www.mistrzbranzy.pl

Mistrz branży

Nowoczesny poradnik dla piekarzy, cukierników i lodziarzy

ISSN 2084-8439 lipiec 2024

Sklepy online
kupuj i sprzedawaj przez Internet

Śląski Chachor piecze chleb

Cold brew idealne na lato

Prawo o zakazie konkurencji

Zawsze jest sezon na czekoladę!

Sylwia Halama, Capuccino Cafe, zwyciężczyni III Mistrzostw Polski na Pralinę

APLIKACJA LESAFFRE & ME

BAKING WITH LESAFFRE

WYGODA I FUNKCJONALNOŚĆ!

1 INFORMACJE O PRODUKTACH

2 AUTORSKIE RECEPTURY

3 DEDYKOWANE NARZĘDZIE DR BREAD

4 PROGRAMY LOJALNOŚCIOWE

LESAFFRE

www.lesaffre.pl

Akademia **Cukiernicza**

Warsaw Academy of Pastry Arts

Warsaw Academy® OF PASTRY ARTS by Sempre

Podstawy Cukiernictwa | Monoporcje | Makaroniki | Vege Desery | Torty i Tarty | Eklery | Croissanty | Lody Rzemieślnicze | Francuskie Wypieki | Konfekcja Czekoladowa | Draże | Serniki | Nowoczesne Owocowe Cukiernictwo i wiele innych

ZAREZERWUJ MIEJSCE NA
WWW.WAPAS.PL

Sempre® SKLEP CUKIERNICZY

Szeroki asortyment produktów dla lodziarni i cukierni, na wszystkie sezony. Oferujemy wiedzę, doradztwo i atrakcyjne oferty dla stałych klientów.

Cukieteria.pl® Źródło słodkości on-line

Nowości jak i najpopularniejsze komponenty i mieszanki do lodów, Decorgele, Owoce w żelu, Fondy do śmietan, Czekolady, Prawdziwy marcepan i nugaty, Pulpy owocowe, Formy, Akcesoria, sprzęt, opakowania i wiele innych.

Sempre Group to:

Sklep Internetowy: www.**cukieteria.pl**
+48 601 767 272 | +48 601 273 637

Sklep Stacjonarny: www.**sempreinfo.pl**
22 734 20 18 | +48 668 884 166

Akademia Cukiernicza: **www.wapas.pl**
+48 532 403 425 | +48 733 314 543

Wiejska 13A **Pruszków**

Tort czy pralinka?

Tort to słodka sztuka. Wymaga sporo pracy i talentu. Jest wielowarstwowy, posiada różnorodne struktury. A wielość zamkniętych w nim smaków sprawia, że jego twórca musi być mistrzem harmonii. Tort powinien nie tylko idealnie smakować, ale też zachwycać warstwą wizualną. Czy w cukiernictwie istnieje coś trudniejszego? Tort w maleńkim wydaniu! Pralinka! Wbrew pozorom praca nad pralinkami pochłania tyle samo czasu i energii co kilkupiętrowy weselny kolos. Tworzenie pralinek to zdecydowanie zadanie dla ambitnych, skrupulatnych i cierpliwych. Takie cechy posiada właśnie goszcząca na naszej okładce zwyciężczyni 3. edycji Mistrzostw Polski na Pralinę Sylwia Halama. Jako „torciara" z wieloletnim doświadczeniem przyznaje, że to właśnie czekolada sprawiła, że pokochała cukiernictwo i rozwinęła skrzydła. To właśnie pracy z czekoladą jest całkowicie oddana, przekonuje też, że, wbrew utartym schematom, zawsze jest na nią sezon.

Czekolada ma swój czas. Cukiernicy coraz lepiej ją rozumieją, a konsumenci szanują. Nie tylko czekolada, ale również kobiety mają swój czas w cukiernictwie, co potwierdza frekwencja płci pięknej w finale wspomnianego konkursu. Czyżby do tej pory kobiety nie były na tyle utalentowane i zaznajomione ze sztuką temperowania czy produkcji ganache'u? Okazuje się, że jedyne, czego im brakowało, to determinacja i odwaga, by pokazać ten talent oraz umiejętności jury oraz publiczności.

Oprócz talentu do dekorowania tortu, pieczenia chleba czy wylewania pralin potrzebna jest jeszcze jedna ważna cecha – umiejętność pokazania siebie jako ich twórcy. Cieszymy się, że na naszych okładkach stawiamy na wizerunki ludzi. I że goszczą na nich właśnie nazbyt często i nazbyt skromne kobiety branży.

Redakcja Mistrza Branży

CHLEB

BETA

PSZENNO-OWSIANY
Z NATURALNYM
BETA-GLUKANEM

BAKING WITH LESAFFRE

w 100 g
chleba BETA mamy aż

1,18 g
beta
-glukanu!*

**korzystne działanie występuje w przypadku spożywania dziennie 3 g beta-glukanów (około 6 kromek).*

BAKE FOR SMILE. WITH LESAFFRE

BAKE FOR CARE. WITH LESAFFRE

MIESZANKA

DO PRODUKCJI PIECZYWA PSZENNO-OWSIANEGO Z NATURALNYM BETA-GLUKANEM

- kombinacja mąki owsianej pełnoziarnistej (aż 74% owsa) oraz zakwasu żytniego
- równomierna porowatość
- chrupiąca skórka
- charakterystyczny delikatny smak

- β-glukany to wartościowe składniki żywności funkcjonalnej
- regularne stosowanie może ograniczyć ryzyko chorób układu krążenia i cukrzycy typu 2
- wysoka zawartość błonnika i manganu
- źródło białka, cynku, fosforu, magnezu i miedzi

- 50% mieszanka piekarska
- worek 25 kg

x 2

Do 31 lipca br. podwajamy punktację w aplikacji za zakup tej mieszanki! Każdy zeskanowany kod QR to 50 punktów!

LESAFFRE

Zapraszamy do akcji
z kodami QR w aplikacji
Lesaffre & me

Zapraszamy do kontaktu
z Zespołem Handlowym oraz na strony
www.lesaffre.pl, www.interactivebakingcenter.com

Mistrz branży

Portal i poradnik drukowany

Redakcja i Marketing
ul. Klimczoka 9, 40-857 Katowice
redakcja@MistrzBranzy.pl
marketing@MistrzBranzy.pl

Natalia Aurora Ignacek
P.O. Redaktor Naczelnej
aurora@MistrzBranzy.pl
+48 605 628 326

Beata Sitarz
Menadżer Produktu
sitarz@MistrzBranzy.pl
+48 881 610 668

Agnieszka Mrukowicz
Menadżer Produktu
mrukowicz@MistrzBranzy.pl
+ 48 881 610 669

Wydawnictwo Grupa 69

ul. Klimczoka 9
40-857 Katowice

Redaktor Techniczny
Przemysław Ścierski
p.scierski@MistrzBranzy.pl
+ 48 881 44 00 88

Dział Prenumeraty i Kolportażu
prenumerata@MistrzBranzy.pl
+48 881 610 660

Korekta
Iwona Guzik

DTP
Patrycja Krzemień

konto bankowe
27 1140 2004 0000 3502 8222 7728

www.MistrzBranzy.pl

Wszelkie prawa zastrzeżone.
Żaden z utworów zawartych w czasopiśmie (w całości ani w części) nie może być bez pisemnej zgody Wydawcy wykorzystany lub użyty na jakimkolwiek polu eksploatacji, w tym nie może być w jakikolwiek sposób powielany ani rozpowszechniany (w tym w formie elektronicznej, przez digitalizację, publikacje i rozpowszechnianie w Internecie). Wykorzystanie utworów bez zgody podlega odpowiedzialności prawnej.
Redakcja nie ponosi odpowiedzialności za treść reklam i ogłoszeń.
Redakcja nie zwraca materiałów niezamówionych oraz zastrzega sobie prawo do skracania i adiustacji tych tekstów oraz zmiany ich tytułów.
Wszelkie znaki firmowe i towarowe oraz zrzuty ekranowe są zastrzeżone przez ich właścicieli i zostały użyte wyłącznie w celach informacyjnych.
W czasopiśmie wykorzystano zdjęcia przesłane przez autorów oraz z serwisów: 123RF, iStockphoto, Stock.XCHNG

Mistrzyni czekolady 8

Aromatyczne ochłodzenie 26

Spis treści

Rozmowa Mistrza Branży

Czekolada przepustką do spełnionych marzeń – rozmowa z Sylwią Halamą 8

Kawiarnia pachnąca marcepanem – rozmowa z Alicją Derdoń 14

Niby chachor, a robi tyle dobra – rozmowa ze Stanisławem Kulczyną 20

Mistrz produkcji

Allsupply – wszystko w jednym miejscu 25

Cold brew – kawy i herbaty na zimno 26

Kremy gotowane 30

Słodkie wegańskie 36

Mleko A2 – bezpieczna alternatywa dla osób z alergią na mleko 40

Lekkie i puszyste zefirki 44

Gdzie diabeł nie może, tam Rzemieślnika pośle 48

Naturalnie chronione pieczywo 50

Custard, ganache i crème pâtissière 30

Lekkość w najsłodszej formie 44

Do kogo należy twoja receptura? 64

Mistrz zarządzania / sklepy online

Czy twoja firma potrzebuje WWW 54
Cukieteria.pl – stawiamy na sprzedaż online 58
Republika Smaku – wyjątkowe miejsce dla miłośników cukiernictwa 60
Kim są klienci twojego sklepu internetowego 62
Co w prawie piszczy 64

Flesh news

Wielkie otwarcie: Cukrownia Ciocho i DESEO Patisserie 68
Rekordowe lody 69
Łączy nas chleb – Festiwal Miast Partnerskich Katowic 70
Akademia Liderów Gastronomii – relacja z debaty 72
Piekarnia Kucharskiego Paweł Mieszała – ambasadorem Terravita 74

Indeks firm

Allsupply 25
Axel 69
Boiron 56
Cukieteria.pl 57
Geth 49
Kandy 33
Lesaffre Polska ..... II okł., 5
Naturalnie.eco 53
Master Baker 43
Plus ..... III okładka
Prenumerata Mistrza Branży 47
Republika Smaku 61
Stowarzyszenie Rzemieślnik 39
Targi EuroGastro ..... IV okł.
Unox 19

CZEKOLADA PRZEPUSTKĄ do SPEŁNIONYCH MARZEŃ

CHOĆ BRANŻĄ CUKIERNICZĄ ZAINTERESOWAŁA SIĘ, TWORZĄC ARTYSTYCZNE TORTY, DOPIERO CZEKOLADA SPRAWIŁA, ŻE POSTANOWIŁA ZAPUŚCIĆ W NIEJ KORZENIE. W MARCU 2024 R. STANĘŁA NA NAJWYŻSZYM MIEJSCU PODIUM III EDYCJI MISTRZOSTW POLSKI NA PRALINĘ, PODBIJAJĄC SERCA ORAZ PODNIEBIENIA JURY SMAKAMI LEMONIADY I AGRESTU.

***SYLWIA HALAMA** Z CAPUCCINO CAFE WIERZY, ŻE W CUKIERNICTWIE NADCHODZI CZAS KOBIET I CZEKOLADY.*

Rozmawiała: **Natalia Aurora Ignacek**

Natalia Aurora Ignacek: Sylwio, branża usłyszała o Tobie podczas tegorocznego finału III Mistrzostw Polski na Pralinę, które wygrałaś. Zdaje się jednak, że w cukiernictwie nie działasz od wczoraj. Kiedy i jak weszłaś w ten słodki świat?

Sylwia Halama: Można powiedzieć, że szeroko pojętym cukiernictwem zajmuję się od zawsze. To ja byłam tą osobą, która przygotowywała słodkości z okazji świąt i spotkań rodzinnych. Z zawodu jestem ekonomistą, więc cukiernictwo to totalnie inna bajka.

Jako mama dwójki dzieci któregoś dnia zaczęłam piec dla nich „wymarzone torty". Przy okazji publikowałam zdjęcia moich prac na portalach społecznościowych. Tak zrodziła się pasja, która stała się pracą. Obecnie moi synowie mają 16 i 18 lat. Gdy byli mali, podejmowałam różne zajęcia, aby się nimi opiekować. Pracowałam jako urzędnik, sprzedawca, a w zawodzie cukiernika od lipca 2019 r.

Od razu trafiłaś do Capuccino Cafe?

Jeszcze zanim związałam się z cukiernictwem, przez 6 lat pracowałam jako kierownik Bistro w Tesco w Gdyni. W 2019 r. moja pasja stała się pracą. W Capuccino Cafe pracuję od kwietnia 2022 r. Zajmuję się pralinkami, tabliczkami i dekoracjami z czekolady. Mam „wolną rękę" w tworzeniu smaków, więc można powiedzieć, że każda pralinka, której spróbujesz w kawiarni, jest moją autorską recepturą.

Nie dziwi mnie Twoja wygrana, wiedząc, że w pracy zajmujesz się głównie czekoladą. Na swoich mediach społecznościowych nadal publikujesz jednak także zdjęcia pięknych, artystycznie dekorowanych tortów.

Tortami okolicznościowymi zajmowałam się wcześniej i przez długi czas to była moja domena, zanim poznałam świat czekolady. Obecnie czasami wspomagam dekoratorki, ale zajmuję się głównie moją ulubioną czekoladą. Torty, które upubliczniam w internecie, to prywatna twórczość – słodkie upominki dla bliskich.

Dlaczego czekolada okazała się ciekawsza niż torty? Za co ją pokochałaś?

Czekoladę uwielbiam za jej możliwości.

Można z niej wyczarować biżuterię cukierniczą – pralinki i niezwykłe konstrukcje. Niemal wszystko, co można sobie wyobrazić. I jest jednak nieco trwalsza niż tort wykonany z kremu i biszkopta. Daje możliwość wykazania się kreatywnością w komponowaniu tekstur, smaków, kolorów i kształtów.

Gdy postanowiłam zmienić wszystko i zacząć pracować w cukiernictwie, pierwsze ziarenko miłości do czekolady zasiał we mnie w 2019 r. Kacper Barzyk. To on nauczył mnie podstaw pracy z czekoladą i tworzenia pralin. Pod koniec 2019 r. odbyłam szkolenie: świąteczne inspiracje w Callebaut z Maciejem Majzonem-Wójtowiczem. Uświadomiło mi ono, że cukiernictwo, czekolada, to jest to, co chcę robić, że w tym kierunku chcę się rozwijać. Firma, gdzie pracowałam, nie dawała takich możliwości, więc uczyłam się sama, inspiracji szukałam w internecie, na Pintereście i innych stronach. Gdy w kwietniu 2022 r. zaczęłam pracę w Capuccino Cafe, kształciłam się u Salvatore Toma (z dekoracji czekoladowych) i Igora Zaritskiyego (z pralin, trufli i rzeźby czekoladowej). Te niesamowite warsztaty dodały mi skrzydeł i pewności siebie.

Jak jako dekoratorka tortów i chocolatierka odbierasz te dwie sztuki tworzenia? Co jest trudniejsze? Jakie są podobieństwa i różnice między jedną a drugą pracą?

Trudno porównywać dekorowanie tortów z robieniem pralin. Przy obu wymagane są pewna wiedza i precyzja, zmysł artystyczny. Torty są obecne w naszych domach przy każdej uroczystości, natomiast wydaje mi się, że pralinki nie są jeszcze powszechnie znane. Wiele osób wciąż pyta, co to jest pralinka.

Trudność wykonania jest podobna – zarówno przy torcie, jak i pralince efekt końcowy powinien zachwycać z zewnątrz i wewnątrz, być ucztą dla oka i podniebienia. Różnica jest tak naprawdę w rozmiarze. Tort jest większy, myślę, że nikt z nas nie wyobraża sobie bez niego urodzin, wesela i innych uroczystości. Natomiast pralina jest dla mnie cukierniczą biżuterią. W jednej maleńkiej słodkości, jednym kęsie, można zamknąć niezwykłe połączenia smaków, tekstur. I to jest właśnie bardzo trudne, ponieważ łatwo „przedobrzyć" i zgubić smak samej czekolady.

FOT. EDWARD TRZECIAKIEWICZ, GOOD LOOKIN FOOD

Zatem jakie są kluczowe umiejętności podczas tworzenia pralin i pracy z czekoladą?
Przede wszystkim wyczucie temperatury. Od tego zależy efekt końcowy, czy czekolada będzie błyszcząca na powierzchni i krucha. Ważne jest również przechowywanie w odpowiedniej wilgotności i z dala od światła, niewłaściwe warunki wpływają niekorzystnie na jej strukturę.

Gdzie szukasz inspiracji do swoich prac? Masz branżowych idoli?
Mam dwóch czekoladowych guru, są to Amaury Guichon i Luis Amado. Bardzo chciałabym poznać ich osobiście, mieć możliwość uczestniczenia w ich szkoleniach.

Czy pralinki i inne wyroby czekoladowe są na stałe w ofercie Capuccino Cafe? W wielu cukierniach pojawiają się tylko sezonowo...
Tak, pralinki są w stałej ofercie w Sopocie, mam nadzieję, że niedługo będą dostępne również w drugiej kawiarni w Jastarni. Czekolada jest bardzo ważna w ofercie kawiarni, gdyż praktycznie cała się na niej opiera, oprócz pralin, tabliczek, to jeszcze torty, monoporcje, nadzienia do makaroników. Wzrost zainteresowania konfekcją czekoladową jest bardzo zauważalny. Coraz więcej gości kupuje tabliczki i praliny jako upominki.

Jednym z ważnych powodów organizacji Mistrzostw Polski na Pralinę jest właśnie wzrost świadomości konsumenckiej (jak też branżowej) na temat czekolady. Co Tobie osobiście dał udział w tym wydarzeniu?

Udział w Mistrzostwach Polski na Pralinę dodał mi pewności siebie! Uwierzyłam, że to, co tworzę, jest smaczne, zaskakujące. Być docenioną przez takie grono jurorskie to dla mnie, osoby, która tak na dobrą sprawę jest samoukiem i pasjonatem, coś naprawdę wielkiego.

Długo zajęły Ci przygotowania? Skąd wziął się pomysł na finałowe pralinki?

Do konkursu przygotowywałam się przez około 2 tygodnie. Mój pomysł na praliny musiał być zgodny z tematem tegorocznej edycji, który brzmiał „zapomniane smaki". Jeśli chodzi o pralinę formowaną – lemoniada, już jakiś czas miałam w głowie ten smak, było to wspomnienie z dzieciństwa, lata spędzonego u dziadków. Zmieniłam tylko formę wizualną i kolorystykę. Druga pralina, ta w formie ciętej – agrest w czekoladzie – sprawiła mi więcej kłopotu. Wahałam się pomiędzy rabarbarem, agrestem i czerwoną porzeczką. Finalnie wygrał agrest.

Bardzo chciałam zaskoczyć formą podania. Oglądając zdjęcia z poprzednich edycji, wiedziałam, że musi to być coś nieszablonowego, innego. Postanowiłam zrobić szkatułkę w 100% z czekolady, w całości jadalną, z wysuwaną szufladką. I to był strzał w 10, bo jury chyba do końca nie wierzyło, że jest wykonana z czekolady, na potwierdzenie odłamano kawałek frontu szuflady.

Konkurs był bardzo wymagający. Pracować z czekoladą na hali targowej w mocno zmiennych warunkach nie jest łatwo. Trzeba też zaopatrzyć się w najdrobniejszy sprzęt potrzebny do stworzenia pralin.

A jednak było warto! Zdobyłaś cenne nagrody, ale zdaje się, że tego typu wydarzenia dają też coś więcej. Po każdej edycji obserwuję zawiązywanie się nowych trwałych znajomości branżowych.

Mistrzostwa Polski na Pralinę był drugim konkursem, w którym brałam udział. Pierwszy odbył się miesiąc wcześniej – na Expo Sweet w Warszawie zdobyłam brązowy medal za duży eksponat dekoracyjny. Rzeczywiście oprócz nagród zyskałam cudownych znajomych, którzy też uczestniczyli w konkursie, wciąż mamy ze sobą kontakt. Poznałam innych wspaniałych cukierników, zaczynam realizować się jako trener na warsztatach z czekolady. Otwierają się przede mną drzwi, które wcześniej były zamknięte. Polecam udział w tego typu rywalizacjach, bo to szansa, aby pokazać siebie, przełamać lęki, zyskać odwagę, żeby zawalczyć o siebie i swoje marzenia.

W konkursie zdecydowanie przeważały kobiety. Jak myślisz, z czego to wynika? Kobiety bardziej lubią, czują czekoladę? Czy to znak czasów w cukiernictwie w ogóle?

U mnie w pracy, w zespole, większość również stanowią kobiety. Myślę, że dobrze to ujęłaś – to znak czasów w cukiernictwie. Czy kobiety mają szczególne predyspozycje do pracy twórczej z tym surowcem? Myślę, że mamy sporo wrodzonych cech, które temu sprzyjają, takich jak cierpliwość, skrupulatność. Przy pracy z czekoladą potrzebne są też dokładność, precyzja, szczegółowość.

Poza tym, ja chciałam pokazać, co potrafię, wyjść poza strefę komfortu. Kobiety są teraz pewniejsze siebie, silniejsze, waleczne. Przestajemy analizować, po prostu działamy. Przeczytałam ostatnio u mojej koleżanki, która też odnosi sukcesy, ale w innej branży, że „statek w porcie jest bezpieczny, ale nie po to buduje się statki, a wszechświat sprzyja ludziom w działaniu" i to się sprawdza, poza tym, co szkodzi spróbować? Biorąc udział w konkursie, czułam, że to mój czas, że chcę się sprawdzić, spełniać marzenia i mierzyć wysoko.

Jakie to marzenia?

Moje zawodowe plany – dalszy rozwój, czuję, że to moje 5 minut i chcę je w pełni wykorzystać. A marzenia? Właśnie niedawno – 17 marca 2024 r. – jedno spełniłam i czuję, że wszystkie pozostałe się spełnią, tylko potrzeba trochę cierpliwości i czasu.

Mam przy sobie wspaniałych ludzi, którzy bardzo kibicują i dobrze mi życzą. Dziękuję Błażejowi, mojemu mężowi, przyjaciołom za to, że są przy mnie.

Samo wejście w cukiernictwo okazało się dla mnie początkiem wspaniałej przygody. Uwielbiam tę pracę za nieograniczone możliwości tworzenia. W tej branży tylko wyobraźnia może postawić granicę. Tu nie ma monotonii!

Jeszcze raz serdecznie gratuluję wygranej i dziękuję za rozmowę! ■

Sylwia Halama

Pralina z formy – lemoniada

Korpus – czekolada yuzu

Żelka

Skórka i sok z limonki	**80 g**
Dekstroza	**20 g**
Cukier	**18 g**
Kwasek cytrynowy	**1 g**
Cukier	**7 g**
Pektyna	**6 g**

Ganache

Śmietana	**180 g** (155 g po infuzji)
Mleczna czekolada	**240 g**
Glukoza	**20 g**
Dekstroza	**15 g**
Masło	**20 g**

Listki mięty (jedna doniczka)

Pralina cięta - agrest

Czekolada ciemna do oblania

Ganache

Śmietana	**165 g**
Wanilia	**1 g**
Miód	**75 g**
Czekolada mleczna	**340 g**
Masło kakaowe	**20 g**
Masło	**30 g**

Żelka

Agrest	**300 g**
Cukier	**145 g**
Glukoza	**15 g**
Pektyna	**15 g**
Kwasek	**2 g**
Woda	**20 g**

PLUS HANDLUJE

ZMIENIAMY SIĘ NA PLUS

Platforma sprzedażowa ALLEGRO
hurtownia_plus__

OFERUJEMY PRODUKTY FIRM:

BUNGE, CALLEBAUT, Dijo FUN&FOOD, BARBARA LUIJCKX, terravita, AKO, KROS, Dawn

WYSYŁAMY:

InPost out of the box, DHL, dpd, allegro one

Rozpoczęliśmy nowy etap naszej działalności - sprzedaż na platformie allegro

Dzięki temu jesteśmy dostępni nie tylko w województwie łódzkim, ale docieramy również do najbardziej odległych zakątków Polski. Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom naszych klientów sukcesywnie rozszerzamy naszą ofertę.

