połączyć wiedzę teoretyczną ze zdobytymi na zajęciach praktycznych umiejętnościami. Wykonując zaplanowane przez organizatorów zadania, zawodnicy musieli wykazać się nie tylko organizacją miejsca pracy, zachowaniem czystości, ale również zdolnościami manualnymi. Stworzyli prawdziwe dzieła – wspaniałe chleby okolicznościowe w kształcie karety, którą Kopciuszek przybył na bal, wyspy wyłaniającej się z oceanu czy zbrocza, na którym stoi Wawel, a u jego stóp czai się wawelski smok. Zadanie polegające na uformowaniu jak największej liczby rogalików było sprawdzianem nie tylko umiejętności manualnych, ale i odporności na stres. Uczniowie stwierdzili, że było ono najtrudniejsze. Najwięcej rogali – 18 sztuk – uformował Łukasz Słowiński.

MARIAŻ KARMELU z czekoladą

Cukiernicy zachwycili jurorów umiejętnościami pracy w karmelu i czekoladzie. Jak za dotknięciem czarodziejskiej różdżeczki powstało wiele bajkowych postaci. Kapitan Hook ze swym pirackim, tym razem słodkim statkiem, wypełnionym skrzyniami z pralinkami (praca Ernesta Babiucha). Można było zanurzyć się w głębię oceanu i podziwiać wrak okrętu, na którym zamieszkały marcepanowe wodne stworzenia (praca Andżeliki Iwanoczko). Była też Śpiąca Królewna przeglądająca się w czekoladowym zwierciadle. Marcepanowe krasnoludki czekały na przebudzenie królewny (praca Katarzyny Głowackiej), karmelowe sianie – na karmelową Królową Śniegu (praca Dariusza Kulki), a po piętrowym torcie spacerowali Kubuś i jego przyjaciele.

ZWYCIĘZCY

Najlepsi w klasyfikacji końcowej w zawodzie cukiernik:

1. Ernest Babiuch – Zespół Szkół Zawodowych nr 5 we Wrocławiu
2. Katarzyna Głowacka – Zespół Szkół Ponadgimnazjalnych nr 2 w Kwidzynie
3. Sylwia Socha – Zespół Szkół Chemicznych i Przemysłu Spożywczego w Lublinie

Najlepsi w klasyfikacji końcowej w zawodzie piekarz:

1. Paweł Ciołek – Zespół Szkół Gastronomicznych w Gorzowie Wielkopolskim
2. Łukasz Słowiński – Zespół Szkół Zawodowych nr 5 we Wrocławiu
3. Tomasz Walczak – Zespół Szkół Spożywczych i Hotelarskich w Radomiu

ORGANIZATORZY

Organizatorami tegorocznej edycji turniejów były: Dolnośląska Izba Rzemieśnicza we Wrocławiu i Zespół Szkół Zawodowych nr 5 we Wrocławiu. Współorganizatorzy: Stowarzyszenie Cukierników, Karmelarzy i Lodziarzy RP we Wrocławiu, Dolnośląski Cech Piekarzy i Cukierników, Sergiusz Siemionko Cukiernia Carolin & Simon we Wrocławiu, Ryszard Grabarczyk Piekarnia w Kątach Wrocławskich.

SPONSORZY I PATRONI

Honorowy patronat nad XVI Ogólnopolskim Turniejem na Najlepszego Ucznia

w Zawodzie Cukiernik i Piekarz objęli:

- Minister Edukacji Narodowej Katarzyna Hall
- Wojewoda Dolnośląski Aleksander Marek Skorupa
- Marszałek Województwa Dolnośląskiego Rafał Jurkowlanec
- Dolnośląski Kurator Oświaty Beata Pawłowicz
- Prezydent Wrocławia Rafał Dutkiewicz
- Prezes Zarządu Rzemiosła Polskiego Jerzy Bartnik

Złoci sponsorzy

- Dolnośląska Izba Rzemieśnicza Zespół Szkół Zawodowych nr 5 we Wrocławiu
- Piekarnia-Cukiernia Ryszard, Agnieszka, Łukasz Grabarczykowie
- Cukiernia-Piekarnia Sergiusz Siemionko APC-BACK Europ Polska Sp. z o.o.
- Stowarzyszenie Cukierników, Karmelarzy i Lodziarzy RP
- Zakłady Tłuszczowe Kruszewica S.A.

Srebrni sponsorzy

- Backaldrin Polska
- Credin Polska
- Dolnośląski Cech Piekarzy i Cukierników

- Uldo Polska
- Uniform Polska
- Wydawnictwo Kartograficzne Beata
- Piętka Katowice
- Wydział Edukacji Miasta Wrocław
- Zeelandia Tarnowo Podgórze

Brażowi sponsorzy

- Agart
- APC HOL-POL E.R. Braun
- CDN Czesława Dzimira
- Cech Rzemiosł Różnych
- Cukiernia „Filipinka” Czesław, Zenon
- Lenikowie
- Cukiernia Gondel
- Cukiernia „Pączus” Ryszard Łuźniak
- Cukiernia-Piekarnia Stanisław Kibał
- Cukiernia-Piekarnia Ludwik Kusak
- Cukiernia „Warszawska” Wojciech
- Biegański
- Cukiernia Wincenty Wolak
- PHU Mado
- Polmarkus
- PPHU Piogro
- Przegląd Piekarski i Cukierniczy
- PUH Wotex
- Savpol

Sponsorzy

- Cukiernia Andrzej i Marian Tyszko
- Cukiernia Piotr Wróbel

>>>



Młodzi cukiernicy przy pracy



Piekarze prezentowali bardzo wysoki poziom

Wszystkie eksponaty były zgodne z tematem przewodnim turnieju, który uwolnił fantazję i wyobraźnię młodych uczestników. Dzięki dużym umiejętnościom praktycznym, posiadanej wiedzy oraz dużemu nakładowi pracy możliwe było wykonanie tak pięknych prac. Uczniowie w rozmowach z organizatorami doceniali wysiłek nauczycieli i mistrzów szkolących, przygotowujących ich do finału turnieju.

WALKA o przyszłość

Każdy z finalistów walczył o zdobycie jak najwyższej liczby punktów, bowiem znalezienie się w gronie laureatów III etapu Ogólnopolskiego Turnieju na Najlepszego Ucznia w Zawodzie Cukiernik i Piekarz gwarantuje przyjęcie do uzupełniającego liceum ogólnokształcącego lub technikum (niezależnie od kryteriów).

Na podstawie rozporządzenia MENiS laureaci trzech pierwszych miejsc zwolnieni są z tych części egzaminu czeladniczego, których tematy były przedmiotem zadań turniejowych, a laureaci i finaliści – z etapu pisemnego egzaminu potwierdzającego kwalifikacje zawodowe.