DZIĘKUJEMY ZA ZAKUPY I ZAPRASZAMY PONOWNIE

+48 42 674 69 45

www.plus.biz.pl

Organizator:

PTAK WARSAW EXPO

ufi Member

EUROGASTRO

28. edycja

WORLD HOTEL

17-lecie

Międzynarodowe Targi Rozwiązań dla Branży HoReCa

11-13 MARCA 2025

ZAREJESTRUJ SIĘ

www.eurogastro.com.pl

Aleja Katowicka 62, 05-830 Nadarzyn | info@warsawexpo.eu | www.warsawexpo.eu | / warsawexpo

KAWIARNIA PACHNĄCA MARCEPANEM

Rozmawiała: **Katarzyna Szarek**

KAWIARNIA MOJA Z OLSZTYNA, PROWADZONA PRZEZ ***ALICJĘ I TOMASZA DERDONIÓW****, NIE TYLKO SERWUJE SMACZNE WYPIEKI, ALE NIESTRUDZENIE PROMUJE SŁODKĄ HISTORIĘ ZWIĄZANĄ Z WARMIĄ. SPRÓBUJEMY TU PRAWDZIWEGO MARCEPANU KRÓLEWIECKIEGO, A NAWET NAUCZYMY SIĘ GO PRZYGOTOWYWAĆ!*

Katarzyna Szarek: Pierwszy nasz kontakt dotyczył tematu śliwki – suski sechlońskiej w czekoladzie, która incydentalnie pojawiła się w Państwa kawiarni. Już wiedziałam, że pokazywanie gościom słodyczy, także w kontekście historycznym, jest dla Was ważne. Czy mam rację?

Alicja Derdoń: Tak, jak najbardziej. Wertowanie starych książek kucharskich, czasopism i własnych domowych zasobów sprawia nam dużą frajdę. Uwielbiamy czytać (również między wierszami), analizować, wyobrażać sobie smaki i starać się je odtwarzać, korzystając z posiadanych surowców. Z wielkim szacunkiem odnosimy się do historii, nie tylko słodyczy.

Intryguje mnie nazwa kawiarni, którą prowadzi Pani z mężem Tomaszem – Moja. To może być silne zaznaczenie swojej własności, ale z punktu widzenia gości może to być także miejsce, które jest dla kogoś przyjemne, takie

„jego"; miejsce, gdzie czuje się jak u siebie i może powiedzieć – Moja ta kawiarnia! Czy stąd wziął się pomysł na nazwę, czy jednak z czegoś innego?

Bardzo trafnie odczytała Pani naszą intencję związaną z wyborem nazwy. Od początku chcieliśmy, by to miejsce było określane zaimkiem „moja" przede wszystkim przez naszych gości. Staramy się słuchać ich uwag i sugestii, by mogli nazwy „Moja" używać z pełnym przekonaniem. Z tego powodu słyszymy czasami zabawne wyjaśnienia gości w trakcie telefonicznego umawiania się, że nie są właścicielami tej kawiarni.

Prowadzą Państwo lokal w Olsztynie na Mazurach. Interesujecie się historią tego regionu? I co jest w nim takiego, że warto go odwiedzić?

Przepraszam, na wstępie muszę dokonać małego sprostowania. Olsztyn jest położony na Warmii, nie na Mazurach.

Tak, interesujemy się historią, bo nie da się oderwać tradycji kulinarnych regionu od jego historii. Różnego typu zawirowania historyczne miały olbrzymi wpływ na naszą kuchnię. Nawiążę tutaj do historii związanej z rozkwitem cukiernictwa w Królewcu. Królewiec był miastem portowym, handlowym oraz centrum administracyjnym i kulturalnym Prus Wschodnich. Te uwarunkowania sprawiły, że pod koniec XVIII wieku osiedliło się w nim wielu cukierników, którzy przyjechali tu z Gryzonii (Szwajcaria). Królewiec był dla nich rajem. Z jednej strony miasto, w którym jest bezpośredni dostęp do egzotycznych produktów przywożonych statkami (kakao, kawa, herbata, cukier trzcinowy, migdały, cytrusy itp.), z drugiej strony dużo osób odwiedzało go w celach urzędowych, turystycznych, kulturalnych i biznesowych. Cukiernie i kawiarnie miały się tu świetnie. Jako uzasadnienie mojej opinii nadmienię, że największa kawiarnia-cukiernia mogła ugościć naraz 1000 osób, a takich lokali w Królewcu było wiele.

Jeśli chodzi zaś o historię Olsztyna i jego okolic, to nasza dzisiejsza kuchnia regionalna jest mieszanką smaków warmińskich, litewskich, ukraińskich i polskich. Jest to efekt napływu na te tereny przesiedleńców, którzy czasami z wyboru, a czasami z przymusu właśnie tu się osiedlili, a z upływem lat ich smaki zaczęły się przenikać.

Mieliście już wcześniej doświadczenie z cukiernictwem czy Wasza cukiernia to pierwszy taki projekt?

Nasze życie zawodowe było od początku związane z gastronomią i trochę zahaczyło o hotelarstwo. Kawiarnia z cukiernią jest naszym autorskim projektem.

BRUKOWIEC MAZURSKI ZOSTAŁ WPISANY NA LISTĘ PRODUKTÓW TRADYCYJNYCH W 2010 ROKU W KATEGORII „WYROBY PIEKARNICZE I CUKIERNICZE W WOJ. WARMIŃSKO-MAZURSKIM". RÓŻNIŁ SIĘ OD ZWYKŁYCH PIERNIKÓW PRZEDE WSZYSTKIM FAKTURĄ ZEWNĘTRZNĄ, CO BYŁO EFEKTEM ROBIENIA PIERNIKA Z KULECZEK – PRZYPOMINAŁ BRUK (STĄD JEGO NAZWA)

Jakie słodycze, ciasta typowe dla Warmii można zamówić w Waszej kawiarni?

Spośród naszych regionalnych słodyczy mamy marcepan królewiecki, który jest sprzedawany w kilku formach (w kształcie muszli świętego Jakuba, medalionu z Kopernikiem i marcepanków królewieckich z różnymi nadzieniami) oraz brukowiec mazurski (rodzaj piernika z dodatkiem syropu buraczanego, nadziewany powidłami śliwkowymi). Te słodycze figurują na oficjalnej Liście Produktów Tradycyjnych Województwa Warmińsko-Mazurskiego zatwierdzonej przez Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi.

W ofercie mamy również inne produkty, które były i są bardzo popularne w naszych domach, np. drożdżowe rogaliki z kruszonką, sezonowy kruchy placek z truskawkami i rabarbarem, torcik kawowo-orzechowy (orzechowy biszkopt przełożony klasycznym maślanym kremem kawowym na bazie żółtek oraz dżemem z czarnej porzeczki), drożdżowy makowiec, babę drożdżową wielkanocną, szarlotkę, torcik owocowo-śmietankowy oraz wiele innych ciast, a także chleby na zakwasie bez dodatku drożdży. Wszystko jest oparte na naturalnych produktach (np. jabłka, mak), które są przez nas obrabiane i doprawiane, tak by miały wpływ na smak finalny. Nasza witryna sprzedażowa wypełniona jest też całym arsenałem ciasteczek kruchych, które pieczemy i pakujemy w torebeczki do zabrania ze sobą.

Nie mogę nie zapytać o jakość ciast, choć jak gdzieś kupuję, to krępuję się pytać, by nie wyjść na natrętną klientkę. Z czego przygotowujecie masy? Czy np. drożdżówki/ciasta drożdżowe są robione na bazie masła?

To bardzo dziwne, że nie ma Pani odwagi pytać o skład czegoś, co Pani kupuje. Dla nas jest rzeczą naturalną, że goście chcą wiedzieć, co jedzą. W dzisiejszych czasach, gdy dba się o zdrowie, pytanie o skład nie jest czymś niestosownym. Wiele osób ma uczulenia, alergie, nietolerancje lub określone nawyki żywieniowe, np. jedzą wegańsko, więc takie informacje są bardzo ważne.

Używamy masła, śmietany zwierzęcej, jajek w skorupkach (nie z proszku czy kartonika), smalcu, świeżych drożdży. Czasami zdarza nam się na specjalne życzenie klienta przygotowywać ciasta wegańskie lub bezlaktozowe, ale w stałej ofercie ich nie mamy.

Porozmawiajmy o marcepanie. Przyznam szczerze, że znam go tylko z fabrycznych cukierków i batoników. Czym jest marcepan i jak się go przygotowuje?

Trzeba to koniecznie nadrobić, więc zapraszamy! Marcepan można uznać za najstarszy wyrób cukierniczy świata. Pierwsze wzmianki o nim pojawiły się już w II-III wieku naszej ery w Persji. Do Europy przywędrował w XI-XII wieku. Skład marcepanu jest bardzo prosty: migdały i cukier. W tym wszystkim najważniejsze są pro-

W KAWIARNI ORGANIZOWANE SĄ RÓWNIEŻ WARSZTATY PROMUJĄCE MARCEPAN KRÓLEWIECKI. W CZASIE WARSZTATÓW UCZESTNICY POZNAJĄ HISTORIĘ MARCEPANU NA ŚWIECIE, W EUROPIE ORAZ MARCEPANU KRÓLEWIECKIEGO. KOLEJNYM ETAPEM JEST WYKONANIE WŁASNEGO MARCE PANU KRÓLEWIECKIEGO Z PRZYGOTOWANEJ WCZEŚNIEJ MASY

porcje – im więcej migdałów, tym wyższa jakość marcepanu. Są marcepany, które mają w swoim składzie tylko migdały słodkie, a są takie, które mają dodatkowo migdały gorzkie, które nadają więcej aromatu. Do marcepanu królewieckiego dodaje się jeszcze wodę różaną.

Przygotowanie zaczynamy od wyboru odpowiednich surowców (migdałów, cukru, wody różanej). Migdały są na wstępie blanszowane (pozbawiane brązowej skórki), suszone, a następnie mieszane z cukrem i miażdżone kilkukrotnie na walcarce, potem masa trafia do dzieży, gdzie jest mieszana z wodą różaną. W tej formie powinna odpocząć przed dalszą pracą, czyli formowaniem wyrobów cukierniczych i opiekaniem ich w piecu. Ostatnim etapem produkcji marcepanów królewieckich jest nadziewanie.

Są jakieś szczególne momenty w roku, kiedy jada się marcepan?

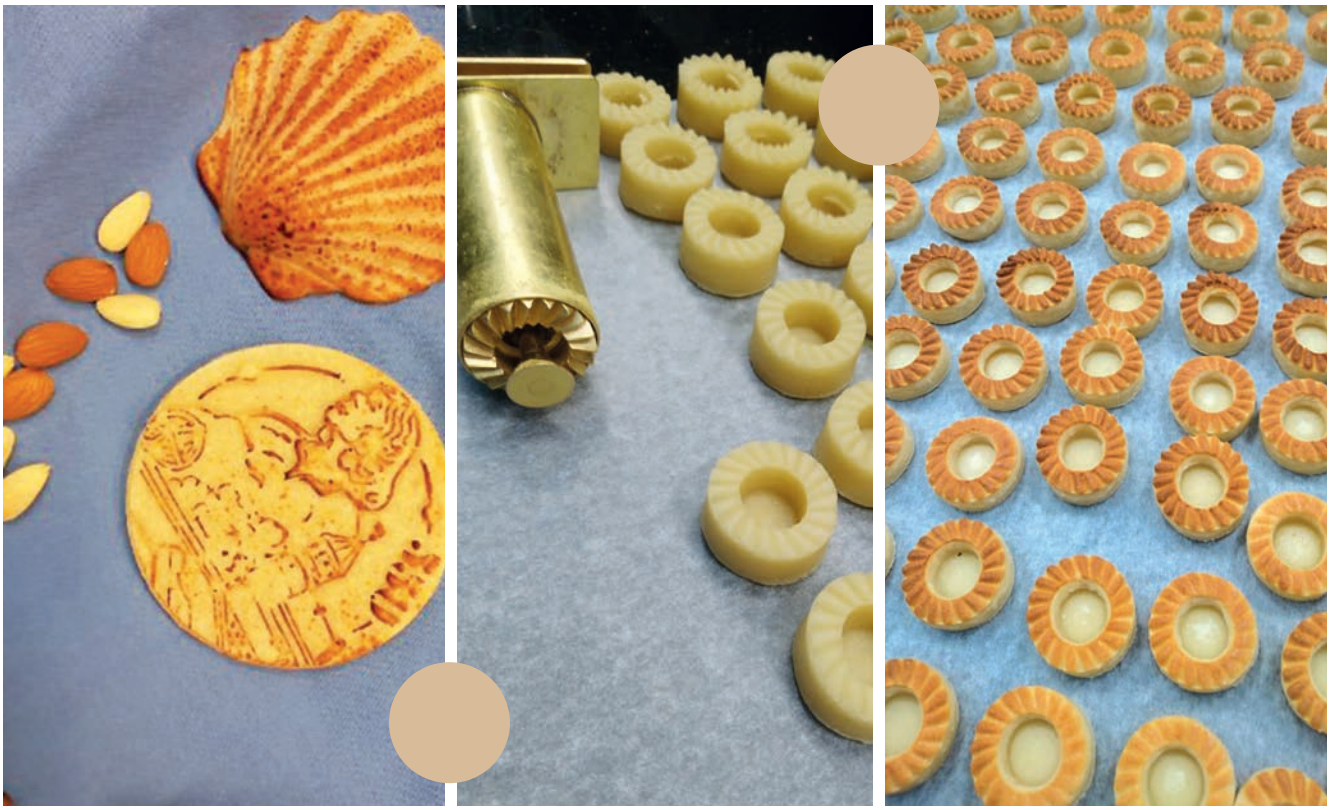
Marcepan można jeść przez cały rok. Oczywiście najpopularniejszy jest w okresie świąt Bożego Narodzenia. Marcepan to dosyć ekskluzywny produkt, więc był wybierany jako prezent świąteczny, ale każdy region ma inne związane z tym zwyczaje.

Na Sycylii takim czasem wzmożonego zainteresowania marcepanem jest początek listopada. Jest on wówczas dostępny w formie owoców wykonanych z masy marcepanowej, a w okresie wielkanocnym sprzedaje się go w postaci figurek owieczek i innych symboli religijnych. W Wenecji sezon marcepanowy ma swoje święto 25 kwietnia, w dniu patrona Wenecji św. Marka.

Nie tylko sprzedajecie ciasta, organizujecie także warsztaty, które chyba cieszą się popularnością. Dla kogo są przeznaczone? I czego można się na nich nauczyć?

Program warsztatów marcepanowych jest elementem promującym marcepan królewiecki. Został stworzony po to, by odkryć marcepan na nowo. Przez wiele lat w naszym handlu dostępny był tylko marcepan słabej jakości lub jego podrobione wersje, które według obecnego prawa nie mogą być nazywane marcepanem. Smak tamtych „marcepanów" nie budził zachwytu konsumentów, a przylepiona kiedyś etykietka trzyma się mocno.

W czasie warsztatów przybliżamy historię marcepanu na świecie, w Europie, marcepanu królewieckiego, a także „moją" marcepanową historię. Kolejnym etapem jest wykonanie własnego marcepanu królewieckiego z przygotowanej wcześniej masy. Warsztaty trwają średnio ok. 90 minut. Są prowadzone w małych grupach po 8-12 osób, więc jest czas na zadawanie pytań i indywidualne podejście do każdego uczestnika, a mogą w nich brać udział osoby w wieku od 5 lat (bez górnej granicy). W lipcu i sierpniu warsztaty odbywają się w każdą sobotę o godzinie 11.00. Obo-



FOT. ARCHIWUM KAWIARNIA MOJA

wiązuje rezerwacja miejsc. Dla grup – terminy na zapytanie. Po takich warsztatach jest duża szansa na polubienie marcepanu na nowo. Zapraszamy!

Zapytam o gości. W pewnej krakowskiej kawiarni ucieszyło mnie, że siedziało tam i rozmawiało sporo seniorów, którzy mogli sobie w ten sposób urozmaicić dzień. Tak samo uśmiechnęłam się, gdy w innym miejscu, gdzie z kawą i sernikiem przesiadują młodzi ludzie, zobaczyłam spokojnie siedzącą starszą osobę, wszyscy byli zintegrowani. Jaki jest przekrój gości u Państwa? Czy kawiarnia Moja, zgodnie z nazwą, jest dla wielu ich miejscem?

Przekrój wiekowy osób odwiedzających nas jest bardzo szeroki. Są wśród nich rodziny z malutkimi dziećmi i takie trzypokoleniowe, młodzież i studenci szukający wyciszenia. O to, czy kawiarnia Moja jest moją dla naszych gości, trzeba byłoby oczywiście zapytać ich, ale może za tym przemawiać fakt, że jest to miejsce cyklicznych spotkań z dużym udziałem tzw. silversów. Są konkretne dni w tygodniu i godziny, gdy większe grupki studentów Uniwersytetu Trzeciego Wieku spędzają u nas czas przed lub po zajęciach. Znamy ich zwyczaje, ulubione ciasta i napoje, ulubione stoliki.

Są też małżeństwa z kategorii 70+, z którymi jesteśmy już zaprzyjaźnieni i czasami mamy możliwość uciąć sobie dłuższą pogawędkę o dzieciach, wnukach, radościach i trudach dnia codziennego. Przez to, że można u nas zamawiać ciasta i torty, również okolicznościowe, towarzyszymy naszym gościom w ważnych dniach ich życia. Z racji prowadzenia warsztatów mamy możliwość współpracy z przedszkolakami, starszymi dziećmi, młodzieżą i dorosłymi, a także z osobami z niepełnosprawnością. Praca ta jest bardzo wymagająca, ale sprawia nam wielką satysfakcję.

Lubię pytać o dzień pracy. Jak wygląda Państwa codzienna rutyna? A może tej rutyny nie ma, bo taka jest dynamika dnia?

Pewna rutyna, a może lepiej plan dnia obowiązuje i u nas, mimo tego że każdy dzień wygląda inaczej i nie można wszystkiego przewidzieć. Pracownia cukiernicza rozpoczyna pracę o 6.30. W pierwszej kolejności wypiekane są chleby na zakwasie, wykańczane ciasta i torty, następnie rozpisujemy zamówienia na dany i następny dzień.

W ciągu dnia pojawiają się nowe zadania i zamówienia, które są przyjmowane na bieżąco, więc nikt się nie nudzi. Część kawiarniana rozpoczyna pracę o godzinie 8.00, do 9.00 jest czas na przygotowanie lokalu do otwarcia. W godzinach 9.00-12.00 serwujemy śniadania. Od 18.00 do 19.00 uzupełniamy bar, sprawdzamy zapotrzebowanie na dzień następny i wykonujemy prace porządkowe. Mamy również pewne zwyczaje związane z naszą ofertą. Oprócz tego, że ma ona swoje sezonowe propozycje, są dni tygodnia, kiedy dostępne są konkretne wypieki.

Pracy jest zatem sporo.

Tak. Dzień mój i mojego męża jest nieszablonowy, ponieważ musimy być bardzo elastyczni. Początek dnia to zaplanowanie pracy w części cukierniczej, sprawdzenie specjalnych zamówień, rzut oka na kalendarz spotkań, warsztatów i innych aktywności, zrobienie zaopatrzenia. W tak zwanym „międzyczasie" prowadzimy rozmowy telefoniczne i spotkania z klientami, zajmujemy się dokumentacją, przygotowywaniem ofert, wyceną, planowaniem dalszych działań i całą masą drobiazgów. Pracujemy intensywnie przez 8-12 godzin, 6-7 dni w tygodniu.

Dziękuję bardzo za rozmowę i życzę także odpoczynku.

BAKERTOP-X™

Nowa *gwiazda* wśród kombi-pieców

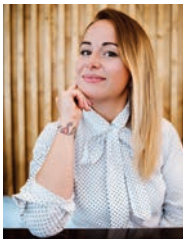
dla piekarni

Wysokowydajne urządzenie, działające na najbardziej zaawansowanym systemie operacyjnym wspomaganym sztuczną inteligencją, jaki kiedykolwiek był zainstalowany w piecu. Technologiczna perełka wyposażona w wbudowany mikrofon, umożliwiający aktywację sterowania głosowego, oraz sensor optyczny do rozpoznawania produktów spożywczych, który automatycznie uruchamia programy gotowania dla wielu blach jednocześnie.

unox.com

UNOX®

NIBY CHACHOR, *a robi* TYLE DOBRA



Rozmawiała: **Natalia Aurora Ignacek**

Natalia Aurora Ignacek: Zanim zająłeś się piekarstwem, pracowałeś w szeroko pojętej branży gastronomicznej, rozkręcając i prowadząc różnorakie koncepty. Co zdecydowało, że ostatecznie postawiłeś nie na burgery czy kuchnię wege, ale właśnie na chleb?

Stanisław Kulczyna: Obok jedzenia, czyli gastronomii, zawsze rozwijałem drugą pasję – jeździectwo i kowalstwo. W 2007 r. skończyłem szkołę gastronomiczną i wiedziałem, że chcę pójść w tym kierunku. Widziałem w tej branży wiele możliwości, a zmieniając kolejne miejsca pracy, tak naprawdę uczyłem się na cudzych błędach. Po technikum udało mi się również dobrze zdać maturę i wylądowałem na studiach rolniczych, choć marzyłem o technologii żywności (rzeczywistość zweryfikowała te marzenia). Jeszcze wtedy nie wiedziałem, co dokładnie chcę robić, ale miałem cichą nadzieję, że jakoś powiążę to z moją drugą pasją, czyli końmi.

I faktycznie się udało?

Tak. Zacząłem zawodowo jeździć konno, zajmować się młodymi ogierami z chowu półotwartego. Jednocześnie w weekendy pracowałem jako kelner na dużych imprezach cateringowych w ratuszu we Wrocławiu. Konie cały czas przeplatały się w moim życiu z gastronomią. Trwało to do końca studiów. Potem przeszedłem już na kuchnię.

Jak odnalazłeś się w tej roli?

Szybko stwierdziłem, że żywioł, który rządzi na kuchni, bardzo mi odpowiada. I zacząłem się rozwijać, nieświadomie. Potem już świadomie, wybierając konkretne miejsca pracy. Po Wrocławiu wróciłem do Gliwic. Ostatecznie wylądowałem jednak w Warszawie. Tam zajmowałem się dużymi projektami. Poszedłem w trend kuchni wegańskiej i opartej na roślinach, a między tym organizowałem start-upy dla burgerowni. Jako kucharz lub konsultant pracowałem też z kuchnią regionalną, bawarską, stekownią, liznąłem fine diningu.

To wydaje się dość szerokim spektrum, jednak przede wszystkim chciałem się uczyć, rozwijać. Wszystko to miało też jeden wspólny mianownik – rzemiosło. Wiedziałem, że rzemiosło ma sens i przyszłość. Zastanawiałem się tylko, która gałąź gastronomii ma największą rentowność.

I do jakich wniosków doszedłeś?

Nagle wszystko przestało być rentowne. Wybuchła pandemia. To dało mi do myślenia. Mianowicie, że droga, którą podążam, jest bardzo niepewna. Obciążona dużym

GLIWICKI CHACHOR ROBI TROCHĘ ZAMIESZANIA. KONKRETNIE, MIESZA MĄKĘ Z WODĄ I ZAKWASEM. PIECZE CHLEBY. JAK W OTWARCIU PIEKARNI POMÓGŁ MU FACH KOWALA I CZY OBECNY BIZNES JEST RENTOWNIEJSZY NIŻ PROWADZENIE BURGEROWNI ALBO RESTAURACJI WEGAŃSKIEJ? O SWOJEJ DRODZE DO CHLEBA OPOWIADA *STANISŁAW KULCZYNA*, WŁAŚCICIEL RZEMIEŚLNICZEJ PIEKARNI CHACHOR.

CHLEBY W GLIWICKIEJ PIEKARNI POWSTAJĄ Z MĄKI NIESTANDARYZOWANEJ Z LOKALNEGO MŁYNA. STANISŁAW KULCZYNA HOŁDUJE METODZIE DŁUGIEJ FERMENTACJI, KTÓRĄ UZNAJE ZA OPTYMALNĄ, PROWADZĄC RZEMIEŚLNICZĄ PIEKARNIĘ

ryzykiem… Dlatego znów wróciłem do tego, co nie było narażone na kaprysy losu, to znaczy do koni i jeździectwa. Pracowałem w różnych stajniach w Polsce. Swego czasu podpisałem nawet kontrakt z szejkiem z Kataru i opiekowałem się najpiękniejszymi końmi na świecie.

Po 2 latach zrozumiałem jednak, że rozwój jest tam ograniczony. Wróciłem na Śląsk. Dosłownie 2 godziny wertowałem ogłoszenia o pracy, w końcu natrafiłem na ofertę dla… piekarza. Mile widziane było doświadczenie kucharza. To było to!

Tęskniłeś do kuchennej adrenaliny?