Uroczyste zakończenie turnieju odbyło się w pięknych salach ratusza wrocławskiego. Na ogłoszenie wyników przybyli zaproszeni przez organizatorów goście, sponsorzy, rzemieślnicy, nauczyciele, opiekunowie oraz ci, dla których organizatorzy co roku podejmują się trudu organizacji tak dużego przedsięwzięcia – uczniowie. Wszyscy zgromadzeni mogli podziwiać wyeksponowane w zabytkowych murach prace młodych piekarzy i cukierników.

Wszyscy finaliści zostali obdarowani pamiątkowymi medalami, fa-

chowymi czasopismami, książkami i kubkami ze zdjęciem szkoły. Laureaci otrzymali puchary oraz wiele cennych nagród rzeczowych ufundowanych przez Komitet Główny Turnieju oraz przez licznych sponsorów, bez hojności których przeprowadzenie i organizacja turnieju byłyby niemożliwe.

Uhonorowani pucharami zostali mistrzowie szkolący najlepszych uczniów w części praktycznej turnieju. Fundatorami pucharów byli: Ryszard Łuźniak – dla zawodu cukiernik oraz Stanisław Kibało – dla zawodu piekarz. Nauczyciele i szkoły przygotowujące uczniów do turnieju otrzymały dyplomy z podziękowaniami.

Organizatorzy serdecznie dziękują patronom i sponsorom turnieju.



Śpiąca Królowna w czekoladowym zwierciadle



Znalazło się też miejsce dla samochodu z chlebowego ciasta

Profesjonalny portal dla piekarzy, cukierników, lodziarzy i wszystkich zainteresowanych branżą

WWW.WPIEKARNI.PL

WWW.WCUKIERNI.PL



- nowości z branży
 - artykuły z magazynu „W Piekarni, W Cukierni”
 - relacje z targów i imprez
 - „Świat Lodów Magazyn”
 - galeria zdjęć
 - kalendarz imprez targowych
 - darmowe ogłoszenia drobne
 - newsletter
 - e-wydania
-
- ... i wiele więcej!



WP
PIEKARNI
C
CUKIERNI
WWW.WPIEKARNI.PL
WWW.WCUKIERNI.PL

**Zamów bezpłatne ogłoszenie drobne
na naszym portalu**

Konfrontacja **Mistrzów**

„LEKCJA Z MISTRZEM” JEST JEDNYM Z PROJEKTÓW REALIZOWANYCH PRZEZ MAŁĄ AKADEMIE MISTRZOSTWA ZAWODOWEGO – STOWARZYSZENIA SKUPIAJĄCEGO WOKÓŁ SIEBIE MISTRZÓW I PASJONATÓW ZAWODÓW PIEKARZ I CUKIERNIK



SZYMON
KONKOL

Działaniu Małej Akademii przyświeca cel niesienia pomocy młodszym kolegom po fachu w realizacji ich ambicji zawodowych. Jedną z form pracy z młodzieżą przysposabiającą się do zawodu są zajęcia warsztatowe prowadzone przez osoby będące uznanymi autorytetami w branży.

Dzięki współpracy Akademii i Zespołu Szkół nr 1 w Żorach w szkolnej pracowni spotkali się uczniowie klas II ZSZ, by wziąć udział w niecodziennej lekcji. Zajęcia z zakresu technologii piekarskiej poprowadził mistrz świata w piekarstwie, zdobywca pucharu Louisa Lesaffre – Tomasz Kaszuba. Towarzyszył mu laureat ubiegłorocznej edycji Konkursu Piekarsko-Cukierniczego Subregionu Rybnickiego w kategorii piekarz – Sylwester Stawarczyk, uczeń klasy III ZSZ w Zespole Szkół nr 9 w Jastrzębiu-Zdroju.

Zajęcia podzielono na dwa bloki tematyczne: metody produkcji pieczywa żytniego na kwasach piekarskich oraz wytwarzanie wyrobów zdobnych z ciasta pszennego.

NIE Z KAŻDEJ MAKI będzie chleb

W pierwszej części zajęć Tomasz Kaszuba poprowadził wykład poświęcony tradycyjnym metodom prowadzenia ciast na kwasach piekarskich i rozczyinach drożdży. W ciekawy sposób opowiedział o dawnych, często już zapomnianych sposobach wytwarzania pieczywa, dawnych sprzętach produkcyjnych i stosowanych niegdyś maszynach. Uczniowie poznali tajniki prawidłowego procesu fermentacji oraz



Zajęcia z zakresu produkcji pieczywa żytniego prowadził Tomasz Kaszuba



Tomasz Kaszuba i uczestnicy lekcji ze swoimi wypiekami

specyficzne procesy zachodzące w kolejnych fazach prowadzenia ciasta.

Dużą część wykładu Tomasz Kaszuba poświęcił charakterystyce wad produkcyjnych oraz metodom zapobiegania tym wadom. Zwrócił też uwagę na rodzaj i jakość surowców stosowanych podczas produkcji, metody prawidłowego magazynowania i rolę procesów przygotowania surowców do produkcji. Na koniec zapoznał uczniów z recepturami na ciasto żytnie i pszenne, zwracając szczególną uwagę na rolę prawidłowego i dokładnie odmierzonego namiaru surowcowego.

Z POLEPSZACZEM czy bez?

Głównym tematem części praktycznej, poświęconej produkcji pieczywa żytniego, był wpływ surowców polepszających na jakość pieczywa. Z rozmowy z młodymi adeptami piekarskiego rzemiosła wynikało, że w każdej z piekarni, w których praktykują stosuje się różne „tajemnicze substancje” dodawane do ciasta. Większość uczniów nie miała dotychczas okazji prowadzić tradycyjnego ciasta wyłącznie na naturalnym kwasie piekarskim. Tomasz Kaszuba zaprezentował proces przerabiania kwasu na ciasto, ręczny sposób mieszania ciasta

i formowania kęsów. Następnie każdy z uczestników szkolenia uformował własne chleby, które po przeprowadzeniu rozrostu wypieczono. Wszystkim uczniom udało się sporządzić doskonałej jakości pieczywo, które utrzymało swe walory przez kolejny tydzień – choć w niektórych przypadkach bochenki zostały zjedzone jeszcze tego samego dnia.

BUŁKA nie musi być nudna

Kolejny etap szkolenia przeprowadzony został przez Sylwestra Stawarczyka. Tematem były metody formowania wyrobów z ciast pszennych drożdżowych. Sylwester zaprezentował swym kolegom proces prowadzenia ciasta i metodę wyplatania koszy z ciasta bułkowego. Wszystkiemu przyglądał się Roman Somerlik – właściciel piekarni, w której Sylwek praktykuje. Pomimo towarzyszącej tremy młody mistrz z wprawą wywiązał się z podjętego zadania, a efektem były śliczne kosze, wykonane samodzielnie przez uczestników szkolenia. Uczniowie nie kryli zaskoczenia faktem, że w tak prosty sposób można uzyskać ciekawy

i niebanalny wyrób – bo kto powiedział, że bułka musi być nudna?

Zarówno mistrz świata, jak i młody mistrz uczniów regionu wyśmienicie wywiązali się z trudnego zadania, jakim było „przywołanie ich do tablicy”. Konfrontacja mistrzów często wzbudzała uśmiech na twarzach uczestników szkolenia. Zaplanowane na kilka godzin zajęcia przedłużyły się do późnych godzin wieczornych i nikt nie chciał opuścić szkoły.

Zarówno cykl szkoleń „Lekcja z Mistrzem”, jak i inne projekty realizowane są dzięki wsparciu firmy 5M Logistyka Cukiernictwo-Piekarstwo, udostępniającej nieodpłatnie surowce na potrzeby tej działalności. Za życzliwość i bezinteresowną pomoc dziękujemy w imieniu adeptów Małej Akademii Mistrzostwa Zawodowego.

Więcej informacji o Małej Akademii Mistrzostwa Zawodowego dostępnych jest na stronie internetowej: www.technolog.friko.pl/akademia oraz na Facebooku: www.facebook.com/almanach.cukierniczo.piekarski.



Sylwester Stawarczyk i Tomasz Kaszuba

*Mała Akademia
Mistrzostwa Zawodowego*

» REKLAMA

Ubijaczki

BEAR-VARIMIXER

Wybór
...dla Ciebie (!?)



informacje tel. 507 088 502
e-mail: sklep@hert.pl



Teddy 5L RN10 RN20 AR30 AR40 AR60 AR80 AR100 ERG060 ERG0100 ERG0140 AR200

HERT Sp. z o.o. Akcesoria Sp. K.
ul. Odlewnicza 4a, 03-231 Warszawa
tel. +48 22 594 05 00, -05, -07
fax +48 22 594 05 06
www.sklep.hertakcesoria.pl
www.hertakcesoria.pl



Toksyczna szkoła

Epizod II: Tadeusz

W pogoni za Europą na polski grunt przeszczepia się standardy, których celem jest poprawa jakości szkolnictwa zawodowego. Działania te, choć pozornie słuszne i uzasadnione, mają jednak często zupełnie odwrotny skutek

Tadeusz był cenionym przez uczniów i dyrekcje szkół nauczycielem starej daty. W młodości, podobnie jak jego uczniowie ukończył zawodówkę, uzyskał dyplom czeladniczy, następnie zdał egzamin mistrzowski i ukończył eksternistyczne technikum przemysłu spożywczego dla pracujących w specjalizacji: produkcja piekarsko-cukiernicza. Były to lata 80., Tadeusz pracował w państwowej piekarni typu gigant i szybko awansował na jej kierownika. Po godzinach prowadził zajęcia w pobliskiej zawodówce, ucząc przedmiotów zawodowych swych młodszych kolegów po fachu.

Szkoła, w której podjął pracę była placówką przyzakładową, więc Tadeusz spotykał się ze swoimi podopiecznymi zarówno podczas lekcji, jak i praktycznej nauki zawodu. Był wymagającym nauczycielem i majstrem, egzekwował od swych uczniów zarówno opanowanie materiału teoretycznego, jak i praktycznych umiejętności. Konsekwencja ta owocowała w krótkim czasie znaczącymi sukcesami pedagogicznymi. Uczniowie Tadeusza rokrocznie nagradzani byli na konkursach i turniejach szkół zawodowych. Dzięki ścisłej korelacji pomiędzy teorią i praktyką absolwenci szkoły, w której pracował Tadeusz, znacznie przewyższali poziomem przygotowania zawodowego swoich kolegów z innych szkół i nie mieli większych problemów ze znalezieniem pracy w wyuczonym zawodzie. Tadeusz często był nagradzany za efekty edukacyjne i uzyskiwał premie w firmie zarządzającej jego piekarnią.

Dobra passa trwała przez kilkanaście lat, w trakcie których Tadeusz założył rodzinę i sprawnie łączył zarządzanie piekarnią z pracą w charakterze nauczyciela. Pierwszą oznaką zmieniających się czasów była restrukturyzacja państwowego zakładu, będącego właścicielem jego piekarni. Słabnący zbyt na pieczywo najpierw spowodował wyłączenie przemysłowych pieców przelotowych, ograniczenie produkcji i redukcję etatów. Ograniczeniu uległa również liczba szkolonych uczniów, co spowodowało znaczące zmniejszenie liczby oddziałów w przyzakładowej szkole i tym samym mniejszy przydział godzin dla nauczycieli tam zatrudnionych. Tadeusz, już wówczas na niepełnym etacie, miał zaledwie kilka godzin tygodniowo.

Po kilku latach zdecydowano o likwidacji zakładu i zwolnieniu reszty personelu – w tym kie-

rownika. Tadeusz, który nie był już wówczas człowiekiem młodym, kilkakrotnie podejmował próby pracy w prywatnych piekarniach, jednak nigdzie nie chciano zatrudnić go na stałe. Dzięki doskonałej renomie został zatrudniony w kilku innych szkołach, gdzie mógł uzupełniać etat nauczyciela. Choć w trudnej sytuacji finansowej, Tadeusz z satysfakcją spełniał się jako nauczyciel i dorabiał do skromnej pensji, biorąc dorywcze fuchy w okolicznych piekarniach i cukierniach.

Niestety, ta sytuacja nie trwała długo. Reforma systemu edukacji przyniosła wyższe wymagania dla kwalifikacji pedagogicznych nauczycieli. Tadeusz nie spełniał tych wymogów. W młodości nie było go stać na ukończenie studiów, a teraz było już na to za późno. Choć nikt nie kwestionował jego wiedzy i doświadczenia, został zwolniony z przyczyn formalnych zaledwie pięć lat przed przysługującą mu emeryturą.

Dziś pamiętający go dawni uczniowie, dla których był nauczycielem, majstrem i autorytetem, często odwiedzają go, robiąc zakupy w jednym z hipermarketów, gdzie jest pracownikiem parkingu...

Historia Tadeusza jest autentyczna i z pewnością bliska wielu nauczycielom starej daty. Obecna sytuacja prawna zmusiła szkoły do sukcesywnego pozbywania się nauczycieli mających zarówno dużą wiedzę zawodową, jak i doświadczenie, jednak nieposiadających odpowiedniego przygotowania pedagogicznego. Osoby te często uczyły w szkole i jednocześnie prowadziły własne zakłady lub czynnie uczestniczyły w produkcji. Proces ten, choć pozornie słuszny, stał się przyczyną zaistnienia sytuacji, w której doświadczeni technolodzy zastąpieni zostali absolwentami szkół wyższych, głównie wydziałów technologii żywności różnych specjalizacji i specjalistami z zakresu żywienia człowieka i gastronomii. Osoby te często nie miały nigdy sposobności uczestniczyć lub obserwować produkcji piekarsko-ciakarskiej, co więcej – nigdy nie widziały nawet zakładu produkcyjnego z tych branż.

Należy pogratulować tym osobom samozaparcia w nauczaniu tego, czego same nie wiedzą i życzyć im wyrozumiałości uczniów.