Tęskniłem za intensywnością pracy. Za wyzwaniami, jakie oferowała kuchnia. Dążeniem do perfekcji. W 2 godziny byłem spakowany i jechałem znów do Warszawy. Póki co na dzień próbny jako piekarz. Kształciłem się przez 2 tygodnie na stanowisko piekarza. Objąłem zmianę. To była mała rzemieślnicza piekarnia bazująca na zakwasach i odroczonym wypieku.

W pół roku bardzo dobrze opanowałem technologię. Poszedłem zatem do właściciela, zaproponować, byśmy coś otworzyli. Zareagował tak, że złożyłem wypowiedzenie i zapowiedziałem, że w takim razie za półtora miesiąca otworzę swoją własną piekarnię.

Co też się stało, jak się domyślam…

Owszem. Po tym czasie opracowywałem już nowe szlaki technologiczne i piekłem w nowym miejscu. Stworzyłem logo, markę i otworzyłem własny koncept. Razem z Piotrem z Alterbake byliśmy jednymi z pierwszych na rynku gliwickim, którzy zajmowali się piekarstwem rzemieślniczym. Byłem tym całkowicie pochłonięty.

Co Ci się spodobało w piekarstwie, że postawiłeś właśnie na nie?

W pracy piekarza najbardziej podoba mi się nieustanne dążenie do mistrzostwa. To jest taki fach, w którym cały czas można osiągnąć nowe, inne, lepsze efekty. To jest droga. Osobom z zewnątrz wydaje się, że to nudne zajęcie, odtwarzanie w kółko tego samego. Dla mnie to cały czas optymaliza-

cja. Wciąż uczę się na temat temperatur, dopasowywania do aktualnej pogody, mikroklimatu. Co się dzieje, jak dodam tego, a odejmę innego składnika. Organoleptyczna ocena dojrzałości zakwasu codziennie jest inna. Co jest dla mnie cenne w tej branży, to fakt, że wymieniamy się tymi doświadczeniami z wieloma zaprzyjaźnionymi piekarniami. Kolekcjonujemy wspólną wiedzę.

Ty masz natomiast sporo wiedzy, a to dzięki doświadczeniom z pokrewnej branży.

Co ciekawe, nie tylko z pracy, ale też studiów. Praca inżynierska, jaką napisałem, nosiła tytuł: *Fermentacja na kiszonkach i sianokiszonkach*. Miałem zatem dobre akademickie podstawy, by te procesy zrozumieć. A kurs, który kilka lat powtarzałem, to była mikrobiologia!

Przeznaczenie?

Podążam tym szlakiem od około 4 lat. I nie zamierzam się zatrzymywać. Przygotowujemy się do rozrostu. Nie tylko ciasta. Zamierzam zrobić małe zamieszanie na rynku piekarskim…

W końcu jesteś chachorem!

Chachor to element mojej natury, który dostrzegły bratanice. Dla nich jestem wujek chachor. To nazwa lokowana regionalnie, śląskie słowo oznaczające łobuza. Usprawiedliwienie dla moich zachowań, wynikających z temperamentu (*śmiech*). Marka powstała półtora roku temu. Piekarnię otworzyłem dokładnie 14 grudnia 2022 r. W tym czasie musiałem zmienić lokalizację. W 3 tygodnie zreorganizowałem wszystko: wynająłem nowy lokal, wyposażenie, stworzyłem technologię, proces HACCP, siatkę doradczą.

Masz czarodziejską różdżkę?

Posiadam raczej umiejętność proszenia o pomoc. Na mojej drodze pojawili się kolejni dobrzy ludzie, którzy byli fachowcami w swojej dziedzinie. Trzeba umieć korzystać z okazji, które podsuwa los. Dzięki temu, że ja z nich skorzystałem, wszystko poszło bardzo łatwo i sprawnie. Największe zmartwienie stanowił wybór pieca. To jednak najistotniejsza część piekarni. Od początku towarzyszyła i pomagała mi moja partnerka. Panna Zuzanna prowadziła sprzedaż i dystrybucję. Przez pierwszy rok byliśmy tylko we dwójkę.

Z jakim asortymentem startowaliście?

Na początku piekliśmy 12 różnych produktów. Po 6 lub 12 sztuk z każdego rodzaju. Były to bagietki, półbagietki, ciabatty, chleb śląski, mieszany, pszenny, sycylijski… Od razu wiedziałem, że całą produkcję chcę oprzeć na odroczonym wypieku. Byłem świadom tego, że to proces trudny do opanowania i sterowania. Ale niesie bardzo dużo korzyści. Dla mnie, jako piekarza, z tytułu łatwości organizacji pracy takiej piekarni. Produkcja bowiem nie musi iść równolegle z wypiekiem. I byłem w stanie podzielić dwa stanowiska na dniówce: w pierwszej części wypiekać chleb,

CHODŹ PIEKARNIA PRZEZ DŁUGI CZAS NIE POSIADAŁA SZYLDU I PROFILU W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH, WIEŚĆ O NIEJ SZYBKO ROZNIOSŁA SIĘ DROGĄ PANTOFLOWĄ, A KOLEJKI STAWAŁY SIĘ CORAZ DŁUŻSZE. JEJ WŁAŚCICIEL WIERZY, ŻE NAJLEPSZYM NOŚNIKIEM REKLAMY JEGO PRODUKTÓW SĄ SAMI ZADOWOLENI KLIENCI, KTÓRYCH WOLI NAZYWAĆ GOŚĆMI

a w drugiej produkować go na następny dzień. Wszystkie chleby mają takie same parametry wypieku, co pozwoliło na prowadzenie bieżącego odpieku. Obserwując braki na regale, mogłem swobodnie wypiekać różne chleby na różnym wsadzie do pieca.

Co znikało najszybciej? Macie swój bestseller?
Ludzie kupują różne chleby. Szukają przede wszystkim autentyczności i jakości. Zatem jeśli ktoś ma ulubiony chleb i jego akurat zabrakło na półce, to nie rezygnuje, tylko bierze inny. Bo wie, że będzie równie dobry.

I chyba nie musicie się zbytnio starać, by o tym przekonać... Do niedawna piekarnia nie miała nawet szyldu. Nie działacie też mocno w internecie. Stawiacie na tradycyjny marketing?
Rzeczywiście, przez pierwszy rok nie mieliśmy logo, szyldu, identyfikacji marki. Dziś to mało popularne, ale zarazem... bezpieczne. Ogół rynku idzie szlakiem informacyjnym opartym na social mediach. I opiniach tam wystawianych. Tymczasem te opinie często są niestabilne, niewymierne i po prostu fałszywe. 20% stałych gości generuje 80% zysku. Zatem jeśli wypracujemy małą pulę stałych gości, przy dobrej organizacji jesteśmy w stanie osiągnąć wysoki poziom rentowności. I to jest podstawa działania. A osoba powielająca opinie w przekazie ustnym firmuje mój chleb własnym nazwiskiem! To znaczy o wiele więcej niż anonimowa opinia napisana w Google. Jest autentyczna, rzetelna i przez to ma o wiele większą siłę oddziaływania.
Warunek sukcesu jest taki, że trzeba utrzymać pierwszą falę zainteresowania. Jeśli uda się to przez 3 miesiące, możemy czuć się w miarę bezpiecznie. To będzie znaczyło, że raczej przez kolejne pół roku będzie tylko tendencja wzrostowa.

Jak wzmacniałeś ten głód pierwszych zainteresowanych, którzy zawitali do piekarni?
Pracując przez tyle lat w gastronomii, zauważyłem, że bardzo ważnym dodatkiem do oferowanej usługi, produktu jest możliwość porozmawiania z osobą, która go wytwarza. I może opowiedzieć o nim wszystko. Słysząc czasem pytania klientów, wychodziłem z produkcji, by coś doradzić. Dobrać produkt indywidualnie pod klienta. A ludzie takie traktowanie zapamiętują równie mocno jak dobry smak chleba.

Czy Twój głód na adrenalinę został w końcu zaspokojony? Wybór piekarstwa był dobry czy nadal tęsknisz za kuchnią?
Prawda jest taka, że praca na kuchni miała swoje ewidentne wady. Gość, konsument, czas i tryb pracy, multitasking. To generowało stres. A chleb, co najwyżej, mówi do mnie spokojnym głosem: „Hej, ja już kończę fermentację, zacznij mnie formować". Jest tu dużo więcej spokoju, ale nie ma nudy. Trzeba być trochę rzemieślnikiem, a trochę artystą.
Z jednej strony trzeba codziennie przerzucić 100 kg ciasta, a z drugiej, działać trochę jak artysta, który ma wyczucie ciasta. Zresztą jako kowal nauczyłem się wyczuwać, jak materiał pracuje pod dłonią. Jako kucharz opanowałem multitasking na najwyższym poziomie. I teraz z tego korzystam. Owszem, głód został zaspokojony i to w 100%. Piekarstwo okazało się najbardziej rentownym biznesem w całej gastronomii.

Rozumiem, że dopiero się rozkręcasz...
Wkrótce będziemy zwiększać powierzchnię produkcyjną, zatem i ofertę sprzedażową. Będzie cztery razy więcej produkcji. Nadal jednak nastawiamy się tylko na odbiorców detalicznych. Chętnie otworzę się na alternatywne formy sprzedaży, np. aplikacje lub chlebomaty. Stworzę też nowy projekt wokół chleba, bo to świetny nośnik do sprzedaży innych produktów rzemieślniczych. Jest dopiero środkiem, który pozwoli na to, by w dzisiejszych czasach jako przedsiębiorca poczuć się pewnie i bezpiecznie. Bo chleb daje niesamowicie dużo możliwości sprzedaży i rozwoju.

Czekam zatem na dalsze „łobuzowanie" Chachora w branży! Dziękuję za rozmowę! ■

ALLSUPPLY

WSZYSTKO W JEDNYM MIEJSCU

Anna Holik, wiceprezes zarządu Allsupply Sp. z o.o.
Tomasz Paliś, prezes zarządu Allsupply Sp. z o.o.

Czy można zaistnieć na rynku zaopatrzenia dla klientów branży spożywczej, mimo iż wydawałoby się, że nie ma już na nim miejsca? Czy istnieje realna szansa na obsługę załogi produkcyjnej na najwyższym poziomie? Czy jest miejsce, gdzie klient zamówi każdą część zamienną, całe niezbędne wyposażenie? Już tak, a to dzięki nowej firmie, w której ambicje założycieli nie mają granic.

Jedno miejsce – wiele rozwiązań. To idea spółki Allsupply, którą założyli młodzi ludzie z pasją i doświadczeniem w branży spożywczej, szczególnie w sektorze piekarni i cukierni. Tomek i Ania wyszli z nowym, świeżym spojrzeniem na rynek zaopatrzenia, czyli zaopiekowania się klientami. Kompleksowa obsługa i dostarczanie rozwiązań dla całego cyklu produkcyjnego w piekarniach, cukierniach oraz przemyśle spożywczym to ich główne założenie. Ponad 20 lat doświadczenia w branży pozwoliło starannie wybrać dostawców urządzeń dla każdego etapu produkcji. Partnerów, jakich reprezentują, cechują: innowacyjność, solidność, profesjonalizm i doświadczenie przekazywane z pokolenia na pokolenie, zebrane pod szyldem jednej firmy. Z nimi można usprawnić pracę, stawiając silosy płócienne marki Silos&Silos, dające dużo większy wachlarz możliwości niż te wykonane z metalu. Linie do produkcji pieczywa, ciast solidnej marki Pietroberto to pewnik, zagwarantują spokojną głowę każdemu, kto działa w branży. Allsupply w swojej ofercie ma również innowacyjne piece producenta Europa, dzięki którym produkty w nich wypiekane mają imponujące rozmiary, nie tracąc na gramaturze i jakości. Maszyny do produkcji ciastek Padovani, linie produkcyjne Easymac, palniki oraz osprzęt Riello to tylko niektóre z wielu rozwiązań, jakie znalazły się w rękach tego młodego przedsiębiorstwa. Akcesoria piekarnicze, takie jak koszyki do rozrostu pieczywa niemieckiej marki Herbert Birnbaum, to jakość, z którą identyfikuje się Allsupply, oferując je polskim piekarzom. Edukacja klientów w zakresie jakości produktów mających kontakt z ciastem, działania w zakresie dbania o środowisko, minimalizowanie kosztów – m.in. na tym polega codzienne działanie tej firmy.

Części zamienne, pomoc działom utrzymania ruchu stanowią źródło, z którego czerpią, tworząc rozwiązania dla małych firm rzemieślniczych, średnich wytwórców i wielkich zakładów produkcyjnych. Ciągły rozwój to jeden z ich celów, pragną odpowiadać na potrzeby najbardziej wymagających klientów, dlatego ich partnerzy serwisowi świadczą usługi w coraz szerszym zakresie. Z takim partnerem jak Allsupply poszerzanie horyzontów staje się łatwiejsze i przyjemniejsze. ■

ALLSUPPLY Sp. z o.o.
32-050 Skawina, ul. Mikołaja Kopernika 11C/LG4
tel. 608 118 141, e-mail: biuro@allsupply.pl
www.allsupply.pl

artykuł promocyjny

COLD BREW – KAWY i HERBATY na zimno

Katarzyna Szarek

Nadchodzi lato, a wraz z nim czas na najpopularniejsze parzone napoje w nieco innej, bo zimnej wersji.

KAWA W STYLU COLD BREW

Dla Marcina Wójciaka, utalentowanego baristy i właściciela firmy szkoleniowej, praca z kawą jest niekończącą się przygodą. Czyta na jej temat, podpatruje nowe techniki parzenia, interesuje się innowacyjnym sprzętem, wychwytuje nowe odmiany botaniczne i śledzi aktualne trendy. Jednym z nich jest cold brew – kawa przygotowywana na zimno.

Cold brew jest co prawda kawą na zimno, ale nie taką, jaką wyobraża sobie laik – zaparzaną na ciepło, z ewentualnymi dodatkami, a następnie mocno schłodzoną. Nic z tych rzeczy. Kluczowym pojęciem w cold brew jest maceracja, czyli zalewanie ziaren przefiltrowaną wodą w niskiej lub pokojowej temperaturze.

– Do przygotowania kawowego cold brew na potrzeby kawiarni nie musimy mieć drogich sprzętów – przekonuje Marcin Wójciak. – Wystarczy młynek żarnowy do mielenia ziaren, naczynie do maceracji i filtr do przecedzania napoju.

Smak kawy zależy od gatunku ziaren i intensywności palenia. To, że ziarna mają być wysokiej jakości, jeśli chcemy mieć dobry napój, nie ulega wątpliwości.

– Wybór ziaren to kwestia gustu. Ja najbardziej lubię te o wysokim poziomie kwasowości, jasno palone, obrabiane na mokro, ponieważ cold brew jest pite na zimno, a takie wzmagają efekt orzeźwienia – zaznacza Marcin. – Jednak nie każdemu taki napój odpowiada. Zależy to też od tego, czy cold brew będzie pite z dodatkami czy bez – mocno kwasowe kawy pasują nie do wszystkich składników – dodaje.

Jak zrobić kawowe cold brew?

Przygotowanie szklaneczki cold brew nie jest trudne. Najpierw mielimy ziarna na odpowiednią grubość. Najlepiej zrobić to bezpośrednio przed dodaniem wody dla uzyskania lepszych walorów smakowych. Zmielone ziarna zalewamy wodą w odpowiednich proporcjach. Standardowo na każde 6 g kawy przypada 100 ml wody zimnej lub o temperaturze pokojowej. Tak sporządzony napój pozostawiamy w lodówce na odpowiedni czas, zazwyczaj 6-14 godzin. – Czas – jak wyjaśnia Marcin Wójciak – zależy od proporcji, rodzaju użytych ziaren i grubości mielenia. Można także zastosować inną technikę maceratu – pozostawić napój w temperaturze pokojowej na krócej.

Ostatnim etapem przygotowania jest przecedzanie. Najpierw przez sitko, a potem jeszcze dodatkowo przez papierowy filtr. Czas maceracji (długi) może zdziwić, zwłaszcza gdy porównamy go do zaparzania kaw na ciepło. Z wyjaśnieniem tej kwestii spieszy Marcin: – Ekstrakcja kawy zawsze uzależniona jest od stosowanej techniki. W przypadku np. espresso mamy do czynienia z wodą o bardzo wysokiej temperaturze, która parzy kawę pod wysokim ciśnieniem – wyjaśnia. – Dzięki temu czas parzenia możemy skrócić do dwudziestu kilku sekund. Także w metodach przelewowych, gdzie kawę zalewamy gorącą wodą, parzymy ją od 2 min 30 s do 5 min.
Cold brew „zaparzane" (w znaczeniu macerowane) jest w niskiej temperaturze, bez ciśnienia, stąd taki czas przygotowania.

Czyste i klarowne w smaku
Na pytanie, jakie jest doskonałe cold brew, Marcin Wójciak odpowiada krótko: – Powinno być czyste i klarowne w smaku. W zależności od użytych ziaren może charakteryzować się wyższą bądź niższą kwasowością, ale na pewno jest bez goryczy i nie wywołuje uczucia cierpkości.

Z dodatkami czy bez?
Kawa na zimno kojarzy się z dodatkami w postaci bitej śmietany, czasem syropów, a jak jest w przypadku cold brew? – Hulaj dusza, piekła nie ma! – śmieje się Marcin.
Sam deklaruje się jako kawowy purysta, pija kawę czarną, bez dodatków, ponieważ twierdzi, że wtedy, tak jak w przypadku dobrej whisky, ginu czy wina, można wyczuć wszystkie niuanse smakowe i aromatyczne.
Podobnie z cold brew – pije ją solo, na kostkach lodu. Takie cold brew uznaje za świetną alternatywę dla mlecznych kaw mrożonych, bardzo popularnych w sezonie letnim. Jednak nie odradza dodatków tym, którzy je lubią. Stawia na te bardziej wyrafinowane, jak lawenda, pomarańcza, gałązka rozmarynu, plasterek cytryny zamiast czekolady czy wanilii. Ostatnio pił smaczne cold brew z dodatkiem napoju owsianego.

COLD BREW Z HERBATY

Konrad Pociask najlepszą herbacianą cold brew pił na Tajwanie – tamtejszą herbatę ze zdziczałych krzewów. Jak twierdzi, był to dość ekstrawagancki pomysł, żeby tak rzadką herbatę przygotować na zimo, choć zalana wrzątkiem okazała się lepsza. Na co dzień pracuje w prężnie działającej firmie eherbata.pl, która ma w Krakowie sklep wraz ze stylową herbaciarnią w centrum miasta oraz prowadzi sprzedaż herbaty online.
Konrad zna japoński (i trochę chiński), więc kiedy zaczynał swoją przygodę z herbatą w 2014 r., mógł czytać fachową literaturę w tym języku. – Szybko zorientowałem się, że informacje o herbacie w polskim internecie były bardzo słabej jakości, nie mogłem tego tak zostawić – mówi.
Na hasło – herbata na zimno lub ice tea w głowach od razu pojawiają nam się obrazy herbat przemysłowych, najczęściej bardzo słodkich. – Dzięki cold brew herbata przygotowywana z użyciem maceracji może mieć inne walory smakowe. Najlepiej na herbaty mrożone nadają się te zielone – zaznacza Konrad Pociask. – Szczególnie japońskie – podkreśla.

Wymienia także herbaty oolong, najlepiej z Tajwanu. Sam bardzo lubi darjeeling z pierwszego zbioru na zimno. Sugeruje, by wybierać herbaty, których aromat sam w sobie jest dosyć orzeźwiający, wtedy będą jeszcze smaczniejsze.

Herbaciane cold brew przygotowuje się, zalewając liście wodą zimną lub w temperaturze pokojowej, po czym wstawia do lodówki na od 4 do 12 godzin. – Herbata przygotowana w ten sposób ma mało goryczy, bo w niskiej temperaturze do naparu znacznie słabiej wydzielają się gorzkie substancje, jak kofeina i katechiny – tłumaczy Konrad.

Można co prawda przygotować herbatę na zimno, parząc ją najpierw na ciepło, a następnie chłodząc, ale – jak przekonuje nasz specjalista – nie jest to dobry pomysł, ponieważ podczas studzenia zachodzą procesy, które są niekorzystne dla smaku herbaty, na przykład utlenianie katechin w zielonej czy creaming w czarnej – mętnienie naparu przez tworzenie się zbitek teaflawiny, kofeiny i wapnia. – Jeśli już bardzo chcielibyśmy schłodzić herbatę przygotowaną na gorąco, to musimy zrobić to błyskawicznie – radzi Konrad. – Na przykład parząc herbatę wyraźnie mocniejszą niż zazwyczaj i wlewając ją na kostki lodu. Rozpuszczający się lód rozrzedzi esencjonalny napar.

HERBATY NIE DO COLD BREW

Są takie gatunki herbat, które nie sprawdzą się w cold brew. Według Konrada Pociaska do przygotowania na zimno nie nadają się herbaty pu-erh i większość innych dojrzewających, ponieważ – jak twierdzi – ich smak można określić jako najbardziej „ciepły" z natury. – W nerwie trójdzielnym mamy receptory, które odpowiadają za odczuwanie „ciepłych" czy nawet gorących smaków – tłumaczy. – Są także receptory smaków odczuwanych zawsze jako zimne. Mięta wydaje się nam w pewnym sensie chłodna, nawet przygotowana na ciepło. Jeśli herbatę – kontynuuje Konrad – o bardzo „ciepłym" profilu smaku pijemy w bardzo niskiej temperaturze, to powstaje dysonans, który odczuwamy jako smak niezbyt przyjemny.

Z podobnego powodu nie poleca także picia na zimno herbat wędzonych, jak lapsang souchong, ani żadnych ekspresowych. Kilkugodzinne moczenie torebki jest nie tylko mało apetyczne, ale zwyczajnie pył herbaciany w nich zamknięty może dać napar, który okaże się cierpki lub nawet lekko kwaśny.

CHIŃCZYCY NIE LUBIĄ COLD BREW

To oczywiście pewne uproszczenie, bo zapewne także w chińskich kawiarniach znajdziemy cold brew, jednak tradycyjna medycyna chińska uważa zimne napoje za niekorzystne dla ludzkiego organizmu. Jak wspomina Konrad z eherbata.pl, Chińczycy, szczególnie starsi, częściej piją wodę ciepłą niż schłodzoną. Według tradycyjnej medycyny chińskiej krzew herbaciany ma zimny charakter, szczególnie herbata zielona. Dlatego picie zimnej herbaty niesie ze sobą zbyt dużo „zimna" i według Chińczyków może być niezdrowe.

Cold brew w wydaniu kawowym czy herbacianym jest zdrowszą i ciekawszą alternatywną dla miłośników chłodnych napojów. Z pewnością trafią w gust konsumentów, którzy nie przepadają za intensywnie słodkim smakiem, ale doceniają inne walory napoju.

COLD BREW A MROŻONA KAWA

Choć oba podawane na zimno, kawa mrożona i cold brew to dwa różne napoje. Różnią się zarówno sposobem przygotowania, jak i smakiem. Oto główne różnice między nimi:

COLD BREW

Sposób przygotowania:
Cold brew przygotowuje się poprzez długie parzenie kawy na zimno. Zmielone ziarna kawy zanurza się w zimnej wodzie i pozostawia na około 12-24 godzin.
Następnie przecedza się kawę, oddzielając płyn od fusów.

Smak:
Cold brew ma łagodniejszy, mniej kwasowy smak w porównaniu do tradycyjnej kawy. Jest mniej gorzki, co sprawia, że kawa jest bardziej delikatna i często naturalnie słodsza.

Kofeina:
Zwykle zawiera więcej kofeiny niż mrożona kawa, ponieważ parzenie na zimno pozwala na wydobycie większej ilości kofeiny z ziaren.

Podanie:
Cold brew podaje się zwykle na zimno, często z kostkami lodu, ale może być również używana jako baza do różnych napojów kawowych, takich jak latte czy macchiato.