SZYMON KONKOL

Kawą rządzi kobieta

JUBILEUSZOWE, BO 10. JUŻ MISTRZOSTWA POLSKI BARISTÓW ZA NAMI. NIEMAŁĄ NIESPODZIANKĄ BYŁY NIE SAME ZAWODY, ALE ICH ZWYCIĘZCY!



Wysoki poziom mistrzostw sprawił, że sędziowie nie mieli łatwego zadania



Izabela Popiołek po raz trzeci została Mistrzynią Polski Baristów

W ciągu trzech dni targów EuroGastro zmierzili się ze sobą najlepsi bariści wyłonieni w eliminacjach, które odbyły się w ostatnim tygodniu stycznia w Warszawie. Przypomnijmy, że wzięło w nich udział prawie 30 baristów z całej Polski. W bardzo dobrym stylu walczyli o miejsce w półfinałach, przygotowując wyśmienitą kawę na ekspresach La Cimbali. A jak było w marcu na mistrzostwach?

Atmosfera był równie gorąca. Nie zawiedli bariści i publiczność, a także organizatorzy. W ciągu trzech targowych dni zmierzili się najlepsi polscy specje od dobrej kawy – walczyli o tytuł najlepszego baristy Polski. Oprócz głównych – 10. Mistrzostw Polski Baristów – odbyły się też Mistrzostwa Polski w Latte Art oraz Coffee in Good Spirits.

W tym roku wśród zwycięzców było niewielu baristów z dużych sieci kawowych, którzy dotąd byli w czołówce. W ścisłym finale Mistrzostw Polski zmierzili się ze sobą: Agnieszka Fleischer (Coffeeheaven), Leszek Jędrasik (Ipanema Cafe), Piotr Kaczorowski (Coffeeheaven), Izabela Popiołek (Green Coffee), Agnieszka Rojewska (Brisman), Katarzyna Zyzalo (North Coast). Najlepsza okazała się... Izabela Popiołek – zdobywając 624 punkty zdeklasowała przeciwników i trzeci raz z rzędu zgar-

nęła mistrzowski tytuł. Będzie reprezentować Polskę na Mistrzostwach Świata Baristów, które odbędą się w stolicy Kolumbii – Bogocie, w dniach 2-5 czerwca. Nagrodą za zdobycia pierwszego miejsca jest też trzydniowe szkolenie pod okiem Fritza Storma, Mistrza Świata Baristów i ambasadora marki MK Café Espresso Professional. Na drugim miejscu uplasowała się Katarzyna Zyzalo z North Coast, a na trzecim – Piotr Kaczorowski z Coffeeheaven. Zwycięzców w pozostałych kategoriach podajemy w ramach obok.

Gratulujemy wszystkim uczestnikom, a zwycięzcom życzymy powodzenia w zawodach międzynarodowych, o których napiszemy w lipcowo-sierpniowym wydaniu „W Piekarni, W Cukierni”

Więcej informacji na stronach:

www.scae.com
www.worldbaristachampionship.com
www.aprotrade.pl
www.eurogastro.pl

Organizatorzy:

Apro Trade / Akademia Kawy® i MT Polska

Sponsorzy:

Platynowy – MK Café Espresso Professional
 Złoty – MT Polska Targi Eurogastro
 Srebrny – Bero Polska
 Brązowy – ROTR

WYNIKI MISTRZOSTW POLSKI BARISTA

1. Izabela Popiołek – Green Coffee (624,5 pkt)
2. Katarzyna Zyzalo – NorthCoast (574,5 pkt)
3. Piotr Kaczorowski – Coffeeheaven (551,5 pkt)

Leszek Jędrasik – Ipanema Cafe (521,5 pkt)
 Agnieszka Fleischer – Coffeeheaven (509,0 pkt)
 Agnieszka Rojewska – Brisman (483,0 pkt)
 Michał Knap-Dam – Green Coffee (507,0 pkt)
 Bogusz Komisarczuk – The Barista (501,5 pkt)
 Błażej Stempin – Filtry Cafe (499,0 pkt)
 Paweł Trzcicki – Kofeina (490,0 pkt)
 Agnieszka Dawidowska – Ipanema Cafe (482,0 pkt)
 Rafał Górka – Espresso Service (470,0 pkt)
 Elżbieta Citak – Węgierska Korona (463,5 pkt)
 Joanna Szataniak-Okaj – Coffee Project (370,0 pkt)

Zwycięzcy Mistrzostw Polski w Latte Art

1. Leszek Jędrasik – Ipanema Cafe
2. Mateusz Gaca – Brisman
3. Agnieszka Rojewska – Brisman

Zwycięzcy Mistrzostw w Coffee in Good Spirits

1. Elżbieta Citak – Węgierska Korona
2. Tomasz Marchwiński – Green Coffee
3. Jakub Gielżyński – I Coffee



ENZYMY

w produkcji piekarskiej

STOSOWANIE PREPARATÓW ENZYMATYCZNYCH W PRZEMYŚLE SPOŻYWCZYM OD WIELU LAT JEST PROCEDURĄ RACZEJ POWSZECHNĄ. O ILE W WIĘKSZOŚCI PRZYPADKÓW ENZYMY ODDZIAŁUJĄ NA PRODUKT W MIEJSCU ICH WPROWADZENIA, ENZYMY STOSOWANE W PRODUKCJI PIECZYWA, ZAZWYCZAJ DODAWANE DO MĄKI, UAKTYWNIAJĄ SIĘ DOPIERO W CIEŚCIE – W MOMENCIE GDY PIEKARZ DODAJE WODĘ

MAGDALENA KOT

Dodawanie enzymów do żywności na skalę przemysłową rozpoczęło się w latach 30. XX w. Początkowo stosowane były w przemyśle owocowo-warzywnym do klarowania soków. Pierwsze enzymy na skalę przemysłową pozyskiwano z żołądków bydłęcych, następnie stosowano techniki fermentacyjne do pozyskiwania enzymów, współcześnie najczęściej enzymy wytwarzane są w specjalnych bioreaktorach przez pleśnie i bakterie. Ponadto w powszechnym użyciu są enzymy pochodzenia roślinnego (np. bromelaina z ananasa stosowana w celu rozluźnienia struktury glutenu w produkcji ciastkarskiej).

W chwili obecnej w przemyśle piekarskim są stosowane m.in. następujące rodzaje preparatów enzymatycznych: amylazy, proteazy, esterazy (lipaza, fitaza), lipooksygenazy. Oczywiście, każda z wymienionych powyżej grup enzymów, oddziałując na wybrane składniki mąki, pełni określoną funkcję technologiczną.

SŁÓD BOGATY w enzymy

W przemyśle piekarskim od dawna znane są metody enzymatycznej poprawy jakości produktów. Jednym z najstarszych sposobów poprawiania cech jakościowych wyrobów piekarskich oraz intensyfikacji biochemicznych procesów w półfabrykatakach było dodawanie słodu – należy do najbogatszych źródeł enzymów.