Okiem eksperta

Jarosław Zawadzki

Sezon rozpoczął się na dobre, słońce nas rozpieszcza, co w kawiarniach i cukierniach oznacza wzrost liczby konsumentów poszukujących lemoniad, mrożonych herbat i kaw. Te kategorie napojów zawsze cieszą się dużym powodzeniem, a ich urozmaicenie spowoduje większą popularność danego miejsca.
Aktualne trendy wskazują na wzrost spożycia napojów nisko- i bezalkoholowych. Produkty z obniżoną zawartością cukru również mają na rynku coraz większą grupę odbiorców. Wykorzystanie połączeń odpowiednich smaków lemoniad czy herbat mrożonych może okazać się kluczowe, aby ekonomia baru, kawiarni czy cukierni się zgadzała. W ofercie Monin znajdziemy takie smaki syropów, jak: passion fruit, peach/apricot, mint czy green apple, a w nowej kategorii wersję Pure, czyli bez dodatku cukru i kalorii, bezpieczną dla cukrzyków i diabetyków. Dzięki poszerzeniu menu stworzymy w naszym lokalu nie tylko ofertę klasyczną, ale i dla osób chcących ograniczyć kalorie czy cukier.
Pisząc o sezonie letnim i napojach, nie możemy zapomnieć o królowej w tej kategorii, czyli syropie Monin Cloudy Lemonade Base. Połączenie naturalnej bazy lemoniadowej z wodą lub innym dowolnym dodatkiem z portfolio Monin to gwarancja smaku i najwyższej jakości. Lemoniadę taką możemy stworzyć, łącząc: 20 ml syropu Monin Cloudy Lemonade Base, 10 ml syropu Monin Elderflower, 10 ml koncentratu MoninGinger, 250 ml wody niegazowanej. Składniki umieszczamy w szklance z lodem i dokładnie mieszamy. Dekorujemy świeżą miętą i plastrem cytryny.
Myśląc o letnich smakach, nie możemy nie wspomnieć o kawach mrożonych. Nowość od Monin, czyli syrop Cinnamon Roll, połączony z mlekiem, lodem i espresso to receptura, która zyska wielu fanów. Inne klasyczne już smaki, jak wanilia, słony karmel czy połączenie syropów o smaku brownie z jeżyną, również zaskoczą waszych gości. Lato to czas dużych upałów, więc pamiętajmy o nawadnianiu się. Idealny sposób na orzeźwienie stanowi połączenie Pure by Monin z wodą. Każdemu łatwiej pić wodę, która ma owocowy aromat, teraz możemy cieszyć się naturalnym orzeźwieniem wody smakowej, nawadniając ciało i dodając sobie naturalnej energii.

MROŻONA KAWA

Sposób przygotowania:
Mrożona kawa to po prostu gorąca kawa, która jest schładzana i podawana z lodem. Może być przygotowywana na wiele sposobów: poprzez zaparzenie espresso i schłodzenie go, zaparzenie kawy metodą tradycyjną i dodanie lodu, lub użycie kawy instant rozpuszczonej w zimnej wodzie.

Smak:
Mrożona kawa zachowuje smak i kwasowość tradycyjnej kawy, ale jest podawana na zimno.
Może być bardziej gorzka niż cold brew, zwłaszcza jeśli jest przygotowana z mocnej kawy.

Kofeina:
Ilość kofeiny w mrożonej kawie zależy od użytego rodzaju kawy i proporcji, ale zazwyczaj jest porównywalna do ilości kofeiny w standardowej filiżance gorącej kawy.

Podanie:
Mrożona kawa jest zazwyczaj podawana z kostkami lodu, może być także wzbogacona mlekiem, syropami smakowymi lub często bitą śmietaną oraz lodami. ■

KREMY GOTOWANE I NA ZIMNO

W poprzednim wydaniu zaprezentowałam podstawową wiedzę o produkcji kremów, ich poszczególne rodzaje i zastosowania. Tym razem przyjrzymy się kremom gotowanym. Custard czy krem pâtissière to klasyczne przykłady, ale warto wiedzieć, co jest ich podstawą, by autorsko podejść do produkcji.

Joanna Gwizdała
Gwizdała Consulting, ekspertka stowarzyszenia Rzemieślnik

Kremy gotowane – ich składnikami są: mleko, cukier (kryształ lub drobnokrystaliczny), jaja lub żółtka, mąka pszenna, ziemniaczana albo inne, także ich mieszaniny, dodatki smakowo-zapachowe. Do kremów gotowanych można też dodać odrobinę soli dla wzmocnienia smaku. Jak sama nazwa wskazuje, w procesie produkcji poddaje się je gotowaniu. Kremy bez dodatku tłuszczu nadają się do nadziewania wyrobów, które będą pieczone, np. drożdżówek, ciastek półfrancuskich drożdżowych, kruchych babeczek. Z kolei kremy z dodatkiem gotowanego tłuszczu stosuje się do przekładania ciast, tortów, blatów francuskich, parzonych.

W cukiernictwie krem gotowany podstawowy to często po prostu krem śmietankowy lub cukierniczy z j. francuskiego zwany *crème pâtissière*, a po włosku *crema pasticcera*. Ma on postać mazistej, lekko galaretowatej masy. Autorem receptury jest François Massialot, urodzony w Limoges we Francji w 1660 roku. Był on także autorem jednego z pierwszych słowników kulinarnych na świecie *Kucharz królewski i mieszczański* (*Le Cuisinier Royal et Bourgeois*). Książka została wydana w 1705 roku, tam też po raz pierwszy

pojawił się przepis na *crème pâtissière*. Massialot był mistrzem kuchni, służył takim osobistościom jak książęta (w tym książę Orleanu), kardynałowie, markizy.

Konsystencja kremu gotowanego uzyskiwana jest dzięki właściwościom skrobi oraz jaj w wysokiej temperaturze. W czasie gotowania następuje częściowe kleikowanie skrobi i denaturacja białek. Jaja mają właściwości zagęszczające. Woda zostaje wchłonięta przez białko, pod wpływem powolnego gotowania białko ścina się i zamyka wchłonięty płyn. To sprawia, że krem zostaje zagęszczony. Optymalna temperatura pęcznienia białek jaj to 70°C, ogrzewanie kremu powyżej 80°C spowoduje wytrącenie się białek w postaci kłaczków oraz utratę właściwości zagęszczających. Mąka również posiada właściwości zagęszczające, zawiera skrobię, mającą zdolność rozklejania. To wszystko wpływa na gęstość/konsystencję kremu.

W zależności od przeznaczenia krem może być delikatniejszy lub bardziej zwarty. Kremy do przekładania ciast, np. napoleonek, powinny mieć ściślejszą konsystencję, natomiast do ciastek korpusowych typu tartaletki, babeczki – luźniejszą. O konsystencji decyduje zawartość mąki i jaj. Kremy zawierające więcej jaj/żółtek w stosunku do mąki są delikatniejsze. Niektóre receptury nie przewidują jaj, tylko dodatek mąki (mieszaniny mąk) albo budyniu w proszku – połączenia mąki pszennej, skrobi ziemniaczanej lub skrobi kukurydzianej, substancji aromatyczno-smakowych oraz barwników naturalnych lub sztucznych. Zamiast mąki pszennej można użyć również skrobi ryżowej, wtedy konsystencja kremu będzie lżejsza. Dodatek mąki ziemniaczanej (w tym przypadku to to samo co skrobia ziemniaczana, tzw. krochmal) najczęściej zaleca się wtedy, gdy mąka pszenna używana do kremu ma słaby gluten. Nie należy mylić mąki kukurydzianej i ryżowej ze skrobią kukurydzianą oraz ryżową. Trzeba pamiętać, że w zależności od rodzaju zastosowanej skrobi krem będzie inaczej ustabilizowany. Najdelikatniejsze są kremy na bazie skrobi kukurydzianej, tzw. maizeny, oraz ryżowej, jednak są mniej stabilne niż np. krem na bazie mąki ziemniaczanej – ta z kolei daje mączny posmak. Znane są także receptury na kremy gotowane na bazie mąki z tapioki, którą uzyskuje się z manioku.

Wykonanie kremu gotowanego podstawowego:

- zagotować połowę mleka z połową cukru; aromaty najlepiej dodawać do mleka, aby gotowały się razem, np. rozciętą wzdłuż laskę wanilii w kremie waniliowym;
- przygotować mieszaninę z drugiej połowy mleka, mąki, jaj/żółtek i drugiej połowy cukru, mieszać do momentu uzyskania jednorodnej masy;
- otrzymaną masę wlać na gotujące się mleko i, ciągle mieszając, doprowadzić do zgęstnienia kremu;
- ogrzewać przynajmniej 1,5 minuty, cały czas mieszać, pilnować, aby krem się nie przypalił; nie może też zawierać grudek;
- kremy z dodatkiem mąki łatwo obsychają, w wyniku czego na ich powierzchni tworzy się twardsza warstwa, tzw. „kożuch", który trudno rozmieszać z resztą kremu, aby temu zapobiec, należy go przykryć, np. folią spożywczą, w tak zwanym „kontakcie", tj. folia ma przywierać bezpośrednio do kremu.

Może się zdarzyć, że krem gotowany zmieni barwę z jasnożółtej na zielonkawą. Często dzieje się to wtedy, gdy gorący przechowujemy w dużej masie lub gotowanie przebiega zbyt wolno i za długo, np. w za niskiej temperaturze. Jest to spowodowane wytrąceniem się siarczku żelaza z żółtek. Wpływa to jedynie na efekt wizualny, taki krem nie jest szkodliwy dla zdrowia. Aby zapobiec zmianie koloru, najlepiej zaraz po ugotowaniu rozlać krem na płytkie blachy. Niektóre przepisy przewidują sporządza-

nie kremów gotowanych w kąpieli wodnej, szczególnie tych na bazie samych żółtek. Dodatkami smakowymi mogą być: wanilia, kawa, czekolada, kakao, pasta pralinowa, pulpa owocowa, skórka owoców cytrusowych (zest), aromatyzowane alkohole. Substancje smakowo-aromatyczne najczęściej dodaje się na końcu, szczególnie w przypadku kwaśnych dodatków, takich jak sok z cytryny. Należy pamiętać, że w środowisku kwaśnym skrobia nie rozkleja się, więc nie powinno się gotować mąki w kwaśnych sokach. Podobnie jest w przypadku mleka, jeśli będziemy gotować je z kwaśnymi owocami lub sokami, to zważy się – nie jest to pożądane zjawisko.

Odmianą kremu gotowanego, czyli kremu *pâtissière*, ale bez dodatku skrobi, jest krem angielski, z fr. *crème anglaise* – do jego zagęszczenia nie stosuje się skrobi, a zamiast całych jaj używa się żółtek. Dzięki temu jest bardzo delikatny. Im więcej żółtek, tym gęstszy krem. Zamiast części mleka można dodać śmietankę kremową. Krem ten jest podstawą wielu sosów, podaje się go na gorąco i na zimno, jako dodatek do lodów, ciast, deserów. Jeżeli jest podawany na gorąco, wówczas nie można go podgrzewać po raz drugi, bo się zwarzy, dlatego w takim wypadku należy go przygotować tuż przed podaniem.

Przygotowanie kremu angielskiego: na początku mieszanina jest płynna, jeśli przerywa się mieszanie, powstaje cieniutka błonka. Należy mieszać delikatnie, w taki sposób, aby powstał „wir", można to uzyskać, kreśląc literkę „Z" na dnie naczynia. Wówczas temperatura podnosi się jednakowo w całym naczyniu, a nie tylko przy źródle ciepła. Krem będzie gładszy i bardziej aksamitny przy powolnym jego ogrzewaniu. W trakcie ogrzewania krem gęstnieje i okrywa łyżkę/łopatkę jak obrus stół. Stąd też nazwa tego etapu gotowania „na obrus". Wówczas należy wyłączyć ogrzewanie kremu i najlepiej przelać go przez sito. Pomoże to usunąć ewentualne grudki i obniżyć temperaturę.

W języku branżowym krem angielski jest określany mianem custard. Tak naprawdę jest to jedna z odmian custardu, czyli masy jajeczno-mlecznej (bądź jajeczno-śmietankowej). Niektóre custardy przewidują dodatek mąki pszennej, skrobi kukurydzianej lub żelatyny, wtedy strukturą bardziej przypominają kisiel mleczny, ale są bardziej jajeczne.

Krem angielski może mieć różną konsystencję w zależności od tego, do czego chcemy go użyć. W bardziej gęstej wersji używa się go do napełniania eklerów. Jest produkowany również w wersji pikantnej, z dodatkiem ostrych przypraw: anyżu, kardamonu, ziela angielskiego, cynamonu. Wariant custardu niezawierający jaj to *bird's custard* – od nazwiska wynalazcy wersji w proszku Alfreda Birda. Wiele angielskich przepisów na słodkie desery przewiduje dodatek *custard powder* – sosu angielskiego dostępnego w sprzedaży w formie instant. Sos angielski jest podstawą **kremu bawarskiego**, który jest niezwykle delikatny, lekko napowietrzony, przypomina mus. Do ugotowanego kremu angielskiego dodaje się ubitą śmietankę kremową. Swą stabilność uzyskuje poprzez dodatek czekolady i żelatyny. Namoczoną żelatynę należy dodać od razu do przygotowanego kremu i jeszcze gorącym zalać czekoladę, mieszać do uzyskania gładkiego sosu. Następnie ostudzić i połączyć delikatnie z ubitą śmietanką kremową. Krem bawarski to samodzielny deser, można go też wykorzystać do przekładania tortów, ciast oraz jako mus przy produkcji monoporcji.

Z czasem przepisy na klasyczny krem *pâtissière* ewoluowały i powstało wiele jego wariantów, jest on bazą takich kremów jak:

- ➔ ***chiboust* (z fr. *crème chiboust*)** – swoją nazwę zawdzięcza młodemu cukiernikowi Auguste Julienowi ze słynnej paryskiej cukierni Chiboust. Stworzył go w 1843 r., łącząc krem *pâtissière* z żelatyną i bezą włoską. Namoczoną żelatynę należy połączyć od razu jeszcze z gorącym kremem, a po ostudzeniu delikatnie wymieszać z zaparzoną bezą. Zwyczajowo używa się go do deseru/ciasta saint honoré. To klasyk francuskiego cukiernictwa, nazwany na cześć patrona francuskich piekarzy i cukierników św. Honoriusza; płat ciasta francuskiego wypełniony kremem *chiboust* i ubitą śmietanką kremową, wokół niego ułożone są ptysie nadziewane także kremem *chiboust*, na wierzchu złocisty karmel;
- ➔ **krem *diplomate*** (z fr. *crème diplomat*, z wł. *crema diplomatica*) – w konsystencji przypomina krem cukierniczy, jednak jest lżejszy i bardziej puszysty dzięki dodatkowi ubitej śmietanki kremowej. Najczęściej stosowane proporcje to: 2/3 kremu cukierniczego oraz 1/3 ubitej śmietanki kremowej. Dobrze sprawdza się jako nadzienie, gdyż jego struktura nie jest za rzadka;
- ➔ **krem cytrynowy** – szczególnie popularny na Sycylii, stanowi podstawę wielu sycylijskich ciastek i ciasteczek, jest

to krem gotowany z dodatkiem otartej skórki cytrynowej. Najlepiej, aby cytryna była ekologiczna, ponieważ często do konserwowania owoców cytrusowych używa się substancji toksycznych. Delikatniejszą i bardziej cytrynową wersją jest lemon curd. To coś w rodzaju kremu angielskiego cytrynowego, z tym że zamiast mleka używa się soku z cytryny, a po ostudzeniu łączy się z utartym masłem. Dzięki temu jego konsystencja jest aksamitna i puszysta;

- **krem pomarańczowy** – trochę zapomniany, produkuje się go podobnie jak krem podstawowy, z tą różnicą, że zamiast mleka używa się wina gronowego, najlepiej białego i wytrawnego. Obowiązuje ta sama zasada jak przy innych kremach gotowanych, tj. jeśli chcemy uzyskać delikatniejszą strukturę, należy użyć więcej jaj/żółtek w stosunku do mąki. Po ugotowaniu i ochłodzeniu trzeba połączyć krem ze skórką pomarańczową. Zamiast na winie można przygotować go na syropie owocowym;
- **krem *plombieres*** (z fr. *crème plombière*) – delikatny, aksamitny krem, aromatyzowany likierem maraschino lub kirschem, w zależności od receptury: na bazie żółtek i śmietanki kremowej lub z dodatkiem skrobi ryżowej, kukurydzianej. Z dodatkiem bakalii lub kandyzowanych owoców. Wyczuwalny aromat pestki wiśniowej/gorzkich migdałów;
- **krem *frangipane*** – jedwabisty i gładki, z dodatkiem migdałów. Krem gotowany podstawowy łączy się ze zmielonymi migdałami/mąką migdałową, a niektórzy, żeby uzyskać bogatszy smak, dodają sproszkowane makaroniki. Jest doskonałym dodatkiem do ciast, a szczególnie tart. Jego pochodzenie nie jest do końca jasne, ponieważ jego autorstwa przypisują sobie i Francuzi, i Włosi. We Włoszech jest znany jako *crema frangipani* (nazwa pochodzi od *frangere il pane*, co oznacza łamać chleb). We Francji znany jako *crème frangipane.* Włosi zaczęli tak nazywać migdałowy krem na cześć rodziny arystokratów Frangipani, gdyż istnieje przekonanie, że pochodząca właśnie z tej rodziny Jacopa da Settesoli, włoska tercjarka, naśladowczyni św. Franciszka z Asyżu, przyniosła mu migdałowy smakołyk. Natomiast Francuzi wierzą, że moda na krem migdałowy zapoczątkowana została w XVII wieku przez włoskiego szlachcica z rodziny Frangipani, mieszkającego w Paryżu, który podarował Ludwikowi XIII rękawiczkę skropioną perfumami o zapachu gorzkiego migdała. Jako ciekawostkę warto wspomnieć, że Maria Disslowa, autorka książki kucharskiej *Jak gotować – praktyczny podręcznik kucharstwa* z 1931 r. (po wojnie wznowienia książki ukazały się w Paryżu, Norymberdze, Warszawie i Poznaniu), w swoim przepisie na tort kawowy z masą migdałową zaleca przygotować migdały w karmelu, a następnie sproszkować je i dodać do kremu. W Polsce przed wojną robiono podobny krem, z tym że dodawano do niego gorzkie migdały;
- **krem cukierniczy czekoladowy** – gorący krem *pâtissière* połączony z czekoladą (rodzaj czekolady zależy od tego, jaki smak chcemy uzyskać). Całość dokładnie wymieszać do roztopienia czekolady i uzyskania jednorodnej konsystencji. Po ostygnięciu należy przełożyć go do lodówki. Jest gęsty i kremowy, przypomina pudding. Dobrze sprawdzi się do babeczek, tartaletek, eklerków, profiteroli. Aby był bardziej aksamitny, przed wykorzystaniem można go jeszcze chwilę miksować.
- ***crémeux*** – jest kremowy, jedwabiście gładki, jego bazę stanowi krem angielski sporządzony nie na samym mleku, lecz z dodatkiem śmietanki, stąd ta gładkość. Jest stabilny, nie podpływa, zachowuje kształt. Do kremu można dodać np. purée owocowe, czekoladę. Gdy krem angielski jest gotowy, jeszcze gorącym należy zalać czekoladę, całość zemulgować, np. blenderem (emulgować krem za pomocą blendera to znaczy nie odrywać blendera od dna naczynia i blendować przez ok. minutę. Nie poruszać blenderem w górę i w dół, aby uniknąć tworzenia się pęcherzyków na powierzchni. przykryć i odstawić do lodówki, ponieważ dopiero po schłodzeniu *crémeux* posiada odpowiednią konsystencję). Można go wykorzystać do przekładania ciasteczek, tortów, dekorowania z pomocą worka cukierniczego i tylek, może stanowić także osobny deser. Jest gęstyszy niż mus i rzadszy od ganache'u. Jeśli używa się pulpy owocowej, należy pamiętać, że powinna być pasteryzowana, wówczas nie zmieni koloru w połączeniu z kremem. W przypadku owoców liofili-

reklama

Lauretta®
Kandy 1985

Smaczne nadzienia termostabilne owocowe i kremowe

Smaki: wanilia, adwokat, toffi, czekolada, śliwka, pomarańcza, wiśnia, malina i inne

Kandy
tel.: 692 242 621, e-mail: lauretta@kandy.pl
www.lauretta.eu

zowanych oraz surowych lub surowych owocowych sosów typu coulis, szczególnie z dużą zawartością antocyjanów, nastąpi zmiana pH. Krem zmieni kolor i będzie wyglądał nieapetycznie.

Każdy rodzaj kremu gotowanego można połączyć z napowietrzonym tłuszczem. Otrzymuje się wówczas kremy półtłuste. Podczas łączenia z tłuszczem krem gotowany należy dodawać partiami, ponieważ może się zwarzyć. Powinien być ostudzony, temperatura nie może przekraczać 18°C. W innym wypadku tłuszcz będzie się topić, a krem straci puszystość. Będzie ciężki, źle napowietrzony, jego struktura będzie niejednorodna. Co zrobić, gdy krem półtłusty się zwarzy? Tłuszcz w temperaturze pokojowej należy dobrze napowietrzyć, a następnie partiami dodawać do niego zwarzony krem. Cały czas ucierać, aż powstanie gładka emulsja.

Przykładem delikatnego kremu półtłustego, który jest „pochodną" kremu *pâtissière* jest krem muślinowy (z fr. *crème mousseline*). Ten francuski klasyczny krem jest niezbędnym składnikiem najsłynniejszych francuskich deserów: paris-brest, tarte tropézienne, ciasta fraisier. Masło dodaje się w dwóch postaciach, tzn. w pierwszym etapie miesza się je z gorącym kremem *pâtissière*, aby się roztopiło. W drugim etapie, po ostudzeniu, krem łączy się z napowietrzonym masłem. Sekret tkwi w tym, aby podczas ubijania masło i krem *pâtissière* miały tę samą temperaturę. Ubija się go długo, aż konsystencja będzie lekka, pienista i „przewiewna", jedwabista. Krem muślinowy nadaje się do nadziewania oraz przekładania ciast, np. ptysiowego. Bardzo dobrze smakuje, gdy dodamy do niego pasty pralinowej, pistacjowej lub alkoholu.

Oprócz wspomnianych kremów należy również wspomnieć o tych, których bazą nie jest krem *pâtissière* i angielski. Nie zawierają jajek ani skrobi. Swą konsystencję zawdzięczają odpowiedniej proporcji czekolady i mleka/śmietanki. Są to:

- **krem namelaka** – bardzo delikatny, jedwabisty, lekki i puszysty jak mus z białej czekolady, ale nie tak słodki. Swą teksturą przypomina *ganache*, ale jest delikatniejszy. Stabilizuje się go żelatyną. Dosłownie rozpływa się w ustach, a jego powierzchnia lśni. Słowo namelaka oznacza ultrakremowy/niezwykle kremowy. Nadaje się do dekoracji babeczek, tart, nadziewania ptysi, eklerek. Chętnie stosowany w nowoczesnym cukiernictwie jako element monoporcji oraz dekoracja deserów. Do namelaki można stosować różne dodatki, które dodaje się w postaci past, np. kokosowej, pistacjowej, owocowej etc., lub aromatyzuje się nimi mleko podczas gotowania, np. kawą, przyprawami.

  Żelatynę należy zalać zimną wodą, aby napęczniała, mleko zagotować i połączyć z napęczniałą żelatyną, gdy mleko z żelatyną osiągną ok. 65°C, zalać czekoladę, całość zemulgować blenderem. Jeśli chcemy dodać pastę smakową, należy to zrobić przed blendowaniem. Wlać zimną śmietankę i jeszcze raz zblendować. Gotowy krem należy przykryć i wstawić do lodówki w celu schłodzenia, najlepiej do następnego dnia. W tym czasie masło kakaowe ulegnie krystalizacji. Lepiej zalać czekoladę ciepłym mlekiem niż za gorącym. Czekoladę nie do końca rozpuszczoną zawsze można podgrzać, np. w kąpieli wolnej (oczywiście nie za długo, aby jej nie przegrzać i nie doprowadzić do jej „roztemperowania").

  Niektóre receptury przewidują dodatek glukozy, wówczas krem jest gładszy, lśniący i bardziej kremowy. Ważne jest także, aby monitorować temperaturę masy czekoladowej podczas rozpuszczania. Nie może ona przekroczyć 42°C. Prawidłowa temperatura pozwoli na uzyskanie odpowiedniej ilości trwałych form kryształów tłuszczu kakaowego. Wpływa to na stabilność i strukturę czekolady, a tym samym kremu. Jeżeli czekolada zostanie dobrze zatemperowana, krem będzie stabilniejszy.