Słód zawiera głównie enzymy amylolityczne i proteolityczne w stanie aktywnym, które inicjują hydrolizę skrobi do dekstryn i cukrów, zaś białka do peptydów i aminokwasów, co w rezultacie wywołuje zmiany strukturalne w ziarnie (tzw. rozluźnienie). Kompleks enzymatyczny słodu składa się z enzymów amylolitycznych, endo-glukanaz, ksylanaz oraz proteaz. Wszystkie enzymy charakteryzują się wysoką reaktywnością, co warunkuje zastosowanie słodu jako preparatu enzymatycznego.

Największy wpływ na wskaźniki jakościowe wyrobów gotowych ma działanie enzymów amylolitycznych i proteolitycznych. Działanie tych enzymów jest ukierunkowane głównie na regulację zdolności mąki do wytwarzania i zatrzymywania gazów, zwiększenie elastyczności glutenu, zwiększenie okresu przydatności do spożycia wyrobów gotowych.

Mniejszą uwagę skupia się na pozostałych enzymach słodu, chociaż ich rola w kształtowaniu jakości wyrobów gotowych również jest istotna. Dla przykładu – wpływ enzymów lipolitycznych słodu związany z procesami hydrolizy i utleniania ma duże znaczenie dla wyrobów mącznych, w skład których wchodzi tłuszcz. Produkty przejściowe hydrolizy olejów i tłuszczów (mono- i diglicerydy), powstające pod wpływem działania enzymów lipolitycznych, mające właściwości substancji powierzchniowo czynnych mogą polepszać półfabrykaty i wyroby gotowe, podwyższając wartość biologiczną hydrolizowanego substratu. Oprócz tego enzymy lipolityczne utleniają i odbarwiają barwniki zawarte w mące, wpływając w ten sposób na wybielenie miękiszu wyrobów.

W piekarstwie słód wykorzystuje się także w postaci ekstraktu słodowego, który zawiera wszystkie cenne składniki z całego ziarna bez domieszek warstwy rogowej ziarna i błon

zewnętrznych. Tak otrzymywane ekstrakty są szeroko stosowane w produkcji piekarskiej na zachodzie Europy. W krajach nadbałtyckich są one używane jedynie przy produkcji chleba z zastosowaniem suchych zakwasów lub chleba pszennego według przyspieszonych technologii. Przy produkcji tradycyjnych gatunków chleba dodaje się wyłącznie słód (mąkę słodową). Najprostszym zastosowaniem słodu jest jego przemiał razem z ziarnem albo przygotowanie mieszanki zmielonego słodu z mąką lub też dodatek mąki słodowej do ciasta. Słód dodany w odpowiedniej ilości zapewnia:

- przyspieszony rozkład skrobi do węglowodanów rozpuszczalnych;
- powstawanie chrupkiej, złocistej i błyszczącej skórki;
- skrobię bardziej podatną na pęcznienie i kleikowanie, lepsze związanie wody, a tym samym chleb dłużej utrzymujący świeżość;
- zwiększenie elastyczności glutenu i zwiększoną objętość pieczywa.

Wadą stosowania słodu jest trudność uzyskania powtarzalności jego składu enzymatycznego, co w końcowym

Dodatek zaledwie 1 g fosfolipazy do 100 kg mąki powoduje efekt technologiczny identyczny jak przy blisko stukrotnie wyższej dawce emulgatora

SŁÓD – DOSKONAŁE ŹRÓDŁO ENZYMÓW



Słodem nazywa się ziarno (najczęściej jęczmienia) poddane kiełkowaniu w celu wytworzenia w nim enzymów. Proces ten nazywa się słodowaniem. Produkcja słodu obejmuje: czyszczenie ziarna, moczenie do wilgotności ok. 45 proc., kiełkowanie w temp. około 15°C przy przewietrzaniu i utrzymywaniu wilgotności na stałym poziomie. Kiełkowanie słodu trwa około 5-8 dni. Gdy słód już jest gotowy, jest suszony do wilgotności ok. 4 proc. i przemielany.

>>>

efekcie może przekładać się na jakość produktu gotowego. Chociaż sól nadal jest stosowany w produkcji piekarskiej, coraz częściej zastępuje się go powszechnie dostępnymi enzymatycznymi preparatami handlowymi pochodzenia mikrobiologicznego. Pozyskiwane w ten sposób enzymy zapewniają dużą wygodę w stosowaniu oraz powtarzalność efektów technologicznych. Ponadto zaletą mikrobiologicznych preparatów enzymatycznych jest ich różnorodność, która umożliwia komponowanie ich w zależności od użytych surowców, pożądanego efektu końcowego czy zastosowanej technologii.

AMYLAZY a fermentacja mąki

Amylazy są enzymami katalizującymi rozkład skrobi. W skrócie można powiedzieć, że amylazy rozszczepiają cząsteczki skrobi na krótsze elementy. Amylazy jak wszystkie enzymy działają tylko na uwodnione cząsteczki mąki, dokładnie na napęczniałą skrobię. Wśród enzymów amylolitycznych największe znaczenie mają α -amylaza oraz β -amylaza. Wymienione amylazy różnią się między sobą mechanizmem działania: α -amylaza występuje w mące w niewielkiej ilości, działając na skrobię rozrywa ją na krótkołańcuchowe dekstryny o małej masie cząsteczkowej oraz niewielkie ilości maltozy (faza upłynnienia), natomiast β -amylaza rozkłada skrobię od końca łańcucha na amylodekstryny (dekstryny o dużych cząsteczkach) oraz znaczącą ilość maltozy i innych cukrów niezbędnych podczas fermentacji (faza scukrzenia). W zasadzie to od aktywności β -amylazy zależy siła fermentacyjna mąki, warunkująca prawidłowy stopień spulchnienia pieczywa. Jednak tylko łączne działanie obu enzymów prowadzi do skutecznej hydrolizy skrobi.

α -amylaza jest najbardziej aktywna w środowisku mało kwaśnym (pH 4,7-5) i w temp. 51-66°C, natomiast β -amylaza jest aktywniejsza w środowisku bardziej kwaśnym, ale w niższej temperaturze (48-51°C). Od aktywności amylaz mąki uzależnione są m.in.: wiązanie wody przez mąkę, powstawanie lotnych substancji zapachowych, a w efekcie aromat pieczywa, zabarwienie skórki pieczywa. Do produkcji amylolitycznych preparatów enzymatycznych często stosowane są pleśnie *Aspergillus*. Otrzymana w ten sposób α -amylaza, w przeciwieństwie do amylazy słodowej, tylko w niewielkim stopniu oddziałuje na liczbę opadania mąki pszennej. Jest ona bardziej niż α -amylaza słodowa wrażliwa na działanie wysokich temperatur.

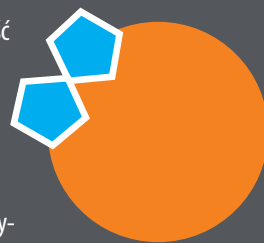
Jako źródła amylaz o wysokiej stabilności termicznej mogą również służyć bakterie z rodzaju *Bacillus*, jednak bardzo łatwo je przedozować, osiągając w efekcie pieczywo z wyraźnymi wadami w strukturze miększu.