  Jeśli chcemy uzyskać puszysty i delikatny mus, np. do przełożenia tortu lub wykorzystania do ozdabiania za pomocą worka cukierniczego i tylek, najlepiej zmiksować namelakę po schłodzeniu. Początkowo będzie rzadki, ale później zgęstnieje, aż uzyskamy krem przypominający mus czekoladowy. Jeżeli chcemy użyć kremu do monoporcji, etap miksowania można pominąć, namelaka będzie bardziej kremowa;
- ***ganache*** (czyt. ganasz, genasz) – nazwa pochodzi z języka francuskiego, a oznacza poduszkę. Jest to masa na

WADY KREMÓW GOTOWANYCH I ICH PRZYCZYNY

rozlewanie się kremu, krem za rzadki	• niedostateczne ugotowanie • stosowanie mąki o słabym glutenie • za mała ilość mąki • intensywne mieszanie podczas studzenia
widoczne ścięte białko, przypalony krem	• brak mieszania podczas gotowania • zbyt gwałtowne i intensywne ogrzewanie
niejednorodna struktura, grudki skleikowanej mąki	• wlewanie mieszaniny jaj, cukru i mąki do mleka, a nie odwrotnie
widoczne grudki mąki	• mąka nieprzesiana lub źle wymieszana z jajami i cukrem
zmiana barwy	• za długie gotowanie • przechowywanie w grubej warstwie
krem zaciągnięty	• za duży dodatek mąki pszennej lub ziemniaczanej
warzenie się kremu półtłustego	• dodatek zbyt dużej ilości kremu gotowanego do tłuszczu, a nie partiami • dodanie tłuszczu do kremu gotowanego, a nie odwrotnie • dodatek za zimnego tłuszczu • dodatek za ciepłego kremu do tłuszczu

bazie czekolady i śmietanki o wysokiej zawartości tłuszczu. Najprawdopodobniej pierwszy raz wykonano go ok. roku 1850 w Paryżu w firmie cukierniczej Siraudin, ale do końca nie wiadomo, czy *ganache* wymyślono we Francji, czy Szwajcarii. To aksamitna emulsja oleju w wodzie, a konsystencja jest podobna do gęstej śmietany. Nadaje się do oblewania powierzchni ciast, tynkowania tortów, nadziewania babeczek, tartaletek, przekładania oraz formowania trufli. Konsystencja jest uzależniona od proporcji czekolady i śmietanki. Proporcja śmietanki będzie zależeć od tego, jakiej użyjemy czekolady, gdyż każda ma inną zawartość tłuszczu i miazgi kakaowej. Im mniej miazgi kakaowej jest w czekoladzie, tym mniej śmietanki potrzeba na jednakową ilość czekolady, aby osiągnąć podobną konsystencję ganache'u. Najmniej śmietanki potrzeba do czekolady białej, która nie zawiera miazgi kakaowej, tylko tłuszcz kakaowy (i tak naprawdę nie powinna być nazywana czekoladą).

Ganache w zależności od przeznaczenia dzieli się na:

- **ciężki** – jest najtwardszy i da się kroić oraz wycinać,
- **średni** – można go ręcznie rolować i robić z niego trufle,
- **lekki** – jest płynny i nadaje się do napełniania korpusów.

Ganache na białej czekoladzie będzie miał też najmniejszą tendencję do warzenia się, jednak potrzebuje więcej czasu na stężenie; biała czekolada rozpuszcza się szybko. Największą tendencję do zwarzenia się ma czekolada gorzka o najwyższej zawartości miazgi kakaowej. Ciemne czekolady będą potrzebować także większej ilości śmietanki kremowej, dlatego że miazga kakaowa absorbuje wodę z dodanej śmietanki. Jeśli śmietanki będzie za mało, to zamiast ganache'u wyjdzie coś w rodzaju kitu. Może się zdarzyć, że czekolada o jednakowej zawartości miazgi kakaowej, ale innego producenta finalnie będzie dawać inny ganache. Jest to spowodowane tym, że każdy producent używa innych dodatków do czekolady. Niektórzy cukiernicy sporządzają ganache z czekolady ruby, ale traci on swój kolor i staje się siny. Można go „poprawić" dodatkiem pudru z liofilizowanych owoców typu malina, truskawka, czarna porzeczka. Niektóre receptury przewidują łączenie śmietanki z mlekiem, mlekiem skondensowanym. Ganache można także aromatyzować, np. szlachetnymi alkoholami, purée owocowym, wyciągami ziołowymi, zestem.

W zależności od dodatku aromatyzującego można podgrzewać go w śmietance, np. wanilia; po podgrzaniu, odcedzeniu i chwilowym odczekaniu należy połączyć śmietankę z czekoladą. Niektóre aromaty przechodzą także na zimno do śmietanki, ale wymaga to więcej czasu, np. skórki cytrusowe, melisa, mięta, niektóre przyprawy. Aromat przechodzi wówczas kilka godzin, czasem całą noc. Zimną i odcedzoną śmietankę łączy się z roztopioną czekoladą. Jeśli chodzi o dodatki typu alkohol, purée z owoców, to najlepiej wmieszać je do gotowego ganache'u. Czekolada zawierająca 30% pasty z orzechów laskowych to gianduja. Kiedyś popularna nutella nazywana była pastą gianduja (nazwa została zmieniona w celach marketingowych).

Etapy przygotowania ganache'u:

1. Odważyć odpowiednią ilość/proporcje czekolady i śmietanki. Surowce waży się, a nie odmierza objętościowo!
2. Podgrzać śmietankę, ale nie zagotować.
3. Zalać czekoladę gorącą śmietanką; czekolada powinna być rozdrobniona lub w kaletkach, taka łatwiej się rozpuszcza.
4. Odczekać 1-2 minuty w celu wyrównania temperatur.
5. Połączyć całość i odczekać do momentu ostygnięcia i stężenia w temperaturze pokojowej, w momencie gdy ganache jest jednolity, można dodać pulpę owocową, alkohol, wyciąg ziołowy.
6. Zabezpieczyć powierzchnię ganache'u przed wyschnięciem, przykrywając folią spożywczą w kontakcie.

Bardzo ważne jest, aby w trakcie rozpuszczania czekolady temperatura nie przekroczyła 42°C, ponieważ nastąpi jej „roztemperowanie". Ma to wpływ na strukturę ganache'u.

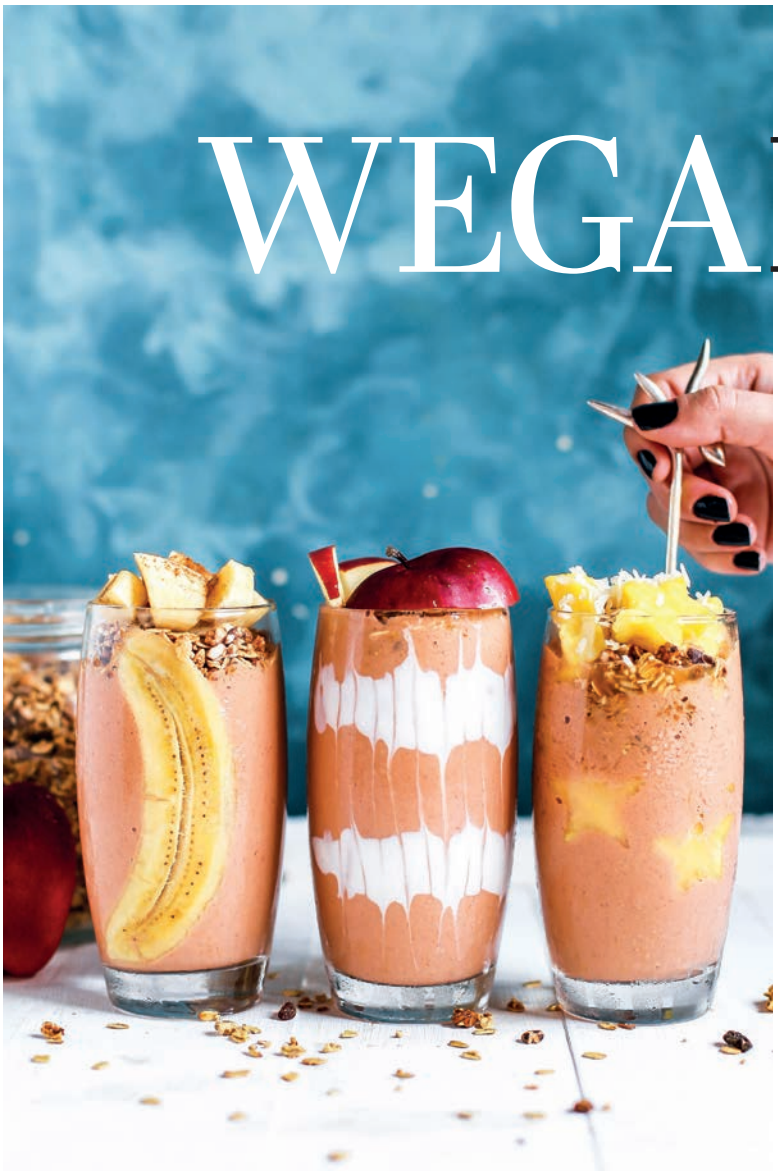
Co robić, kiedy *ganache* się zwarzy? Najlepiej delikatnie go podgrzać i dodawać po kropelce ciepłej śmietanki kremowej, cały czas mieszając, aby powstała emulsja. Nie wolno przesadzać z ilością śmietanki, aby nie rozwodnić masy. Żeby otrzymać przyjemny, powoli topiący się w ustach *ganache*, należy po przygotowaniu schładzać go powoli, najlepiej w temperaturze pokojowej, tak aby tłuszcz kakaowy odpowiednio skrystalizował i powstało jak najwięcej trwałych form krystalicznych. Za szybkie chłodzenie spowoduje stwardnienie tłuszczu, a kryształy nie zdążą się wytworzyć. Taki *ganache* w temperaturze pokojowej będzie tłusty i miękki. Można również dodać do niego masło w ilości ok. 10% w stosunku do reszty składników. Niektórzy cukiernicy dodają syrop skrobiowy, który nadaje elastyczności. Nie jest to jednak konieczne.

Schłodzony *ganache* można napowietrzyć. Wówczas objętość będzie większa, a krem lżejszy. Dzięki temu łatwiej pokryć nim wyroby. Nie należy napowietrzać kremu zbyt długo i intensywnie, aby się nie zwarzył. Oprócz śmietanki, którą dodajemy do ganache'u w postaci płynnej, można także ją ubić. Trzeba pamiętać, aby dodawać *ganache* do ubitej śmietanki kremowej, nigdy odwrotnie. Nie wolno zbyt intensywnie mieszać całości, bo nastąpi przebicie piany i ze śmietanki wytrąci się tłuszcz. Takiego kremu nie da się już uratować.

Bardzo stabilną wersją ganache'u jest ta z dodatkiem żelatyny. Ciepły *ganache* łączy się z namoczoną żelatyną, odkłada do zatężenia, a następnie ubija z mascarpone. Taki krem nadaje się do przekładania tortów oraz napełniania korpusów babeczek, tartaletek itp.

Śmietankę kremową w klasycznym ganache'u można zastąpić masłem. Otrzymujemy wówczas *ganache* maślany. Zamiast cukru pudru można dodać fondant, żeby wzbogacić smak, można go rozpuścić w niewielkiej ilości alkoholu. Podobnie jak *ganache* klasyczny dzieli się go na ciężki, średni i lekki. Nadaje się do nadziewania pralin lub tynkowania tortów. W przypadku nieodpowiedniego przygotowania tortu, po otynkowaniu *ganache* może pękać, w szczególności na czekoladzie o wysokiej zawartości kakao.

Oprócz tradycyjnego ganache'u można również przygotować jego wegańską wersję. W dużym uproszczeniu można napisać, że śmietankę zwierzęcą zastępuje się wtedy śmietanką roślinną lub tłustym napojem roślinnym, np. sojowym lub mlekiem kokosowym. Zamiast masła można użyć stałego tłuszczu roślinnego, np. kokosowego. Takiego wegańskiego kremu można używać do ciast oraz nadziewania czekoladek. ■



SŁODKIE WEGAŃSKIE

Zielona rewolucja nie wkracza do cukierni. Ona już tam jest. Kto nie odpowie na nią wegańską ofertą, straci klientów, wśród których przybywa roślinożerców.

Dominika Wojniak

Słowo *vegan* odmienia się dziś przez wszystkie przypadki. Nie bez przyczyny. Według firmy badawczej Nielsen rynek produktów roślinnych w Polsce wart jest obecnie ponad 600 mln złotych, a jeszcze w 2020 roku było to około 441 mln zł. Wyraźnie widać, że rynek krajowych wyrobów roślinnych rośnie dynamicznie. Wegańskie produkty zadomowiły się w branży spożywczej na dobre i rozpierają się łokciami na półkach sklepowych. Także w cukierniczych witrynach, gdzie coraz częściej znajdziemy bezsernik, tofurnik, nerkownik czy jagielnik. I szereg innych wegańskich słodkości. Przedsiębiorcy zdają sobie już sprawę, że możliwość wyboru opcji wegańskich to nie przewaga konkurencyjna, a rynkowa konieczność.

NIE WSZYSTKO WEGAŃSKIE, CO ROŚLINNE

Choć dieta wegańska nie jest pojęciem nowym, to niestety nadal bywa mylona z wegetariańską. Każda z nich niesie inne ograniczenia, o których podczas produkcji cukierniczej należy pamiętać. Weganizm to w dużym skrócie rezygnacja ze spożywania produktów pochodzenia zwierzęcego. Wszystkich, bez wyjątku. Kluczem do właściwego doboru produktów jest fakt, że wszystko, co wiąże się z eksploatacją zwierząt, w diecie wegańskiej jest wykluczone.

Samo pojęcie po raz pierwszy zostało użyte w 1944 r. przez Donalda Watsona, który założył brytyjskie Towarzystwo Wegańskie. Obecnie to jedna z najważniejszych organizacji na świecie zajmująca się badaniem weganizmu, który został zdefiniowany jako filozofia i styl życia dążący do wykluczenia wszelkich form wykorzystywania zwierząt. Z opublikowanego raportu brytyjskiego Towarzystwa Wegańskiego wynika, że liderem wśród krajów, które wprowadziły na rynek najwięcej produktów wegańskich, jest Wielka Brytania. 80% Brytyjczyków ma wegańskich członków rodziny lub przyjaciół, 84% jadło wegański posiłek, a 90% uważa, że bycie weganinem jest obecnie dużo łatwiejsze niż 10 lat temu.

Liczby te świadczą o sporej popularności weganizmu w Wielkiej Brytanii. Także w Polsce coraz więcej osób rezygnuje ze spożywania produktów odzwierzęcych. Według danych raportu *Jak odżywiają się Polacy* z 2021 r. w trakcie pandemii liczba wegan wzrosła o 2%. A to oznacza, że już 6% Polaków deklaruje się jako weganie. Najwięcej w grupie wiekowej 25-34 lata. Według raportu Oxford Martin School globalne przejście społeczeństw na dietę wegańską pozwoliłoby uniknąć 8,1 mln przedwczesnych zgonów rocznie. A zdaniem Światowej Organizacji Zdrowia pierwszy krok do zdrowego odżywiania to stosowanie pożywnej diety opartej na różnorodnych produktach, pochodzących przede wszystkim z roślin, a nie od zwierząt.

TRUDNO I DROGO?

Produkcja wegańskich słodkości do najłatwiejszych nie należy. A na pewno nie do najtańszych. Wystarczy spojrzeć na ceny roślinnych zamienników, chociażby mleka. Podczas produkcji przyda się też trochę odwagi i sporo kreatywności, gdyż oczekiwania wegan co do jakości, wyglądu i smaku deserów są zdecydowanie większe niż jeszcze kilka lat temu. To zmusza cukierników do niestannego poszukiwania nowych receptur, poznawania właściwości zamienników i doskonalenia umiejętności. Ten, kto chce oprzeć ofertę wyłącznie na wegańskich deserach, musi się wznieść na wyżyny cukiernictwa. Dobrym przykładem jest warszawska cukiernia Vege Miasto, którą magazyn „Kukbuk" zaliczył do 10 najlepszych stołecznych wegańskich cukierni. Jej właściciele przygodę z kuchnią roślinną zaczęli jeszcze w latach 90. ubiegłego wieku. To długoletnie doświadczenie przekłada się na desery dopracowane w najmniejszym szczególe.

Samo zestawienie najlepszych wegańskich cukierni jest wymowne. Lokale wyłącznie z ofertą wegańską to wciąż wielkomiejski krajobraz. Im mniejsze miasto, tym zapotrzebowanie na ofertę roślinną w cukierniach statystycznie mniejsze. Jednak warto mieć w witrynie roślinne „must have", chociażby wegański sernik czy brownie.

Być może zainteresujemy tym osoby, które weganami jeszcze nie są, ale przymierzają się do ograniczenia spożycia mięsa. To mały, ale dobry krok w ich stronę. O ile hype na dietę roślinną w dużych miastach już dawno minął, o tyle w mniejszych miejscowościach jest wciąż w fazie wznoszącej. A to stwarza rynkową niszę, którą dość łatwo zagospodarować, choć nie niskim kosztem.

Część z nas już wie, czym jest dieta roślinna, część ją polubiła, ale dla większości nadal pozostaje nieodkryta. I to stwarza szansę dla branży cukierniczej, która zaczyna rozumieć jej znaczenie. O ile jeszcze dekadę temu można było uznać weganizm za wymysł młodych i swoistą modę, które szybko przeminie, o tyle dziś patrząc na dane rynkowe, nie można go ignorować. Nie przypomina mody, a raczej trwałą społeczną zmianę, która będzie się umacniać. Kim zatem są weganie? Przede wszystkim należą do tej grupy młodzi dorośli z pokolenia Z, ale także millenialsi. Z danych „Forbesa" z 2019 r. wynika, że aż 65% „zetek" uważa żywność roślinną za atrakcyjną.

Z pewnością na rzecz tej zmiany działa środowisko medyczne. Zdaniem dietetyczki klinicznej z Instytutu Żywności i Żywienia Hanny Stolińskiej-Fiedorowicz prawidłowo zbilansowana dieta wegańska przynosi wiele korzyści dla zdrowia. Przyjmuje się, że osoby na diecie roślinnej żyją nawet o 10 lat dłużej. Mają lepszą przemia-

nę materii, ponieważ spożywają więcej błonnika, a to minimalizuje ryzyko nadwagi i otyłości. Ponadto dieta wegańska redukuje ryzyko chorób układu krążenia, cukrzycy, niektórych nowotworów, kamicy nerkowej czy osteoporozy. Wyeliminowanie tłuszczów zwierzęcych wpływa na zmniejszenie stanu zapalnego w organizmie. Z kolei eliminacja białka zwierzęcego to rzadsze problemy z nadciśnieniem krwi czy wysokim poziomem złego cholesterolu.

ROŚLINNIE, CZYLI ZDROWIEJ

Jednak pogląd, że wegańskie słodkości można jeść bezkarnie, jest mylny. Wszystko zależy od użytych składników. Często desery roślinne wykorzystują bakalie i suszone owoce, które zazwyczaj są mocno słodzone cukrem lub syropem glukozowo-fruktozowym. To znacząco podnosi ich wartość energetyczną. Wątpliwości budzą także gotowe mieszanki cukiernicze: nadzienia, glazury, polewy czy kremy dekoracyjne bazujące na roślinnych surowcach. Wprawdzie stanowią prostszą i tańszą w użyciu alternatywę, ale już niekoniecznie zdrową. Mimo że zapewniają stabilność procesu produkcyjnego, mogą przynieść więcej szkód niż pożytku. Wśród cukierników są tacy, którzy o gotowych mieszankach nie chcą nawet słyszeć. Według nich to droga na skróty, a wegańskie oznacza zdrowsze tylko wtedy, gdy bazuje się na naturalnych, wysokiej jakości produktach.

To wszystko sprawia, że weganie stanowią dla cukierników wyzwanie. Surowce, których nie akceptują w diecie – jaja, mleko, masło, śmietana, żelatyna – to baza w tym fachu. A tymczasem trzeba szukać odpowiednich roślinnych zamienników, bo weganie też są słodkolubni i chcą mieć produkt skrojony na miarę swoich potrzeb, na przykład wegańskie lody, które od kilku lat przeżywają prawdziwy boom w lodziarniach rzemieślniczych. Jeszcze do niedawna mrożone desery produkowano wyłącznie przy użyciu składników odzwierzęcych. Z tegorocznego raportu Barry Callebaut wynika, że do 2027 r. segment mrożonych deserów wegańskich urośnie o 12,3%. To doskonały przykład, jak tradycyjny produkt w roślinnej wersji może znowu zyskać popularność.

Zatem na czym bazuje wegańska cukiernia? Margaryna lub olej kokosowy zamiast masła. Napój migdałowy lub owsiany zamiast mleka krowiego. Sprężystość i wilgotność ciasta zapewniają mielone siemię lniane lub zgniecione banany, a nie jaja. Zamiast rafinowanego cukru ksylitol lub daktyle. Zamiast żelatyny agar czy pektyna. Zamiast piany z ubitych białek aquafaba, czyli woda z gotowanej ciecierzycy. Zamiast twarogu – tofu. Zamiast tradycyjnego masła – masło kakaowe. Zamiast śmietany mleczko kokosowe. Myli się ten, kto uważa, że roślinne zamienniki są z natury słabsze od odzwierzęcych. Niektóre mają lepsze właściwości. Roślinną śmietanę łatwiej się ubija, a podczas upalnych dni będzie stabilniejsza niż tradycyjna.

Zostając przy śmietanie kremówce. Znalezienie jej idealnego zamiennika było największym wyzwaniem wegańskiego cukiernictwa. Godną zastępczynią okazała się roślinna śmietana kokosowa. Aby dobrze się ubijała, powinna zawierać jak najwięcej tłuszczu (najlepiej 22%) i 95% miąższu. Mocno ubita ma idealną strukturę i przyjemny kokosowy smak. Co więcej, nie wymaga dodatku stabilizatorów. Kolejne wyzwanie przyniosło stosowanie margaryny, która od lat cieszy się złą sławą, a to za sprawą rakotwórczych kwasów tłuszczowych typu trans. Współczesna margaryna zmieniła skład (dla pewności zawsze warto sprawdzić etykietę produktu). Zgodnie z rozporządzeniem Komisji Europejskiej 2019/649 poziom izomerów trans w margarynie nie powinien przekraczać 2 g/100 g tłuszczu. Dlatego obecnie wiele produktów nie ma w składzie niepożądanych kwasów lub są one bardzo ograniczone.

UWAGA NA PUŁAPKI

Roślinnych zamienników przybywa, ale to nie w ich dostępności czy wyborze leży problem. Cukiernicy wpadają w pułapkę, gdy chcą, by deser z roślinnych zamienników smakował jak tradycyjny. Nie sposób to osiągnąć. Smak tłuszczu zwierzęcego mleka jest dla nas pierwotny i nie do podrobienia. Dlatego odtworzenie jeden do jeden tradycyjnego deseru w wersji wegańskiej stanowi ślepy zaułek. Rozwiązaniem jest przestawienie się z odtwórczości na tworzenie smaku. Jeśli jednak chcemy maksymalnie odtworzyć tradycyjne receptury i smaki, to musimy znaleźć takie zamienniki, które będą tożsame z tradycyjnymi pod wieloma względami, zarówno smaku, stabilności, jak i punktu topnienia.

Czy po roślinny deser sięgają wyłącznie zdeklarowani weganie? Wygląda na to, że nie. Wegańskie jedzenie w coraz powszechniejszej świadomości kojarzone jest z profilaktyką zdrowotną. Ci, dla których żywność staje się narzędziem do utrzymania zdrowia, będą chętnie sięgać po zdrowsze desery, a za takie uważane są właśnie te wegańskie. Z pewnością zrobią to także osoby z różnymi nietolerancjami pokarmowymi. A ten segment rośnie w dużo szybszym tempie niż grupa wegan. To razem sprawia, że kierowanie uwagi klientów w stronę wegańskich pozycji będzie miało coraz większe biznesowe uzasadnienie. Roślinny trend, aktualnie dominujący w branży spożywczej, będzie z nami jeszcze długo. Dla dobra nas samych, ale i planety. ■

RZEMIEŚLNIK STOWARZYSZENIE

#FUNDUSZEPROMOCJI

RZEMIEŚLNIK ZAPRASZA NA CYKL BEZPŁATNYCH SZKOLEŃ

ZROZUM SWÓJ KWAS CHLEBOWY

PROWADZĄCY:

YAROSLAV SEMKIV

DR INŻ KRYSTYNA JAROSZ

MIROSŁAW KUREK

Więcej informacji:
www.rzemieslnik.org/szkolenia

Projekt finansuje Fundusz Promocji Ziarna Zbóż i Przetworów Zbożowych

MLEKO A2 BEZPIECZNA ALTERNATYWA

dla osób z alergią na mleko

Mleko A2, różniące się od zwykłego zawartością specyficznego białka kazeiny, zyskuje uznanie jako potencjalnie zdrowsza i bardziej tolerowana opcja. Czy rzeczywiście jest lepsze dla naszego zdrowia? W tym artykule przyjrzymy się bliżej właściwościom mleka A2, jego korzyściom zdrowotnym i różnicom w porównaniu do tradycyjnego mleka.