Podsumowując: amylazy stosowane są w piekarstwie w celu poprawienia i wyrównania wartości wypiekowej mąki. Stosowane są, gdy mąka wykazuje niską aktyw-

Preparaty enzymatyczne stosuje się w niewielkich ilościach, zazwyczaj 10-100 g na 100 kg mąki

KRÓTKO O ENZYMACH

Enzymy są białkami mającymi zdolność do przekształcania szeregu związków chemicznych w inne, przy czym same pozostają w niezmienionej postaci. Nazywane są biokatalizatorami, działają szybko i skutecznie. Cechą charakterystyczną enzymów jest ich specyficzność w stosunku do substratu – konkretny enzym katalizuje przemianę jednego określonego substratu. Dzięki swojej budowie większość enzymów jest aktywna w umiarkowanym zakresie temperatury oraz pH.

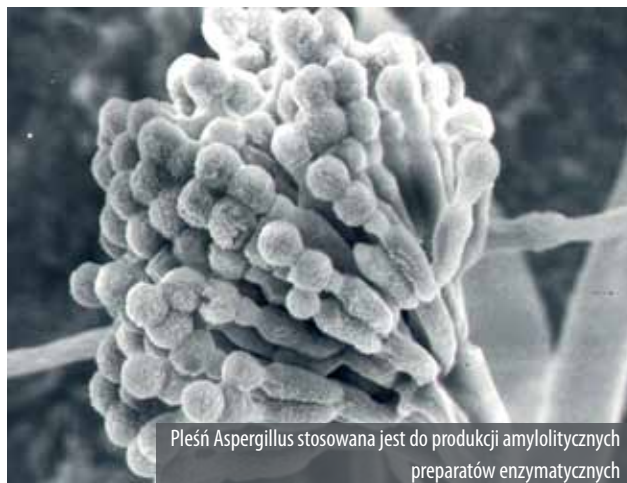


ność enzymatyczną. Poprzez dodatek enzymatycznych preparatów zawierających amylazę stabilizują się procesy fermentacyjne, wzrasta objętość pieczywa oraz poprawia kolorystykę skórki.

ENZYMY proteolityczne

Proteazy są enzymami rozkładającymi białka do prostszych form na drodze hydrolizy. Enzymy proteolityczne rozszczepiają łańcuchy glutenu, co prowadzi do jego rozmiękczenia, a następnie do całkowitego rozluźnienia jego struktury. Co ciekawe, działanie proteaz w cieście wzmacnia się po jego odstawieniu. Sprawdza się to w przypadku ciasta z mąki o mocnym, krótkim glutenie. Dodatek kompleksu proteaz do ciasta z silnej mąki może zastąpić dodatek L-cysteiny (aminokwas stosowany w piekarstwie w celu rozmiękczenia ciast z mąki wysokoglutenu), poprzez modyfikację wiązań gliadyny, a w efekcie rozluźnienie glutenu. Uzyskane pieczywo charakteryzuje się lepszymi cechami miększu oraz poprawą objętości.

Przedawkowanie enzymów proteolitycznych może pogorszyć jakość pieczywa, powodując jego niską objętość, nierównomierną porowatość i lepki miększ, stąd też często enzymy proteolityczne są składnikami kompleksowych preparatów enzymatycznych, które w swoim składzie zawierają również



Pleśń *Aspergillus* stosowana jest do produkcji amylolitycznych preparatów enzymatycznych

substancje wzmacniające strukturę ciasta. Swoje zastosowanie enzymy proteolityczne znalazły w produkcji wyrobów ciastkarskich typu herbatniki, wafle (produkty niefermentowane), gdzie wysoka elastyczność glutenu jest niepożądana, a nawet czasami dąży się do wyeliminowania go z receptury.

Proteazy stosowane jako zamienniki pirosiarczanu sodu w ciastkarskich wyrobach niefermentowanych wpływają na poprawę rozciągliwości ciasta. Enzymy proteolityczne pozyskuje się zarówno z grzybów (np. *Aspergillus*), jak z bakterii (np. *Bacillus*). Z uwagi na zróżnicowane optymalne zakresy pH, w jakich są aktywne proteazy, enzymy bakteryjne (pH od neutralnego do 8) najczęściej stosuje się do wyrobów o dłuższym okresie przydatności, natomiast enzymy grzybowe (pH ok. 5) stosuje się raczej do ciast zakwaszanych. Są to enzymy o niskiej stabilności termicznej, dezaktywowane w procesie wypieku.

HEMICELULAZY

Wśród hemicelulaz najważniejsze w piekarstwie są ksylanazy – enzymy rozkładające substancje śluzowe mąki (nierozpuszczalne pentozany). Pentozany składają się z węglowodanów, głównie z ksylozy i arabinozy, w mniejszej ilości z glukozy i galaktozy.

Pentozany (dokładnie ksylan) rozłożone przez enzym na małe cząsteczki mogą pochłaniać większe ilości wody, co powoduje wzrost lepkości oraz większy opór ciasta w trakcie wyrabiania. W kolejnym etapie uwodnione cząsteczki zostają rozłożone, oddając wodę, lepkość ciasta natomiast spada. Prawdopodobnie cząsteczki ksylanu tworzą wraz z glutenem specyficzną sieć, tym mocniejszą, im więcej w niej ksylanów. Ksylan pochłaniają wodę, której nie wystarcza dla całkowitego uwodnienia glutenu, stąd niższe objętości wyrobów z mąki ciemnej oraz żytniej. Dodatek kompleksów ksylanaz modyfikuje strukturę ciasta, redukuje nadelastyczność glutenu, w efekcie zwiększa wodochłonność, stabilność ciasta oraz objętość pieczywa. Najczęściej ksylanazy są dostępne w postaci kompleksowych preparatów zawierających również amylazę. Na rynku można spotkać także preparaty będące mieszankami samych ksylanaz o różnych aktywnościach.

MNIEJ POPULARNE enzymy

W piekarstwie stosowane są również preparaty enzymatyczne z innych grup. Przykładem mogą być preparaty zawierające fosfolipazę – enzym hydrolizujący tłuszcze mąki pszennej, dzięki czemu przekształcają się one w formy o bardzo dobrych właściwościach emulgujących. Pieczywo uzyskane z mąki z dodatkiem fosfolipazy ma nieco jaśniejszy miękisz oraz wyższą objętość. Jako ciekawostkę podam, że dodatek zaledwie 1 g fosfolipazy do 100 kg mąki powoduje efekt technologiczny identyczny jak przy blisko stukrotnie wyższej dawce emulgatora.

Inną grupą enzymów stosowanych do mąki są oksydazy, np. glikooksydaza, lipooksygenaza. Ta ostatnia działa jak substancja utleniająca, wpływając na polepszenie właściwości technologicznych ciasta i jakość pieczywa. W przypadku lipooksygenazy znaczące jest jej działanie wybielające.

Ciekawym enzymem, powoli znajdującym zastosowanie w produkcji piekarskiej, jest transglutaminaza. Ma

AKTY PRAWNE »»»

Zapisy dotyczące stosowania enzymów do produkcji żywności zawarte są we wspólnotowych rozporządzeniach: WE nr 1331/2008 oraz 1332/2008. Zgodnie z procedurą zawartą w tych rozporządzeniach zostanie sporządzona wspólnotowa lista enzymów spożywczych, które zostaną dopuszczone do stosowania w środkach spożywczych. Do tego czasu obowiązują przepisy krajowe dotyczące wprowadzania do obrotu i stosowania enzymów spożywczych i żywności produkowanej przy ich użyciu.



ona zdolność wytwarzania dodatkowych wiązań peptydowych w strukturze glutenu, wynikiem czego jest wzmocnienie tego białka, porównywalne do efektu, jaki daje użycie kwasu askorbinowego. Niestety, z uwagi na dosyć wysoki koszt produkcji nie jest ona rozpowszechniona w obróbce mąki.

STOSOWANIE enzymów

Wszystkie preparaty enzymatyczne stosuje się w niewielkich ilościach, zazwyczaj 10-100 g/100 kg mąki. Jednak nawet tak mikroskopijne na pierwszy rzut oka ilości enzymu mogą powodować określoną reakcję o znacznych konsekwencjach. Tylko jedna cząsteczka amylazy może w ciągu sekundy rozłożyć kilkadziesiąt tysięcy wiązań glikozydowych w łańcuchu skrobi, a dzięki swoim właściwościom katalitycznym funkcjonuje dalej.

Stosowanie enzymów jest możliwe w następujących warunkach:

- musi istnieć uzasadniona potrzeba technologiczna użycia enzymów;
- pełne rozpoznanie właściwości biochemicznych enzymów i surowca, do którego są dodawane;
- musi zostać dokładnie określona ich optymalna dawka.

Wszystkie enzymy stosowane w produkcji żywności muszą zostać wymienione na opakowaniu tej żywności. Konkretny enzym znakuje się poprzez podanie jego nazwy oraz funkcji, jaką pełni w gotowym środku spożywczym. Prawodawstwo dopuszcza nieumieszczanie informacji o zawartości enzymu w następujących przypadkach:

- gdy enzym jest stosowany jako substancja pomagająca w przetwarzaniu;
- gdy enzym nie pełni żadnej funkcji technologicznej w produkcie końcowym, jego w nim obecność wynika z przeniesienia ze składnikiem dodanym do środka spożywczego.

Preparaty enzymatyczne stosowane do poprawy jakości mąki oraz ciasta stosowane w mikroskopijnych ilościach nie są obecne w produktach końcowych, przy wytwarzaniu których biorą aktywny udział. Po wypełnieniu swojego zadania ulegają całkowitemu rozkładowi w trakcie wypieku. Stąd też traktowane są jako substancje wspomagające proces przetwarzania i jako takie nie podlegają obowiązkowi umieszczenia w wykazie składników w oznakowaniu produktów końcowych.

„W Piekarni, W Cukierni” TAKŻE U TWOJEGO DYSTRYBUTORA!

MAGAZYN „W PIEKARNI, W CUKIERNI” OD MARCA DOSTĘPNY JEST
RÓWNIEŻ W WIELU HURTOWNIACH NA TERENIE CAŁEGO KRAJU!
WSPÓŁPRACUJEMY Z AŻ 17 DYSTRYBUTORAMI!
ZAPRASZAMY DO WSPÓŁPRACY

APC-AGRA Glapiński Sp. jawna



45-005 Opole, ul. Budowlanych 4a
tel. 77 442 82 82, 456 43 88, 442 82 44
email: agra@apc.com.pl
www.agra.apc.com.pl

Oddziały

42-200 Częstochowa
ul. Tartakowa 32/40
tel. 34 361 42 92, fax 34 368 02 42
tel. kom. 602 663 411
e-mail: agra.czestochowa@apc.com.pl

53-264 Wrocław
ul. Grabiszyńska 231 EF
tel. 71 339 03 51, 363 11 23
e-mail: agra.wroclaw@apc.com.pl

AGART-PRO Sp. z o.o.



61 - 441 Poznań
ul. 28 Czerwca 1956r. 390
tel. 061 83 44 700, fax 061 83 44 729

Oddziały

ul. Dąbrowskiego 145, 84 - 230 Rumia
tel. 058 781 41-90, fax 058 781 41 91

ul. Logistyczna 1
55 - 040 Bielany Wrocławskie
tel. 071 733 64 50, fax 071 733 64 65

AMBASADOR 92



05-500 Piaseczno, ul. Raszyńska 13
tel. 22 711 33 33, fax. 22 711 33 34
www.ambasador92.pl

Oddziały

80-555 Gdańsk
ul. Wiślna 19 (wjazd od ul. Załogowej)
tel. 58 776 28 88, fax 58 776 28 87

12-250 Orzysz, ul. Wierzbińska 6
tel. 87 423 71 78, fax 87 423 70 77

BAYARD



41-500 Chorzów
ul. Lompy 13
tel. 32 241 65 13, 249 32 81
e-mail: bayard@bayard.pl
www.bayard.pl

BMS-G



BMS-G Pawlikowice
Pawlikowice 78
tel. 12 288 16 60, fax: 12 278 66 16
e-mail: pawlikowice@bmsg.pl

www.bmsg.pl
BMS-G Tarnów
ul. Skrzyszowska 7
tel. 14 620 16 50, 620 16 01
e-mail: tarnow@bmsg.pl
www.bmsg.pl

DROSOL Krzysztof Puz i Wspólnicy Sp. Jawna



42-500 Będzin
ul. Piastowska 29
tel. 32 761 93 25, 761 93 27
fax 32 761 93 28
e-mail: drosol@drosol.pl
www.drosol.pl

EKOM sp z o.o.



70-789 Szczecin
ul. Dąbska 70
tel. 91 462 61 28, 91 431 31 90
fax 91 464 09 76
e-mail: ekom@ekom.szczecin.pl
www.ekom.szczecin.pl

GHM Grupa Handlowo- -Marketingowa Sp. z o.o.