Iwona Zmysło
Zdrowoczesni.pl

Mleko – jeden z podstawowych elementów diety ludzi na całym świecie – stało się obiektem wielu badań w kontekście różnorodnych aspektów zdrowotnych. Obszarem, w jakim jest szczególnie analizowane, jest działanie alergizujące białek w nim występujących. Badania wykazały, że białka mleka krowiego odpowiadają za ok. 13% śmiertelnych reakcji anafilaktycznych wywołanych składnikami pokarmowymi.

Jednym z najnowszych odkryć jest rozróżnienie między mlekiem A1 a mlekiem A2. Rodzaje te różnią się składem i pochodzeniem, co może mieć wpływ na ich potencjalne korzyści zdrowotne oraz na bezpieczeństwo dla osób cierpiących na alergie pokarmowe.

POCHODZENIE MLEKA A1 I A2

Pierwotnym mlekiem produkowanym przez krowy było mleko A2, którego jedno z białek – beta-kazeina – zawierało aminokwas o nazwie prolina. Jednakże jakiś czas temu (prawdopodobnie ok. 1000 lat) w genie kodującym beta-kazeinę zaszła mutacja, która spowodowała, że zamiast proliny w białku tym pojawiła się histydyna. Ponieważ mutacja ta wiązała się również z wyższą mlecznością krów, osobniki z tą cechą zaczęto ze sobą krzyżować, w wyniku czego została utrwalona.

Mleko A1 jest bardziej powszechne u krów hodowanych w Europie Zachodniej, Ameryce Północnej i innych rejonach świata, podczas gdy mleko A2, bardziej tradycyjne, produkowane jest naturalnie przez krowy hodowane w Azji, Afryce i niektórych częściach Europy Wschodniej.

KONSEKWENCJE RÓŻNIC W BUDOWIE BETA-KAZEINY

Badania wykazały, że dwa rodzaje beta-kazeiny (A2 i A1) są inaczej trawione w naszym jelicie. Aminokwasem obecnym w mleku A2 jest prolina, a w A1 – histydyna. Rozkład histydyny prowadzi do powstania związku zwanego beta-kazomorfiną, który przenika do krwiobiegu i łączy się z receptorami obecnymi na błonach komórek wielu naszych układów, m.in. nerwowego, immunologicznego (odpornościowego) czy pokarmowego. Dlatego obecność beta-

Ciekawostki

- **Pochodzenie nazwy**

Mleko A2 nazywane jest tak, ponieważ zawiera specyficzną formę beta-kazeiny, zwaną A2. W przeciwieństwie do zwykłego mleka, które zawiera zarówno beta-kazeinę A1, jak i A2, zawiera tylko białko A2.

- **Genetyka krów**

Krowy produkujące mleko A2 mają specyficzny genotyp. Pierwotnie wszystkie osobniki tego gatunku produkowały tylko beta-kazeinę A2. Mutacja genetyczna, jaka miała miejsce kilka tysięcy lat temu, spowodowała pojawienie się beta-kazeiny A1.

- **Popularność na świecie**

Mleko A2 jest szczególnie popularne w Australii i Nowej Zelandii, gdzie powstała firma A2 Milk Company, promująca ten rodzaj. Firma ta rozszerzyła swoją działalność na inne kraje, w tym Stany Zjednoczone i Wielką Brytanię.

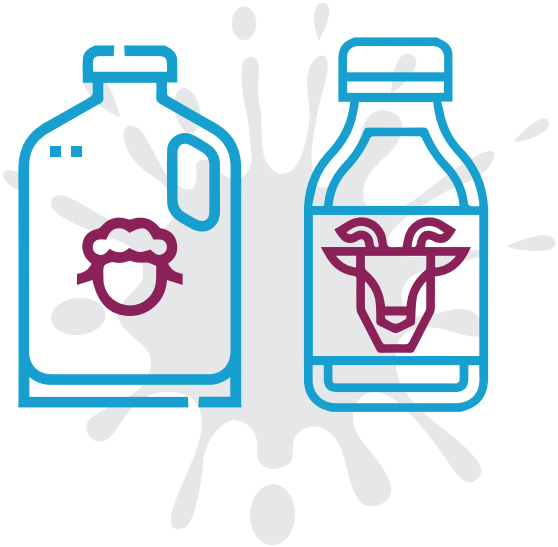
- **Proces produkcji**

Produkcja mleka A2 wymaga selekcji krów posiadających odpowiednie genotypy. Są one testowane pod kątem obecności genu odpowiedzialnego za produkcję beta-kazeiny A2, a mleko od wybranych osobników jest przetwarzane oddzielnie.

- **Smak i właściwości**

Mleko A2 smakuje i wygląda tak samo jak zwykłe mleko, ponieważ różnica dotyczy tylko rodzaju beta-kazeiny w jego białkach. Nie ma zauważalnej różnicy w smaku, konsystencji czy wyglądzie.

-kazomorfin wiązana jest z niektórymi negatywnymi efektami zdrowotnymi, takimi jak: dyskomfort jelitowy, zwiększone ryzyko stanów zapalnych oraz wystąpienie różnych chorób.
Co ciekawe, wykryto, iż osoby z chorobami układu nerwowego, np. ze schizofrenią lub autyzmem, oraz z nieswoistymi chorobami zapalnymi jelit są szczególnie wrażliwe na produkty rozkładu beta-kazeiny A1.



Mleko A1 i A2 różnią się nie tylko składem białek, ale również pochodzeniem i potencjalnymi korzyściami zdrowotnymi. Mimo że badania nad tymi różnicami są nadal w toku, istnieje coraz większe zainteresowanie mlekiem A2 ze względu na jego potencjalne korzyści dla osób z alergiami na białka mleka krowiego i nie tylko. Jednakże ważne jest, aby przed dokonaniem zmian w diecie skonsultować się z lekarzem i/lub dietetykiem, szczególnie w przypadku zdiagnozowanych alergii pokarmowych.

MLEKO A2 A NIETOLERANCJA LAKTOZY

Choć wiele osób cierpiących na nietolerancję laktozy zgłaszało spadek nasilenia objawów po spożyciu mleka A2, należy pamiętać, iż **laktoza jest cukrem** występującym w mleku, a **beta-kazeina białkiem.** Nietolerancja laktozy powiązana jest z działaniem układu pokarmowego, a konkretnie niedoborem trawiącego ją enzymu – laktazy. Alergia na białko mleka krowiego wiąże się natomiast z zaangażowaniem układu odpornościowego – obu tych dolegliwości nie należy ze sobą mylić. A co za tym idzie, mleko A2 nie jest idealnym rozwiązaniem dla osób z nietolerancją laktozy.

BEZPIECZEŃSTWO W KONTEKŚCIE ALERGII NA MLEKO

Bezpieczeństwo mleka A1 i A2 w kontekście alergii na białka mleka krowiego jest wciąż tematem dyskusji w środowisku naukowym. Badania sugerują, że niektóre osoby cierpiące na takie alergie mogą tolerować mleko A2 lepiej niż A1. Jednakże należy podkreślić, że każdy reaguje inaczej na różne składniki pokarmowe. Dlatego ważne jest, aby osoby z alergią na mleko konsultowały się z lekarzem i/lub dietetykiem przed wprowadzeniem zmian w diecie.

SKĄD BRAĆ MLEKO A2?

Jako pierwsza czyste mleko A2 wprowadziła na rynek światowy firma z Nowej Zelandii. Obecnie oferuje je zaledwie kilka krajów europejskich.
Co oznacza termin „czyste”? Otóż takie mleko zawiera wyłącznie beta-kazeinę A2. Wyprodukowanie go jest możliwe jedynie wtedy, gdy krowa jest homozygotą A2A2, czyli od obojga rodziców otrzymała allel A2 genu kodującego beta-kazeinę. W Polsce badaniem genotypu (zestawu genów) bydła hodowlanego zajmuje się Polska Federacja Hodowców Bydła i Producentów Mleka, analizy dokonuje Laboratorium Genetyki Bydła w Parzniewie.

ALERGIA NA BIAŁKO MLEKA KROWIEGO A MLEKO KOZIE LUB OWCZE

Bardzo często słyszy się, iż osoby cierpiące na alergię na białka mleka krowiego mogą z powodzeniem spożywać mleko kozie lub owcze – ile w tym prawdy? Otóż alergeny w mlekach kozim i owczym przypominają strukturą białka mleka krowiego, dlatego bardzo często dochodzi do tzw. alergii krzyżowych. Polegają one na tym, że układ odpornościowy rozpoznaje podobne do siebie alergeny jako takie same i uruchamia reakcję odpornościową przeciwko każdemu z nich. Badania wykazują, że około 90% dzieci uczulonych na białko mleka krowiego może reagować na mleko kozie, a około 60-70% na mleko owcze. Bezpieczniejszymi alternatywami są zatem napoje roślinne oraz specjalne preparaty mlekozastępcze.

MLEKO KOBYLE I OŚLE

Najbardziej zbliżone do mleka ludzkiego są mleko kobyle i ośle. Oba zawierają znacznie mniej frakcji alergennych białek. Niektóre białka mleka kobylego różnią się kolejnością budujących je aminokwasów w porównaniu do białek mleka krowiego, dzięki czemu trudniej wiążą się z przeciwciałami, odpowiadającymi za wywołanie reakcji alergicznych. Pewne białka występujące w mleku krowim mogą różnić się lub nawet nie występować w mleku klaczy, dlatego wydaje się, że w kontekście alergii na białka mleka krowiego mleko klacze może być dobrą alternatywą.
Bezwzględnie jednak w takich sytuacjach, przed wprowadzeniem jakiegokolwiek zamiennika mleka krowiego należy zasięgnąć opinii lekarza. Mleko ośle jest podobne w składzie chemicznym do mleka klaczy. Zawiera znacznie więcej białek serwatkowych niż mleko krowie, cechuje je również dużo mniejsze stężenie kazeiny odpowiedzialnej za wywoływanie reakcji alergicznych. ■

***

Źródło

Balińska-Miśkiewicz W.: *Diagnostyka molekularna alergii pokarmowej – czy wiemy więcej?* „Postępy Hig. Med. Dośw.”, 2014; 68: 754-767.

MasterBAKER

V edycja - 2024

Organizatorem konkursu jest Stowarzyszenie Polska Ekologia

Wykonawca: Grupa MTP

konkurs dla piekarzy z pasją!

Zapraszamy WSZYSTKICH pasjonatów piekarstwa do udziału w jubileuszowej edycji konkursu MasterBaker. Wydarzenie odbędzie się po raz piąty, w tym roku pod hasłem przewodnim: ***"Dzisiejszy chleb tradycją dla przyszłych pokoleń"****.*

Konkurs podzielony jest na 4 osobne kategorie: piekarze zawodowi, amatorzy, KGW, uczniowie szkół o profilu spożywczym. Spośród prac zgłoszonych w drodze eliminacji online Jury wybierze 12 finalistów, po 3 osoby z każdej kategorii. Wielki finał odbędzie się na żywo w specjalnie zaaranżowanej piekarni konkursowej 25-27.09.2024 podczas targów POLAGRA w Poznaniu. Na finalistów czeka moc wrażeń... wspaniałe nagrody oraz prestiż! Czekamy na Ciebie!

NAGRODY I PRESTIŻ

Na zwycięzców czeka gotówka, wspaniałe nagrody rzeczowe, specjalne nagrody niespodzianki oraz tytuł "Master Baker" - najlepszy piekarz Polski

ETAPY KONKURSU

Eliminacje - zgłoszenia przez formularz na stronie www.MasterBaker.pl

Finał na żywo: 25-27.09.2024 podczas targów POLAGRA w Poznaniu

PATRONAT BRANŻOWY

Stowarzyszenie Rzemieślników Piekarstwa RP

Polska Izba Produktu Regionalnego i Lokalnego

PATRONAT MEDIALNY:

Mistrz branży · przegląd piekarski i cukierniczy · Przegląd Zbożowo Młynarski · Restauracja · Domowy Piekarz · SuperZboża.pl · Lider Piekarstwa

Informacje o konkursie oraz regulamin na stronie:

www.MasterBaker.pl

/KonkursMasterBaker /KonkursMasterBaker /@KonkursMasterBaker /@KonkursMasterBaker /MasterBakerPL

#FUNDUSZE PROMOCJI

Projekt sfinansowano ze środków Funduszu Promocji Ziarna Zbóż i Przetworów Zbożowych.

LEKKIE i PUSZYSTE ZEFIRKI

Zefirki to wyjątkowe słodycze, które charakteryzują się lekką, puszystą konsystencją i owocowym smakiem. Są popularne w krajach Europy Wschodniej i coraz bardziej doceniane na całym świecie. Dzięki delikatnej strukturze i wszechstronności stanowią doskonały dodatek do różnorodnych deserów, cieszą się też popularnością jako samodzielna przekąska w fantazyjnych kształtach.

Pochodzenie tego deseru nie jest jasne. Jego historia sięga czasow starożytnych. Początkowo zefir był znany w starożytnym Egipcie około 2000 lat p. n. e. Tam wytwarzany był z korzenia prawoźlazu, miodu i orzechów. W formie jaką znamy go dziś został zaczął był wytwarzany we Francji w XIX wieku. Franscuscy mistrzowie zastąpili korzeń prawoślazu innym składnikiem, co ułatwiło znacznie pracę.

Czym dziś jest słodkość dostępna pod tą nazwą? To miękkie wyroby cukiernicze wykonane z cukru, przecieru owocowego, białek jaj i substancji zagęszczających, takich jak pektyna lub agar-agar. – Sama produkcja nie jest trudna, ale przed sprzedażą zefir powinien się ustabilizować, zajmuje to od 5 do 24 godzin, w zależności od przepisu i warunków środowiskowych. Specjalny sprzęt nie jest potrzebny, używamy robota kuchennego, który pomaga ubijać masę, również termometru do cukru, sita, worka do ciasta i wagi – mówi właścicielka pracowni cukierniczej specjalizującej się w produkcji zefirów Alina Cherednychenko.

Jej przygoda z produkcją pianek zaczęła się rok temu, kiedy postanowiła przekształcić dotychczasową pasję do słodyczy w praw-

PRZY POMOCY FOREMEK I TYLEK MASĘ PIANKOWĄ MOŻNA FORMOWAĆ, NADAJĄC JEJ NAJRÓŻNIEJSZE KSZTAŁTY. W KRAKOWSKIM DOMU ZEFIRA KRÓLUJĄ ROZMAITE KWIATY, KTÓRE STANOWIĄ POMYSŁ NA WYJĄTKOWY JADALNY PREZENT

dziwą sztukę. Najpierw eksperymentowała z różnymi przepisami i składnikami w małej domowej kuchni, dążąc do stworzenia idealnego zefiru. A już w grudniu 2023 r. otworzyła kawiarnię z deserami, w tym z zefirami.

Słodkości produkowane w krakowskim Domu Zefira zachwycają kształtami, dodatkami, smakami i kolorami. – Możemy je urozmaicać owocami, orzechami, czekoladą czy przyprawami – zaznacza ich twórczyni. I dodaje: – W ofercie mamy zefiry z różnymi nadzieniami. Dodajemy dwa rodzaje barwników: naturalny i syntetyczny, co oznacza, że przecier z owoców nadaje własny kolor, ale jeśli klienci chcą inny, dodajemy barwnik spożywczy.

Specjalnością firmy są bukiety złożone z piankowych kwiatów. Z masy można stworzyć różne kształty. – Robi się to na różne sposoby, w zależności od pożądanego kształtu i rozmiaru. My w pracowni używamy tylek cukierniczych, umieszczając masę w worku cukierniczym i wyciskając ją na blachę do pieczenia pokrytą pergaminem lub silikonową matą. Zaletą tego rozwiązania jest to, że można łatwo wyczarować klasyczne kształty, takie jak spirale, kwiaty lub inne dekoracyjne. Można również użyć form silikonowych – wyjaśnia Alina.

Piękne bukiety lub pudełka wypełnione piankowymi kwiatami są idealną propozycją na prezent na wyjątkową okazję. – Nasze zefirki są często zamawiane na różne okazje, ponieważ ich delikatny smak i atrakcyjny wygląd sprawiają, że są idealnym dodatkiem do wielu wydarzeń. Okazje, na które najczęściej są zamawiane, to: urodziny, wesela, baby shower, święta i imprezy firmowe – mówi właścicielka kawiarni.

Średni koszt takiego bukietu wynosi 150 zł. Można też kupić pojedyncze sztuki. Zwykły zefir kupimy już za 5 złotych, a kwiat z zefira to wydatek od 4 do 12 złotych, w zależności od rodzaju. Obecnie firma ukierunkowana jest głównie na sprzedaż detaliczną, ale planuje współpracować również z firmami. – Tak, zefirki mogą być używane do dekoracji ciast, deserów, tortów! Ich lekka i puszysta tekstura oraz estetyczny wygląd sprawiają, że są świetnym wyborem. Można je układać na wierzchu tortu, tworząc wzory i kompozycje, a także używać jako ozdoby boczne. Czekamy na odpowiedzi od domów weselnych i hoteli w sprawie współpracy – deklaruje. – Każdego miesiąca produkujemy różną ilość zefirów, wszystko zależy od zamówień. Czasem częściej zamawiane są zestawy z kwiatami, a czasem zwykłe

Ciekawostki

Nazwa słodkich pianek pochodzi od imienia greckiego boga zachodniego wiatru Zefira. Do dziś jest synonimem ciepłego, lekkiego i delikatnego wiatru. Niektórzy utożsamiają zefir z piankami marshmallow, jednak pomimo formalnego podobieństwa są one inne. W marshmallow – w przeciwieństwie do zefiru – nie ma jajek.

Zefiry mają bardziej owocowy smak, a te drugie raczej waniliowy. Podczas, gdy w przypadku tych pierwszych jako subtancji żelującej używa się głównie agaru, w produkcji marshmallow jest to żelatyna. Jednak oba rodzaje słodkości produkuje się tą samą metodą, czyli ubijając składniki aż do uzyskania puszystej konsystencji, a następnie pozostawieniu jej do zastygnięcia w konkretnym kształcie.

zefiry. Dlatego nie możemy podać konkretnej liczby, ale zwykłe zefiry zawsze są dostępne w naszej kawiarni, natomiast kwiaty częściej robimy na zamówienie – wyjaśnia.

Produkcja zefirów nie wymaga specjalistycznych sprzętów, nakładu finansowego, ma jednak pewne wady. Słodkości te cechuje stosunkowo krótki termin przydatności do spożycia, zwykle wynosi on od 7 do 14 dni, ale dokładny czas może się różnić w zależności od składników i warunków przechowywania. Jak przechowywać zefirki? W suchym i chłodnym miejscu, w hermetycznym pojemniku, nie w lodówce. Przestrzegając tych zasad, można cieszyć się świeżością i delikatnością zefirków przez cały okres przydatności do spożycia.

Oprócz zefirków firma produkuje również inne słodkości, aby sprostać gustom klientów. Aktualnie oferta obejmuje: cake popsy, czekoladki, cukierki, praliny i ciasteczka.

Alina Cherednychenko deklaruje, że dopiero zaczyna rozwijać skrzydła. – Uwielbiam tworzyć nowe smaki, cieszy mnie widok uśmiechniętych twarzy naszych klientów. Dbam o każdy detal: od wyboru najlepszych składników po estetyczne pakowanie wyrobów, doceniam też możliwość eksperymentowania z nowymi recepturami i technikami. Kto wie, może za jakiś czas, gdy dojdę do perfekcji w tym, co robię, będę prowadzić szkolenia z produkcji zefirów, bo to naprawdę fantastyczny produkt. Póki co cały swój czas i serce oddaję prowadzeniu kawiarni. ■

Purees mrożone Les vergers Boiron

- 53 SMAKI
- STAŁA JAKOŚĆ
- SMAK ŚWIEŻYCH OWOCÓW
- 100% OWOCÓW - BEZ DODATKU CUKRU

Kalkulator receptur lodów dostępny na

RZEMIEŚLNIK STOWARZYSZENIE

Gdzie diabeł nie może, tam RZEMIEŚLNIKA wyśle

Mirosław Kurek
właściciel firmy consultingowej Help4Bakery, prezes Stowarzyszenia Rzemieślnik

W końcu! Przestajemy się przyglądać i przystępujemy do działania! W Polsce jest wiele wartościowych firm, które dają nadzieję na to, że prawdziwe rzemiosło nie zaginęło. Niestety często nie radzą sobie najlepiej, coś w nich nie działa, czegoś brakuje...mnie się ten ogon nie podoba.

REWOLUCJE **PIEKARNICZO-CUKIERNICZE** CZAS ZACZĄĆ!

Znamy już miejsce, w którym odbędzie się pierwsza oficjalna rewolucja. Podobnie jak w produkcji telewizyjnej będę opisywać nasze doświadczenia w danym zakładzie. Dowiesz się więc, jak od zaplecza wyglądały nasze zmagania z właścicielem firmy, jak przyjął konieczność przeprowadzenia zmian. To będzie bardzo ciekawe. Jeśli tylko właściciel zgodzi się na opisanie swojego przypadku na łamach czasopisma, wskażemy, jaka to firma i gdzie się mieści. Opisanie rewolucji na łamach „Mistrza Branży" to część programu promocji, ale nie będzie to krok obowiązkowy.

Co zyska rzemieślnik, który weźmie udział w programie? To dość proste: jeśli spełni wszystkie zalecenia, zyska olbrzymią promocję firmy, a ta z pewnością wpłynie na wielkość jej obrotów i na wyższą rentowność.

No dobrze, a jak działamy? Schemat jest dość prosty i oczywisty. W pierwszej kolejności potrzebny jest audyt, czyli sprawdzamy co i jak działa, czy działa, czy nie działa w firmie?. Czy czegoś brakuje, a może są również mocne strony, które należy wykorzystać? Ustalenie stanu posiadania na samym początku jest niezbędne do właściwej oceny sytuacji. To daje solidny fundament do podjęcia odpowiednich kroków.

I co dalej? Jak mówią prawnicy – to zależy. Zwykle błędy małych i średnich przedsiębiorców to niedopasowana oferta, niskiej jakości surowce, brak lub niewłaściwy marketing, nieadekwatna nazwa, brud, brak działań w social mediach – albo wszystko naraz… W każdej z wymienionych kategorii pomożemy i poprowadzimy „za rączkę", więc nie trzeba się martwić tym, że przedsiębiorca czegoś nie zrozumie, że nie da rady. Największa rola do odegrania należy jednak do przedsiębiorcy, ponieważ o ile my wiemy, co musimy zrobić, co jest do zmiany i to robimy, o tyle przedsiębiorca często chciałby zmian bez zmian… Jak można się domyślić, tak się nie da. Całe to przedsięwzięcie wymaga zaangażowania sztabu ludzi: menedżera, marketingowca, grafika, cukiernika, piekarza. To spora inwestycja ze strony rzemieślnika, a nakłady będą zależeć od rozmiaru zakładu i od tego, jak wielkich zmian wymaga firma.

Co po sobie zostawiamy? To już nie będzie ta sama firma, nic już nie będzie takie samo… Po rewolucjach może dostać nową ofertę, nowe social media, nowe logo lub nawet nazwę, jeśli tego właśnie potrzeba. Pracownicy dowiedzą się, jak upiec najlepsze produkty wyłącznie z naturalnych składników, będą fachowcami w swojej dziedzinie. Firma dostanie potężnego „kopa" marketingowego, mnóstwo okolicznych mieszkańców dowie się o jej walorach, a my jeszcze długo będziemy wspierać ją w działaniach marketingowych. Nie zostawimy nikogo samego, gdyż wiemy, że taka „obsługa posprzedażowa" jest bardzo istotna dla powodzenia całej misji. My również jesteśmy zainteresowani tym, aby każda z wizyt zakończyła się sukcesem, bo będzie to nasz wspólny sukces!

Dla kogo są te rewolucje? Czy każda firma nadaje się do reorganizacji? Otóż z całą pewnością nie. Pomóc możemy wyłącznie tym właścicielom, którzy tego chcą. Nie wystarczy zapłacić, aby rewolucja mogła się udać, potrzeba chęci i pełnego zaangażowania właściciela. To on przechodzi główną zmianę, jego podejście, być może nawet sposób, w jaki widzi rzeczywistość rynkową. To konieczna konieczność, ponieważ obecna sytuacja – niekorzystna – jest emanacją wszystkich dotychczasowych działań właściciela lub ich braku, otoczenia rynkowego, ograniczeń i możliwości, jakie posiada.

Najważniejszym czynnikiem, na który stawiamy podczas rewolucji, jest rzemieślnicze podejście do produkcji żywności. To na tej filozofii opieramy nasze działania, nasz marketing i pomoc. Coś za coś! Rzemieślnik daje klientowi uczciwy produkt, a klient nagradza go zakupami w odpowiedniej cenie. To jest rzemiosło, tu nie ma miejsca na szycie grubymi nićmi, na udawanie piekarni tradycyjnej, takiej jak dawniej…

Nie, to się u nas nie uda. Bo my mamy już na pokładzie dziesiątki firm, które albo odrobiły swoje zadanie, albo od razu powstały na właściwym gruncie. I te firmy sobie radzą, to działa! Czerpiąc z dekad doświadczeń, pozytywnych przykładów, wiedzy fachowców, mamy niepowtarzalną okazję, by pomóc firmom produkującym żywność w myśl misji naprawy rzemiosła i poprawy jakości w Polsce. A przy okazji w sposób znaczący poprawimy sytuację ekonomiczną takich firm!

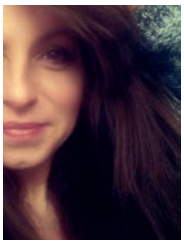
Oglądajcie relację z rewolucji na fanpage'u Rzemieślnika i „Mistrza Branży". Czytajcie naszą rubrykę, będziemy tu zamieszczać wiele praktycznych porad dla małych i średnich firm. Po co czekać, aż ktoś zrobi coś za nas, jeśli to my możemy już teraz zrobić tak wiele? ■

Mirosław Kurek
Prezes Stowarzyszenia Rzemieślnik
kontakt@rzemieslnik.org

reklama

NATURALNIE CHRONIONE PIECZYWO

Przedsiębiorstwo społeczne naturalnie.eco to producent opakowań i wyrobów tekstylnych z certyfikowanych tkanin naturalnych. Powstało w 2020 r. z potrzeby zmiany, wprowadzenia nowej jakości w obsłudze biznesu, wsparcia lokalnej społeczności oraz miłości do surowca i tradycji lniarskich regionu Przedgórza Sudeckiego. Naszą rozmówczynią jest ***Adrianna Dodot****, opiekunka klienta biznesowego.*



Rozmawiała: **Anna Olszewska**

Naturalnie.eco współpracuje z piekarniami oraz firmami z całej Polski i nie tylko. Wśród nich są takie marki jak: Gryzmi, Deseo, Młyn Kopytowa, Consonni, Akademia Kołacz i wiele, wiele innych!

Anna Olszewska: Obecnie w obrębie ekologicznego i tradycyjnego podejścia do piekarnictwa mieści się kwestia przechowywania. Jakie materiały są przyjazne i przeznaczone do przechowywania chleba czy np. kakao?

Adrianna Dodot: Na pewno muszą być to tkaniny naturalne i bezpieczne dla klientów. Bezpieczne, czyli o sprawdzonym i znanym pochodzeniu – posiadające certyfikat Oeko-Tex, a jeśli to możliwe, również z certyfikatem bezpieczeństwa do kontaktu z żywnością.

W przypadku przechowywania pieczywa najlepiej sprawdza się len, tkanina stosowana w tym celu od wieków i sprawdzona przez pokolenia. Nasze babcie korzystały z lnianych worków czy ściereczek, w które pakowały pieczywo. Doskonale wiedziały, co robią!

Do produktów, które ze względu na swoją specyfikę wymagają pełnej szczelności, jak kakao czy mąka, rekomendujemy worki lniane z dodatkową podszewką lub worki bawełniane o gęstym splocie. Są one prawdziwie wielorazowe, wzmacniają wizerunek producenta oraz zostają z klientem na długo, a ich cena jest przystępniejsza.

FOT. A.OLSZEWSKA

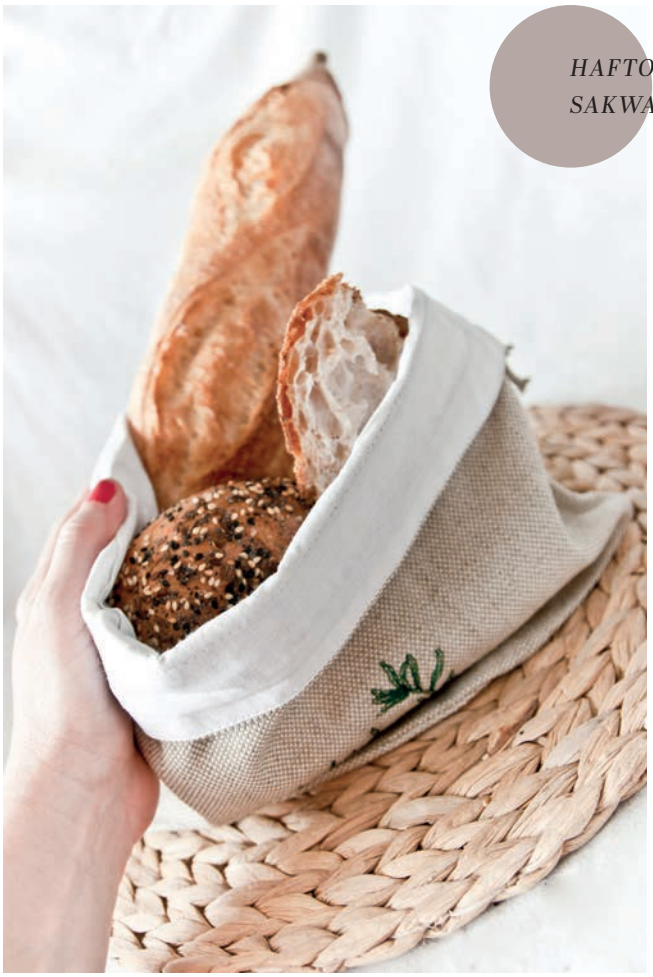
LNIANY WOREK NA BAGIETKĘ ORAZ HAFTOWANY WOREK NA CHLEB I BUŁKI

Jakie testy i certyfikaty gwarantują, że owe produkty są bezpieczne dla konsumenta?

Najpewniejszym certyfikatem potwierdzającym bezpieczeństwo w kontakcie z żywnością jest świadectwo jakości zdrowotnej wydawane przez Narodowy Instytut Zdrowia Publicznego. Potwierdza on, że wyrób nie stanowi zagrożenia dla życia człowieka i może być używany bezpośrednio z żywnością, ponieważ nie zawiera szkodliwych substancji, które mogą wejść z nią w interakcję. To ważne, żeby zweryfikować informacje podawane przez sprzedawców. Często tekstylia pochodzące z importu na czas transportu zabezpieczane są środkami chroniącymi przed owadami i gryzoniami, co również ma niekorzystny wpływ na zdrowie oraz przechowywaną później w takich workach żywność.

Co gwarantują lniane worki? Jak w praktyce jest z ich właściwościami antybakteryjnymi i higroskopijnymi?

Worki lniane posiadają naturalne właściwości antybakteryjne i higroskopijne. Len hamuje rozwój bakterii i pleśni, co jest konieczne przy przechowywaniu żywności. Ponadto takie worki mogą regulować poziom wilgotności, co pomaga w utrzymaniu optymalnego środowiska dla przechowywanego pieczywa. Najlepiej sprawdzają się w przypadku pieczywa żytniego i mieszanego, to pszenne jest niestety bardzo nietrwałe, len nie jest w stanie pomóc w przedłużeniu jego świeżości. W takim przypadku lepiej wybrać worki z dodatkową podszewką, ograniczy ona przepływ powietrza i pozwoli dłużej cieszyć się dobrym pieczywem.



HAFTOWANA LNIANA SAKWA NA PIECZYWO

FOT. A.OLSZEWSKA

Towar z piekarni czy cukierni trzeba zapakować, to pewne. Czy warto ten fakt wykorzystywać marketingowo? Jakie obserwują Państwo zastosowania worków czy fartuszków w tym obszarze?

W dzisiejszych czasach branding, czyli informowanie o marce, to podstawa. Fartuszek to drugie, co widzi klient, zaraz po uśmiechu osoby, która go obsługuje, jego schludny wygląd i nienachalne logo są bardzo istotne dla odbioru całego miejsca! Podobnie jest z opakowaniem, to ono jako pierwsze ma kontakt z klientem. Personalizowane, własne worki lniane na pieczywo to doskonałe wzmocnienie wizerunku marki, jest to nie tylko nośnik reklamowy, a przede wszystkim wskazanie, że posiada się świadomość i wiedzę. Są to rzeczy, które są z konsumentem każdego dnia, podczas posiłków, np. na blacie kuchennym. Dzięki znakowaniu i trwałości stanowią doskonały wybór – zarówno jako uzupełnienie oferty, jak i materiał promocyjny.

ZGRANY ZESPÓŁ PRZEDSIĘBIORSTWA SPOŁECZNEGO NATURALNIE.ECO

FOT. ARCHIWUM NATURALNIE.ECO

Personalizacja, świadomość ekologiczna. Dlaczego jeszcze warto wprowadzać tego typu rozwiązania do piekarni i cukierni?

Bardzo istotne są kwestie niemarnowania żywności oraz pieniędzy, ponieważ dobrej jakości chleb nie jest tani, więc powinniśmy cieszyć się nim do ostatniej kromki. Bezsprzecznie prawidłowe przechowywanie pozwala ograniczyć marnotrawstwo. Niezwykle ważne są też kwestie świadomości i edukacji, nie raz zdarzyło mi się rozmawiać z piekarzami rzemieślnikami, których problemem było to, że ich doskonały wyrób był źle przechowywany i przez to klient odnosił wrażenie, że to wina pieczywa. Konsumenci często nie mają wiedzy na temat prawidłowego przechowywania, wkładają pieczywo w folię lub bezpośrednio do chlebaka, co powoduje pleśnienie lub nadmierne wysychanie, a winą za ten stan obarczają niską – w ich ocenie – jakością wypieków. Dlatego tak istotna jest kwestia edukacji, świadomy konsument będzie bardziej zadowolony.

Warto też wspomnieć, że nasze worki powstają w większości ręcznie, szyte są w naszej pracowni przez doświadczone i utalentowane osoby, które tworzą zgrany zespół – przedsiębiorstwo społeczne. Każdy ze współpracowników to osoba, która w konsekwencji zmian ustrojowych, problemów osobistych czy uzależnień pozostawała bez pracy, ale są to także osoby z niepełnosprawnością i zagrożone wykluczeniem społecznym. Dlatego kupując u nas można realnie wspierać tę społeczność. Możecie otrzymać jakościowe, naturalne wyroby, a my rozwijać przedsiębiorstwo, tworzyć nowe miejsca pracy oraz realizować cele statutowe.

Jak postępować z tekstyliami do przechowywania pieczywa, by służyły jak najdłużej? Innymi słowy – jak dbać o worek z lnu na co dzień?

Lniane worki na pieczywo nie brudzą się łatwo. Zanieczyszczenia to głównie okruszki, wystarczy je wytrzepać (*uśmiech*). Jeśli jednak się zabrudzą, można je wyprać zarówno ręcznie, jak i mechanicznie. Ze względu na przechowywanie żywności rekomendujemy delikatne detergenty bez środków zapachowo-zmiękczających. Warto też wspomnieć, że len jest tkaniną, której użyteczność wzrasta z czasem użytkowania, jego włókna zacieśniają się podczas prania, a tkanina zyskuje na trwałości i będzie służyła przez lata. Jest to też powód, dla którego nasze wyroby znakujemy haftem, to najtrwalsza i naszym zdaniem najszlachetniejsza forma oznaczania tekstyliów.

Jak odróżnić len wysokiej jakości od tworu, jakim jest tzw. len syntetyczny?

Jedyną pewną metodą są badania w laboratorium. Praktycy w łatwy sposób, dotykając tkaniny i widząc splot przędzy, są w stanie odróżnić, czy dana tkania jest w 100% lniana czy „à la lniana". Dobrym sposobem jest próba ognia. Len spala się podobnie do papieru, mieszanki z poliestrem natomiast palą się jak plastik – czarnym dymem, wydzielając bardzo drażniący zapach. Nie bójmy się pytać, sprawdzać, weryfikować. Producent powinien udostępnić niezbędne informacje o pochodzeniu produktów czy materiałów.

Piekarze, przedstawiając klientom korzyści wynikające ze stosowania opakowań tkaninowych, mogą mieć duży wpływ na podniesienie ich świadomości ekologicznej. Torby wielokrotnego użytku przyczyniają się do znacznego ograniczenia stosowania jednorazowych opakowań z tworzyw sztucznych. To bardzo istotne i praktyczne. A co do cieszenia oka: jakie są trendy i style projektowania?

Nasze produkty zawsze powstają w oparciu o potrzeby i oczekiwania klientów. Worek idealnie pasuje do ich wypieków, nietypowego chleba, bardzo długiej bagietki! Nie ma z tym problemu! Jako producent możemy wyjść naprzeciw wyobrażeniom naszych odbiorców, możemy dodać uszy, ozdobną falbankę lub dowolnie modyfikować rozmiar.

Znakowanie to nie zawsze logotyp, często piekarnia kojarzy się z jakimś wyjątkowym wypiekiem bądź miejscem, w którym się znajduje, to również możemy uwzględnić podczas projektowania. Dzięki własnej produkcji ograniczamy odpady, dążymy do minimalizmu w przygotowaniu projektu, tak aby w procesie produkcyjnym zużyć jak najmniej materiału, wody, prądu – a wszystko to w trosce o środowisko. Trendy są zdecydowanie po naszej stronie! Konsumenci czują i wiedzą, że zmiana jest konieczna i do niej dążą, rosnąca świadomość ekologiczna ułatwia wprowadzenie takich propozycji w piekarni. ■

reklama

Tekstylne wyroby
premium
z lnu i bawełny.

Personalizowane:
- fartuchy
- worki z certyfikatem PZH
- torby
- konfekcja stołowa i użytkowa
- gadżety i materiały promocyjne

Zdobienie haftem

naturaLNIE.eco

+48 608 023 723 - Emil Korejwo
+48 734 474 622 - Adrianna Dodot

emil@naturalnie.eco
ada@naturalnie.eco

@naturalnie.eco

Czy twoja firma potrzebuje WWW?

Paweł Heczko

O autorze:

Paweł Heczko – doświadczony specjalista w dziedzinie e-commerce i marketingu internetowego, z pasją do wspierania małych i średnich przedsiębiorstw w cyfrowej transformacji. Od lat pomaga firmom w budowaniu skutecznych strategii online, optymalizacji stron internetowych i zwiększaniu sprzedaży poprzez innowacyjne rozwiązania marketingowe.
pawelheczko.pro

W dobie cyfryzacji, kiedy internet stał się nieodłącznym elementem życia, pytanie, czy mały lokalny biznes potrzebuje strony WWW lub e-commerce, jest niezwykle aktualne. Chociaż niektóre tradycyjne firmy mogą uważać, że ich działalność nie wymaga obecności online, rzeczywistość pokazuje, że nawet piekarnie, cukiernie i lodziarnie mogą znacznie skorzystać na cyfrowej transformacji.

Wzrost widoczności i dostępności

Strona internetowa to wizytówka każdej firmy. Nawet w przypadku małych, lokalnych przedsiębiorstw, jak piekarnie, cukiernie i lodziarnie, posiadanie strony WWW zwiększa ich widoczność wśród konsumentów. Wielu klientów szuka informacji online, zanim zdecyduje się odwiedzić fizyczny sklep. Posiadanie dobrze zaprojektowanej strony internetowej z informacjami o ofercie, godzinach otwarcia, lokalizacji oraz z możliwością kontaktu może przyciągnąć nowych klientów, którzy nie mieli świadomości istnienia danego biznesu. Z doświadczenia wiem, że nic tak nie frustruje klienta jak nieaktualny adres albo godziny otwarcia – a takich błędnych informacji w sieci nie brakuje.
Przykład: Piekarnia z małego miasteczka decyduje się na stworzenie strony internetowej. Umieszcza na niej informacje o produktach, specjalnych ofertach oraz możliwościach zamówień na specjalne okazje, takie jak wesela czy urodziny. Dzięki temu klienci mogą szybko znaleźć wszystkie niezbędne informacje bez konieczności dzwonienia lub osobistej wizyty. Najlepiej znanym praktycznym przykładem są cukiernie z obszernymi galeriami fikuśnych konstrukcji apetycznych ciast czy tortów.

E-commerce jako dodatkowy kanał sprzedaży

E-commerce, czyli sprzedaż przez internet, to kolejny krok, jaki powinny rozważyć małe firmy. Piekarnie, cukiernie i lodziarnie mogą wprowadzić możliwość zamawiania produktów online z odbiorem osobistym, rzadziej dostawą do domu. W czasach gdy klienci coraz bardziej cenią sobie wygodę i oszczędność czasu, taka opcja może okazać się strzałem w dziesiątkę. Jest to dość wymagające

zadanie, więc nie każda firma jest na to organizacyjnie gotowa, ale skoro systemy e-commerce podbiły serca barberów, to i cukiernik może być bardziej cyfrowy.

Budowanie marki i lojalności klientów

Regularne aktualizowanie treści, publikowanie zdjęć produktów, informowanie o nowościach i promocjach, a także interakcja z klientami poprzez komentarze i wiadomości pomagają w tworzeniu silnej i rozpoznawalnej marki.
Przykład: Sklepik w niewielkiej miejscowości prawie przegrał konkurencję z portugalskim dyskontem. Karta odwróciła się, kiedy właścicielka zdecydowała się założyć profil sklepu na Facebook i informować „dzisiaj mam w ofercie pomidory od pana Kazia z miejscowości YYY" – kupowała produkty od okolicznych rolników, czasem nawet mieszkańców tej samej miejscowości. Na własne oczy widziałem bitwę i kolejkę po te pomidory. Na kolejny dzień trzeba było się zapisać na pomidorową listę kolejkową. Oczywiście taki sukces nie przyszedł po pierwszym poście – żebyśmy się dobrze zrozumieli.

Korzyści z lokalnego SEO

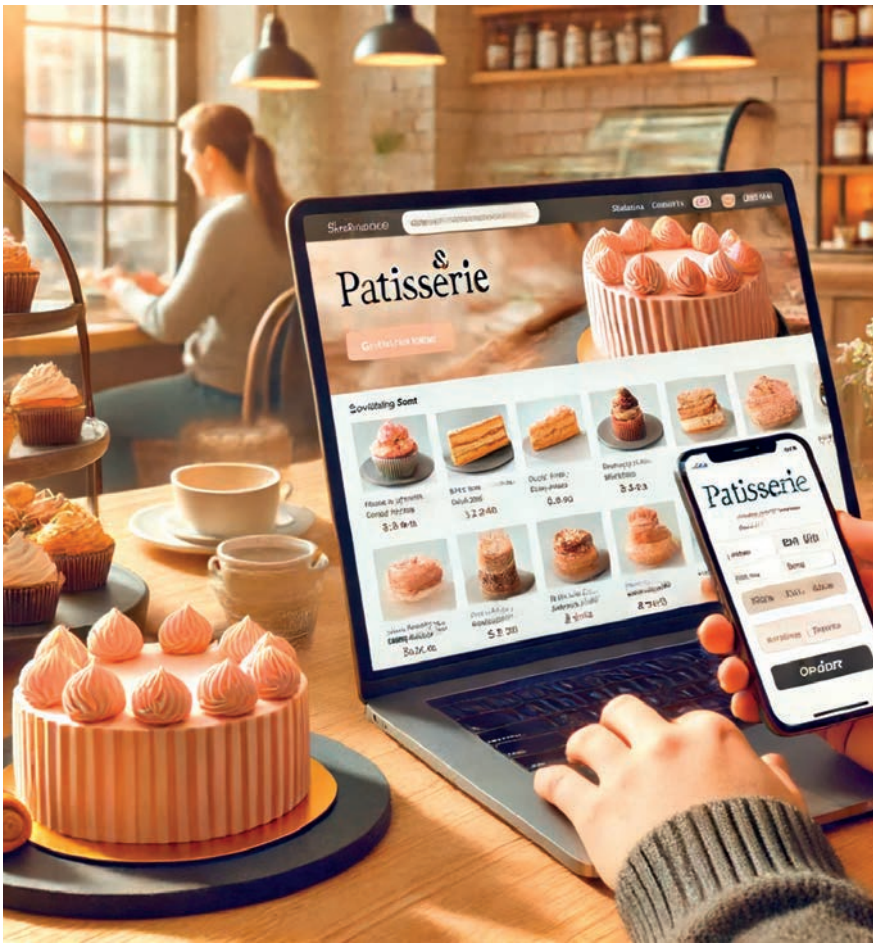
Lokalne SEO (Search Engine Optimization) to proces optymalizacji strony internetowej w celu uzyskania lepszej widoczności w wynikach wyszukiwania dla zapytań lokalnych. Małe firmy, takie jak piekarnie, cukiernie i lodziarnie, mogą skorzystać na optymalizacji swojej strony pod kątem takich wyszukiwań, aby przyciągnąć klientów z okolicy.
Przykład: Wpisz w przeglądarce (najlepiej w telefonie) hasło typu piekarnia czy lodziarnia. Zobacz, jak wyglądają wyniki i gdzie mogą kierować swoje kroki klienci, którzy nie są w tej chwili zbyt wierni twojej marce. Czy łatwo znaleźć cię na mapie? Załóżmy, że niedaleko wybudowało się nowe osiedle, wprowadza się masa „zamiejscowych", będą szukać nowych usług i produktów – czytać opinie, który punkt ma najsmaczniejsze wyroby. Znajdą cię?

Reakcja na zmieniające się potrzeby rynku

Pandemia Covid-19 pokazała, jak ważne jest posiadanie elastycznego modelu biznesowego. Firmy, które były w stanie szybko dostosować się do nowych warunków i przenieść część działalności do internetu, zyskały przewagę konkurencyjną. Najlepiej było to widać na przykładzie restauratorów: uruchomienie dostaw, obiady „słoikowe", współpraca z platformami typu Pyszne.pl czy Uber Eats sprawiły, że były one w stanie funkcjonować, a dzięki tej elastyczności wiele z nich przetrwało czasy lockdownu.

Wnioski

Mały lokalny biznes, taki jak piekarnia, cukiernia czy lodziarnia, zdecydowanie powinien rozważyć posiadanie strony WWW i e-commerce. Nie jest to droga dla każdego, wymaga inwestycji a potem mądrego zarządzania tą częścią marki. Jednakże dobre zorganizowanie tego odcinka biznesu skutkuje korzyściami w kilku obszarach, a finalnie, na koniec dnia, o sukcesie powinien poinformować cię twój księgowy. Nie ma bowiem możliwości, że poprawnie wdrożona strona czy sklep nie poprawi wyników sprzedażowych.
Współcześnie, kiedy większość osób szuka informacji online, brak obecności w sieci może oznaczać utratę wielu potencjalnych klientów. Dlatego nawet małe, lokalne biznesy powinny iść z duchem czasu i korzystać z możliwości, jakie daje internet.



Przykład:
Mała piekarnia w Gdańsku decyduje się na stworzenie strony internetowej z możliwością zamawiania chleba online. Dzięki temu nie tylko zwiększa swoją sprzedaż, ale także buduje silniejszą relację z lokalną społecznością, oferując wygodne i nowoczesne rozwiązania.
Posiadanie strony WWW i e-commerce to nie tylko sposób na zwiększenie przychodów, ale także na zbudowanie nowoczesnego, dynamicznego wizerunku, który przyciągnie klientów i pozwoli rozwijać się firmie. ■

Mistrz branży

PRENUMERATA

12
NUMERÓW

349 PLN

Szanowni Państwo,
Koszt prenumeraty wraz z wysyłką 12. numerów drukowanego czasopisma "Mistrz Branży" wynosi 349 zł.
Zapraszamy do składania zamówień za pośrednictwem sklepu internetowego (https://sklep.mistrzbranzy.pl/), telefonicznie lub mailowo.

W PREZENCIE
OPRACOWYWANIE ETYKIET

WSPIERAMY TWÓJ ROZWÓJ

ZAMÓW

Wpłata na konto z dopiskiem: prenumerata Mistrza Branży od numeru np. maj/2024
27 1140 2004 0000 3502 8222 7728
Dane do faktury oraz wysyłki prześlij email lub przekaż telefonicznie

email
prenumerata@MistrzBranzy.pl

telefonicznie
881 610 668

przez www
https://sklep.mistrzbranzy.pl/

Asortyment
dla Cukierni i Lodziarni

Produkty najwyższej jakości, ekspercka **wiedza**, fachowe **doradztwo** oraz profesjonalne **szkolenia** w ramach naszej Akademii Cukierniczej i Lodziarskiej.