41-500 Chorzów
ul. Katowicka 115
tel. 32 241 08 12, fax 32 241 08 23
e-mail: ghm@ghm.pl
www.ghm.pl

BĄDŹ NA BIEŻĄCO



Informacje podane ze smakiem

MALMON

malmon

26-300 Opoczno
Mroczków Gościenny 52C
tel./fax 44 754 24 56, tel./fax 44 754 24 54
e-mail: info@malmon.eu
www.malmon.eu

MARGO Przedsiębiorstwo Zaopatrzenia Spożywczego Jerzy Szymański



ul. Niciarniana 2
92-208 Łódź
tel. 42 636 28 20, 637 48 45
fax 42 637 75 73
e-mail: handel@margo-grupa.pl
www.margo-grupa.pl

MODENA M.A Tokarski Sp. Jawna



43-300 Bielsko-Biała
ul. Katowicka 80
tel. 32 215 16 16, tel./fax 32 326 30 37
e-mail: modena@modena-mt.pl
www.modena-mt.pl

Biuro-Magazyn
43-502 Czechowice-Dziedzice
ul. Junacka 12

NESTOR



Oddziały

86-300 Grudziądz
ul. Magazynowa 3
tel. 56 643 85 09-12, fax 56 641 18 08
e-mail: www.nestor.biz.pl

80-557 Gdańsk
ul. Marynarki Polskiej 75
tel. 58 305 42 47, fax 58 320 73 46

10-449 Olsztyn
ul. Piłsudskiego 77A
tel. 89 525 18 29, fax 89 525 18 29

PHPiU Centrum



Ogorzelczyn 1A
62-740 Tuliszków
tel: 63 280 39 00, fax: 63 280 39 20
e-mail: centrum@centrumzp.pl
www.centrumzp.pl

PIEKARZ Przedsiębiorstwo Zaopatrzenia Spółka z o.o.



60-474 Poznań, ul. Czorsztyńska 1
tel. 61 842 21 51, fax 61 8479143
e-mail: piekarz@apc.com.pl
www.apc.com.pl

POLMARKUS Sp. z o.o.



44-120 Pyskowice, ul. Wyszyńskiego 62

tel. 32 30 19 100, fax 32 30 19 169
e-mail: biuro@polmarkus.com.pl
www.polmarkus.com.pl

PORT Bogdan Kurzawa



34-700 Rabka-Zdrój
ul. Kilińskiego 45b
tel. 18 267 74 46, fax 18 267 78 62
e-mail: port@poczta.fm

SAVPOL



44-100 Gliwice, ul. Sowińskiego 7
tel. 32 400 04 00, fax 32 400 04 25
www.savpol.pl

Oddziały

58-300 Wałbrzych, ul. 1 Maja 62
tel. 74 846 38 84, 842 68 23, 847 80 46
e-mail: walbrzych@savpol.pl

30-605 Kraków, ul. Fredry 2
tel. 12 266 11 65, fax 12 269 78 60
e-mail: krakow@savpol.pl

UNICUS Sp. z o.o.



41-500 Chorzów
pl. Mickiewicza 17
tel. 32 241 27 40, tel./fax 32 249 77 53
e-mail: sprzedaz@unicus.pl
www.unicus.pl



tar gi impresy wydarzenia

Impresy na poczatek roku

W tym roku odbylo sie sporo waznych impresy. Pierwszy kwartal nalezalo do branzy lodziarskiej. W styczniu odbyla sie juz 32. edycja targow Sigep, a w lutym Expo Sweet – najwiecej i doskonale rokujace polskie targi rowniez dla branzy lodziarskiej, cukierniczej i sektora HoReCa. W kwietniu odwiedzilismy Kielce, a w nich targi – BAKEPOL. Przed nami kilka waznych impresy miedzynarodowych i krajowe Polagra-Tech oraz Polagra-Food. Na biezaco bedziemy informowac o kolejnych waznych wydarzeniach. Nie zapomnijcie siegnac po nastepne wydanie „W Piekarni, W Cukierni”.

POLSKA

POLAGRA-TECH



Poznań, Polska
12-15 września 2011
www.polagra-tech.pl

POLAGRA-FOOD



Poznań, Polska
12-15 września 2011
www.polagra-food.pl



ŚWIAT



HOFEX



Hongkong, Chiny
11-14 maja 2011
www.hofex.com

BREAD 2011

Kijów,
Ukraina
7-10 czerwca
2011
www.bread-expo.kiev.ua



MODERN BAKERY



Moskwa, Rosja
10-13 października 2011
www.modernbakery-moscow.com

SIAL MIDDLE EAST



Abu Dhabi, UAE
21-23 listopada 2011
www.sialme.com

SIGEP



Rimini, Włochy
21-25 stycznia 2012
www.sigep.it

ISM



Kolonia, Niemcy
29 stycznia – 1 lutego 2012
www.ism-cologne.com



Listy do redakcji

Stowarzyszenie Rzemieślników Piekarstwa
Rzeczypospolitej Polskiej
00-246 Warszawa, ul. Miodowa 14
tel./fax: 22 635 89 68
www.stowarzyszeniepiekarzy.pl
e-mail: biuro@stowarzyszeniepiekarzy.pl

Warszawa, dn. 6 kwietnia 2011 r.

Szanowni Państwo!

Popierając oraz włączając się w przedsięwzięcie zapoczątkowane przez Piekarnię-Cukiernię CHRUPEK ze Złotowa, kieruję do Państwa treść listu wystosowanego przez Kolegów inicjatorów:

„Wiadomości, które docierają do nas z Japonii po 11 marca nikogo nie mogą pozostawić obojętnym. Ogrom ludzkiej tragedii i zniszczeń poraża! Trzęsienie ziemi o niespotykanej skali, tsunami, a na dodatek katastrofa w elektrowni atomowej – to wszystko rozgrywało się niemal na naszych oczach. Amatorskie nagrania pozwalają jak rzadko kiedy doświadczyć choć namiastki dramatu Japończyków. Jak na ironię, natura dała światu taką bolesną lekcję pokory w kraju tak bardzo zaawansowanym technologicznie.

Niestety kolejne dni po tragedii ukazują coraz tragiczniejszy bilans zdarzeń. Sami Japończycy przyznają, że kraj nie był tak zniszczony od II wojny światowej. W rejonach dotkniętych kataklizmem zaczyna brakować paliwa i żywności.

Puste półki w sklepach, gigantyczne kolejki po żywność czy benzynę, reglamentacja towarów; skąd my to wszystko znamy?

Wobec natury wciąż jesteśmy bezbronni, ale nie oznacza to, że mamy być beczynni wobec nieszczęścia innych ludzi. Polacy wiedzą to doskonale i potrafią w takich momentach wspaniale się mobilizować. Nie jesteśmy oczywiście w stanie wysłać do Japonii mąki, cukru czy chleba; nie miałyby to zresztą większego ekonomicznego sensu.

Ale możemy japońskim kolegom pomóc finansowo. Oni sami tam na miejscu najlepiej będą wiedzieli, na co przeznaczyć fundusze, do których zbierania, wraz z Kolegami ze Złotowa, bardzo gorąco Państwa zachęcam. Liczy się każda ofiarowana złotówka.

Choć w ten symboliczny sposób podzielmy się z nimi kawałkiem polskiego chleba! Datki prosimy wpłacać na konto Stowarzyszenia w Banku PKO BP S.A. XV O/Warszawa, nr:

76 1020 1156 0000 7002 0007 5572, koniecznie z dopiskiem: „Pomoc dla japońskich piekarzy”.

Wierzę, że nie zostaną Państwo obojętnymi na tę sprawę.

STANISŁAW BUTKA
PREZES ZARZĄDU GŁÓWNEGO
STOWARZYSZENIA RZEMIEŚLNIKÓW PIEKARSTWA RP