HIT

PASTA 100% Z ORZECHÓW PEKAN SEMPRE

Pasty z orzechów pozwalają na produkcję doskonałych lodów o naturalnym smaku oraz barwie (nie zawierają dodatku aromatów oraz barwników).

BEZ DODATKU CUKRU

MALINA PUREE OWOCOWE - 100% MAZZONI

100% puree owocowe o płynnej konsystencji wytwarzany w kontrolowanych warunkach przez doświadczonego włoskiego producenta.

BEZ DODATKU CUKRU

MARAKUJA PUREE OWOCOWE - 100% MAZZONI

Gama 100% puree owocowych do produkcji lodów, sorbetów, deserów i napojów. Czyste puree owocowe bez dodatku cukru i substancji konserwujących.

HIT

VARIEGATO CZARNA PORZECZKA SEMPRE

Variegato z dużą zawartością owoców oraz soku z czarnej porzeczki.

HIT

PASTA 100% Z ORZECHÓW NERKOWCA SEMPRE

Pasty z orzechów pozwalają na produkcję doskonałych lodów o naturalnym smaku oraz barwie (nie zawierają dodatku aromatów oraz barwników).

Produkty firmy **Babbi, Pernigotti, Barry Callebaut, Lubeca oraz wielu innych**, **znajdziesz** w sklepie stacjonarnym oraz w sklepie internetowym **ww.cukieteria.pl**

Cukieteria.pl®

ZAMÓW Z WYSYŁKĄ, ODWIEDŹ NAS STACJONARNIE LUB SKONTAKTUJ SIĘ Z PRZEDSTAWICIELEM REGIONALNYM

ZAREZERWUJ MIEJSCE NA SZKOLENIA Sempre Academy **CUKIERNICZE NA: WWW.WAPAS.PL**

Sempre Group to:

Sklep Internetowy: www.**cukieteria.pl**
+48 601 767 272 | +48 511 049 348

Sklep Stacjonarny: www.**sempreinfo.pl**
22 734 20 18 | +48 668 884 166

Akademia Cukiernicza: **www.wapas.pl**
+48 532 403 425 | +48 733 314 543

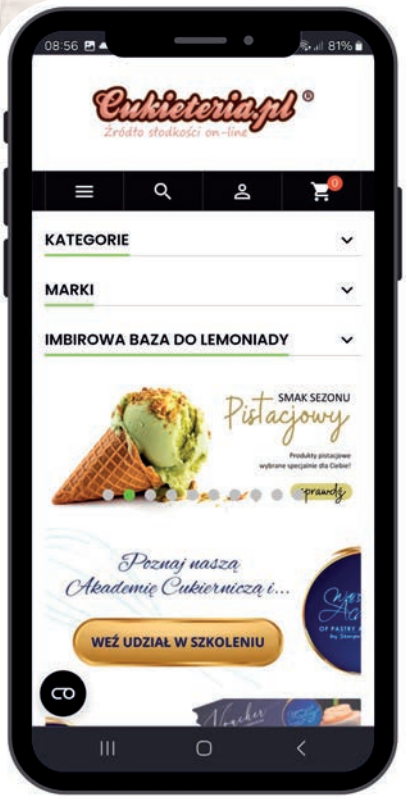
Wiejska 13A **Pruszków**

Stawiamy na sprzedaż online

__Cukieteria.pl__ to marka od lat znana na rynku, prowadząca sprzedaż online produktów dla cukiernictwa i lodziarstwa. Ale nie tylko. Jej twórcy trzymają rękę na pulsie: śledzą światowe trendy, poszukują nowości, szkolą i doradzają. O wyzwaniach rynku i oczekiwaniach współczesnych klientów rozmawiamy z __Joanną Olszewską__, dyrektor ds. marketingu e-commerce Sempre Group.

Mistrz Branży: Proszę nam powiedzieć, od kiedy działa sklep internetowy? Jak to wyglądało to kiedyś, a jak w chwili obecnej? Zmieniło się coś w asortymencie?

Joanna Olszewska: Nasz sklep internetowy powstał ponad 10 lat temu i był jednym z pierwszych w branży cukierniczej. Początkowo ofertę kierowaliśmy głównie do klientów detalicznych, poszukujących wyrobów i akcesoriów cukierniczych niedostępnych na sklepowych półkach. Z czasem rozszerzaliśmy ją o asortyment dla klientów B2B. Myślę, że potrzeba było też czasu na zmianę mentalności wśród przedsiębiorców z obszaru cukiernictwa, na przestawienie się z zamówień u przedstawicieli handlowych na te dokonywane online.



Czyli sprzedaż rośnie. Większa jest stacjonarna czy online?

Dzisiaj ponad połowa naszych klientów pochodzi z sektora cukierni, lodziarni, kawiarni i hoteli. Składanie zamówień online okazuje się być bardzo wygodną formą współpracy. Daje przede wszystkim możliwość weryfikacji całości oferty, jaką posiadamy w stałej sprzedaży w sklepie stacjonarnym i naszej hurtowni. Bardzo dużą wagę przywiązujemy do szczegółowych opisów produktów i zdjęć, co pozwala zapoznać się z informacjami na etapie wyboru. Nie istnieją ograniczenia czasowe. Zamówienie można złożyć o dowolnej porze dnia, 7 dni w tygodniu, co dla wielu przedsiębiorców jest dodatkowym atutem.

Jaką formę dostawy oferujecie?

Jak większość sklepów internetowych oferujemy dostawy kurierem i do paczkomatów. W przypadku dużych zamówień realizujemy je również paletowo. Najistotniejsze jest dla nas, by klient mógł śledzić status zamówienia. Większość staramy się zrealizować w 24 h, niejednokrotnie wysyłamy je tego samego dnia, w którym spływa do nas zamówienie. Dzięki bardzo sprawnej organizacji procesu realizacji zamówień oraz obsłudze na magazynie przesyłki są odpowiednio zabezpieczane, zwłaszcza przy wrażliwych produktach. Dbamy o to, by docierały do klientów bezpiecznie.

Czy warstwa graficzna sklepu online jest ważna? Wpływa na ilość zakupionego towaru?

Grafika jest bardzo istotną stroną sklepu, bo przecież pierwszy kontakt klienta to wrażenie wizualne. Dbamy o wysoką jakość zdjęć oraz ich różnorodność, dbamy o to, by klient mógł obejrzeć produkt z różnych ujęć. Staramy się aktualizować wszystko na bieżąco, w sytuacji gdy np. zmieniają się opakowania i szata graficzna u producentów. Layout strony często decyduje o tym, czy sklep postrzegany jest jako przyjazny i łatwy w poruszaniu się.

artykuł promocyjny

Rynek się zmienia, często jest nieprzewidywalny, macie może stałych klientów, którzy zamawiają większe partie produktów? Kto to jest: cukiernie, lodziarnie?

Tak jak wspomniałam, z biegiem czasu przybywa nam klientów branżowych zamawiających produkty na potrzeby produkcyjne do cukierni i lodziarni. Dla tych stałych przewidujemy specjalne warunki handlowe. Nasza współpraca nie opiera się wyłącznie na kontakcie wirtualnym, jesteśmy dostępni telefonicznie, znamy preferencje, dzięki wiedzy i szkoleniom, jakie sukcesywnie odbywa nasz zespół, potrafimy doradzić.

Klienci zawsze mogą też liczyć na doradztwo technologiczne, a to dzięki naszej doskonałej kadrze. Ogromnym atutem jest prowadzenie szkoleń cukierniczych i lodziarskich w siedzibie naszej firmy w Warsaw Academy of Pastry Arts. Daje to możliwość poznawania produktów, jakie sprzedajemy stricte w ich użyciu i zastosowaniu.

Jakie według Was są trendy na rynku? Na co jest największe zapotrzebowanie? Zauważyliście sezonowość produktów?

Oczywiście obserwujemy takie zjawisko, dotyczy ono przede wszystkim sezonu na lody, który zaczyna się na przełomie kwietnia i maja, a w zależności od pogody trwa nawet do końca września. W tym czasie sprzedajemy bardzo dużo past i komponentów do produkcji lodów oraz dodatków w postaci posypek, akcesoriów od kubeczków, łopatek i kuwet. Oprócz tego sezony wyznaczają święta, na które zawsze pojawia się oferta dedykowana, np. form silikonowych do monoporcji i deserów oraz dekoracji cukierniczych. Natomiast niekwestionowaną królową sprzedaży jest czekolada, której używa się przez cały rok niezależnie od sezonu.

Jak bogaty jest Wasz asortyment? Czy ostatnio pojawiły się jakieś interesujące nowości?

Obecnie mamy ok. 7000 produktów w ofercie. Ta ilość stale rośnie, ponieważ w każdym tygodniu pojawiają się nowości zarówno surowcowe, jak i z asortymentu akcesoriów. Stale pozyskujemy również nowe marki do wyłącznej dystrybucji na terenie kraju, tak stało się ostatnio w przypadku firmy Mazzoni, producenta doskonałej jakości pulp owocowych bez zawartości cukru.

Zauważaliśmy, że zajmujecie się również działalnością edukacyjną, prowadzicie blog, zamieszczacie też informacje o szkoleniach na cukieteria.pl.

Tak, to bardzo istotna kwestia w obszarze naszej działalności. Zależy nam na dzieleniu się wiedzą i przekazywaniu jej, by edukować i inspirować klientów, zarówno profesjonalistów, jak i osoby będące pasjonatami cukiernictwa. Ze względu na bardzo obszerny zakres działalności i usług można nas określić jako partnera cukierniczego 360°, ponieważ sprzedaż internetowa jest jednym z kanałów dystrybucji, oprócz sklepu stacjonarnego, przedstawicieli handlowych działających na terenie całej Polski i szkoleń, jakie prowadzimy dla klientów.

Jak jesteście postrzegani na rynku? Czym się wyróżniacie?

Największym wyróżnieniem dla nas są pozytywne opinie klientów. To one uwiarygadniają nasz sklep i markę na tle konkurencji. Bardzo cenimy zaangażowanie klientów, którzy chcą się dzielić swoją opinią, to dzięki nim podnosimy standardy pracy i obsługi. Poza tym, tak jak już wspomniałam, klienci mogą liczyć na nasze pełne wsparcie na każdym etapie realizacji zamówień jak również w kwestiach merytorycznych i doradztwa technologicznego.

Czy przeprowadzacie akcje promocyjne?

Tak, oczywiście prowadzimy takie akcje. Szczególnie wyróżnieni są klienci, którzy zapisują się do naszego newslettera, przygotowujemy dla nich specjalne oferty.

Już wkrótce pojawi się również program lojalnościowy, dzięki któremu każdy klient za dokonywanie zakupów w naszym sklepie będzie otrzymywał specjalne bonusy. ■

Republika Smaku

WYJĄTKOWE MIEJSCE DLA MIŁOŚNIKÓW CUKIERNICTWA

Republika Smaku łączy pasjonatów i profesjonalistów cukiernictwa.

Niezależnie od tego, czy jesteś doświadczonym cukiernikiem, entuzjastą domowych wypieków, czy dopiero zaczynasz przygodę z pieczeniem, w naszym sklepie znajdziesz wszystko, czego potrzebujesz, by tworzyć niezwykłe desery, torty, lody, tarty ciasta i ciasteczka.

Nasza bogata oferta obejmuje szeroki wybór produktów: od mieszanek do kremów i mas cukierniczych, przez owoce liofilizowane, pulpy owocowe, syropy i aromaty, aż po czekolady, produkty do lodów oraz różnorodne dekoracje. Znajdziesz u nas figurki na tort, lukry plastyczne, barwniki spożywcze, toppery, posypki, brokaty i kwiaty jadalne. Asortyment Republiki Smaku uzupełniają akcesoria cukiernicze, takie jak: wykrawaczki, tortownice, formy silikonowe, worki do szprycowania, pędzle, noże, łopatki, wałki, podkłady do tortów oraz opakowania.

Nie tylko słodkości zaspokoją twoje kulinarnie aspiracje. Jeśli marzysz o przygotowaniu prawdziwej włoskiej pizzy, wytrawnych pizzerinek, tradycyjnych rogali, precli czy domowego chleba, Republika Smaku jest miejscem, które zaspokoi wszystkie twoje potrzeby. Oferujemy wysokiej jakości składniki do wypieków w atrakcyjnych cenach.

Zakupów możesz dokonać wygodnie w naszym sklepie internetowym **republikasmaku.net** lub odwiedzić nas osobiście w sklepie stacjonarnym **przy ulicy Raszyńskiej 13 w Piasecznie pod Warszawą**. Republika Smaku to miejsce, gdzie każdy smakosz i pasjonat cukiernictwa znajdzie coś dla siebie. Dołącz do naszej społeczności i pozwól, by twoje kulinarne marzenia stały się rzeczywistością! ■

Republika Smaku

SKLEP STACJONARNY I INTERNETOWY

Wyjątkowe miejsce
dla miłośników cukiernictwa!

Oferta obejmuje
ponad 3 000 artykułów:

- dekoracje cukiernicze,
- masy cukrowe,
- barwniki spożywcze,
- kwiaty jadalne,
- produkty do lodów,
- mieszkanki cukiernicze i piekarnicze,
- narzędzia i akcesoria cukiernicze,
- i wiele innych.

Serdecznie zapraszamy!

republikasmaku92

republikasmaku92

Odwiedź nas! **05-500 Piaseczno, ul. Raszyńska 13** (wejście 4A)

republikasmaku.net **tel. 22 315 13 44, sklep@republikasmaku.net**

Kim są klienci twojego sklepu internetowego?

Paweł Heczko

Zastanawiałeś się kiedyś, kim jest osoba odwiedzająca twoją stronę internetową? Odpowiedź tylko pozornie jest prosta, ponieważ generuje całą listę dodatkowych pytań, które są kluczowe dla skuteczności działalności w sieci. Jak możesz zagłębić temat?

O autorze:

Paweł Heczko – doświadczony specjalista w dziedzinie e-commerce i marketingu internetowego, z pasją do wspierania małych i średnich przedsiębiorstw w cyfrowej transformacji. Od lat pomaga firmom w budowaniu skutecznych strategii online, optymalizacji stron internetowych i zwiększaniu sprzedaży poprzez innowacyjne rozwiązania marketingowe.
pawelheczko.pro

Najlepiej zacząć od dokładnego rozpoznania i analizy. Te dwa etapy pozwolą ci zorientować się w temacie ogólnie, a następnie pomogą podzielić użytkowników na konkretne grupy. Przedstawiamy pięć typów klientów e-commerce wraz z odpowiednimi podejściami marketingowymi.

Typy person

1. Klient skupiony na produkcie

- **Charakterystyka:** zna szczegóły produktów, często wie więcej niż producent. Skupia się na funkcjonalności i specyfikacjach.
- **Podejście marketingowe:**
  - **komunikacja:** stosuj jasne i zwięzłe opisy produktów, wiarygodne zdjęcia i precyzyjne specyfikacje techniczne;
  - **marketing:** upewnij się, że proces zakupowy jest szybki i prosty, z intuicyjną nawigacją, minimalną liczbą kroków oraz opcją szybkich płatności. Zastosuj remarketing dynamiczny, by przypominać o oglądanych produktach.

2. Przeglądacz amator

- **Charakterystyka:** długo analizuje, przegląda wiele stron i porównuje produkty przed podjęciem decyzji.

- **Podejście marketingowe:**
  - **komunikacja:** twórz wartościowy content, recenzje, prezentacje i porównania produktów;
  - **marketing:** zastosuj personalizację strony głównej i dynamiczne prezentowanie nowości oraz promocji. Wykorzystaj widgety umożliwiające tworzenie list ulubionych produktów i udostępnianie treści.

3. Badacz

- **Charakterystyka:** łączy cechy klienta skupionego na produkcie i przeglądacza. Jest cierpliwy, czeka na najlepszą ofertę.
- **Podejście marketingowe:**
  - **komunikacja:** oferuj szczegółowe opisy produktów, opinie klientów i możliwość porównywania produktów;
  - **marketing:** wykorzystaj strategie remarketingowe, takie jak krótkotrwałe rabaty i oferty specjalne, umożliwiaj tworzenie wish-list i przechowywanie koszyka na później.

4. Łowca okazji

- **Charakterystyka:** skupia się na promocjach i ofertach specjalnych, porównuje ceny i czeka na okazje.
- **Podejście marketingowe:**
  - **komunikacja:** wyraźnie komunikuj promocje i obniżki cen, stosując widoczne etykiety i odliczanie czasu do końca oferty;
  - **marketing:** personalizuj stronę główną, prezentując wcześniej oglądane produkty w kontekście aktualnych promocji, stosuj dynamiczne oferty ograniczone czasowo.

5. Jednorazowy klient

- **Charakterystyka:** dokonuje jednorazowych zakupów, kierując się różnymi motywacjami, nie planuje powtórnych wizyt.
- **Podejście marketingowe:**
  - **komunikacja:** podkreślaj wiarygodność sklepu, bezpieczeństwo transakcji i prostotę zakupu;
  - **marketing:** ułatw nawigację na stronie, oferuj możliwość zakupu bez rejestracji, zapewnij szybki dostęp do najważniejszych informacji o produkcie.

6. Kupujący w ostatniej chwili

- **Charakterystyka:** zakupów dokonuje na ostatnią chwilę, często pod wpływem impulsu lub pilnej potrzeby.
- **Podejście marketingowe:**
  - **komunikacja:** informuj o szybkiej dostawie i dostępności produktu w czasie rzeczywistym;
  - **marketing:** podkreślaj szybkość realizacji zamówień, oferuj ekspresową wysyłkę oraz odbiór osobisty w krótkim czasie, umożliwiaj szybkie płatności i uproszczony proces zakupowy.

7. Klient lojalny

- **Charakterystyka:** regularnie dokonuje zakupów w Twoim sklepie, ceni sobie jakość obsługi i oferowane produkty.
- **Podejście marketingowe:**
  - **komunikacja:** personalizuj oferty, nagradzaj lojalność programami rabatowymi i ekskluzywnymi promocjami;
  - **marketing:** twórz programy lojalnościowe, oferuj ekskluzywne oferty i wczesny dostęp do nowych produktów, prowadź komunikację przez e-maile i newslettery, które zawierają spersonalizowane oferty i rekomendacje.

Jak dopasowanie komunikacji i marketingu wpływa na klientów?

Dopasowanie komunikacji i strategii marketingowej do konkretnych typów klientów ma bezpośredni wpływ na wielkość sprzedaży. Jeśli ruch na stronie wynosi milion użytkowników rocznie, a wskaźnik konwersji to 2%, podniesienie go do 3% oznacza około 40 zamówień więcej każdego dnia. Poprawienie parametrów konwersji nawet o ułamki procenta sprawia, że twoja firma realnie rośnie. Jest to możliwe bez dużych kampanii reklamowych, wystarczy dostarczać klientom informacje dopasowane do ich potrzeb i zainteresowań. Zacznij od analizy zachowań twoich klientów, a następnie optymalizuj działania. Wdrożenie odpowiednich strategii komunikacyjnych i marketingowych nie tylko poprawi wskaźniki konwersji, zwiększy również lojalność klientów i pozytywne doświadczenia zakupowe.

reklama

Jak zabezpieczyć się przed naruszeniem tajemnicy przedsiębiorstwa i zakazu konkurencji przez pracownika?

Karol Ważny, prawnik
Stowarzyszenie Rzemieślnik
e-mail: karolwazny@gmail.com
tel. 504 159 491

Do kogo należy receptura stworzona na potrzeby konkretnej cukierni? Czy pracownik, który odchodzi, ma prawo powtórzyć dokładnie taką samą w swojej własnej pracowni? W tym artykule przyjrzymy się zakazowi konkurencji.

Mogłoby się wydawać, że problematyka ochrony tajemnicy i ograniczania konkurencji odnosi się jedynie do dużych podmiotów gospodarczych, w szczególności międzynarodowych korporacji, gdzie wprowadzanie instrumentów ochrony w tym zakresie jest na porządku dziennym. Jednak w rzeczywistości w każdej firmie występują informacje i materiały, które stanowią bardzo cenny – choć niemajątkowy – składnik. Zabezpieczenie tych dóbr przed naruszeniem ze strony nieuczciwych współpracowników i osób trzecich może okazać się istotnym aspektem zarządzania podmiotem gospodarczym działającym w branży piekarskiej czy cukierniczej.

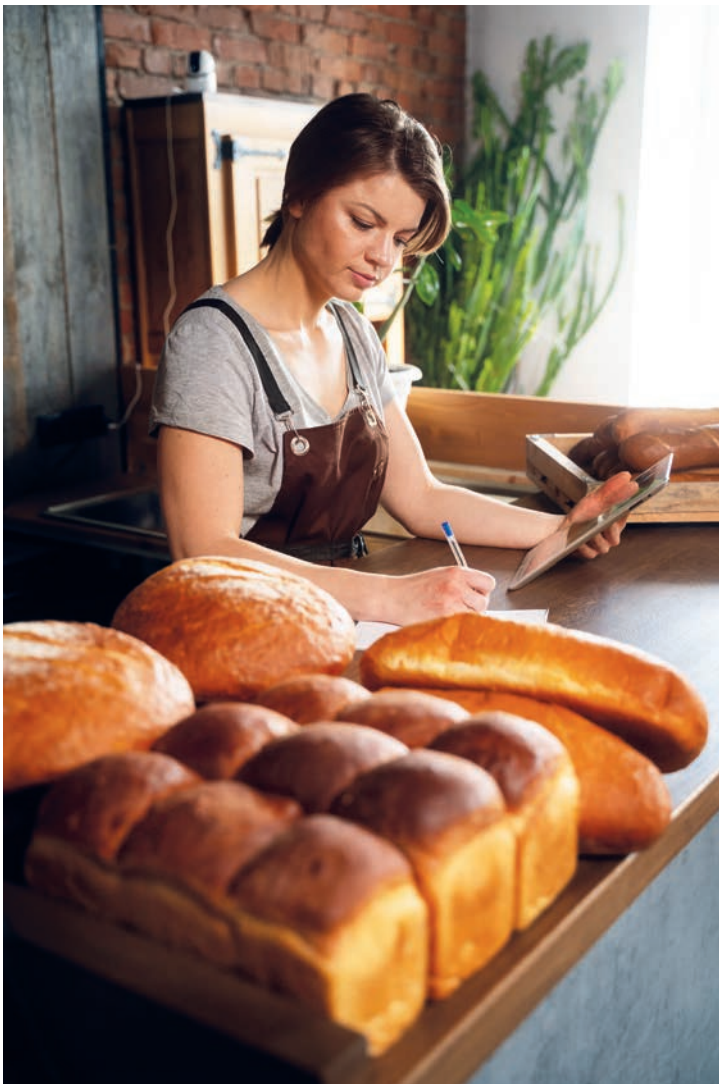
Tajemnica firmowa

Na wstępie warto uświadomić sobie, czym jest tajemnica przedsiębiorstwa i jakie uregulowania prawne obowiązują w tym zakresie. Jak wynika z treści art. 11 ust. 2 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, o której pisałem już na łamach „Mistrza Branży": „przez tajemnicę przedsiębiorstwa rozumie się informacje techniczne, technologiczne, organizacyjne przedsiębiorstwa lub inne informacje posiadające wartość gospodarczą, które jako całość lub w szczególnym zestawieniu i zbiorze ich elementów **nie są powszechnie znane osobom zwykle zajmującym się tym rodzajem informacji albo nie są łatwo dostępne dla takich osób**, o ile uprawniony do korzystania z informacji lub rozporządzania nimi podjął, przy zachowaniu należytej staranności, działania w celu utrzymania ich w poufności". Przekładając to na grunt przedsiębiorstw działających w obszarze produkcji piekarskiej lub cukierniczej, można stwierdzić, że tajemnicą przedsiębiorstwa jest każda informacja dotycząca funkcjonowania firmy, która wykracza poza wiedzę ogólną posiadaną przez osoby z branży. Mogą to być w szczególności receptury, takie jak unikatowe przepisy na chleb, ciasta, ciasteczka, torty

i inne podobne wyroby. Należą do nich również specjalistyczne metody wypieku, dekoracji i przechowywania produktów. Z całą pewnością niematerialną wartością wszystkich przedsiębiorców są także informacje handlowe: listy dostawców, kontrahentów, strategie marketingowe, analizy rynku i preferencje klientów. Ochronie mogą podlegać również elementy know-how w zakresie prowadzenia firmy, np. wiedza na temat optymalizacji procesów produkcyjnych czy techniki zarządzania i organizacji pracy. Oczywiście nie wszystkie te elementy powinny być traktowane jako tajemnica przedsiębiorstwa. Jak bowiem wynika z przywołanego przepisu, nie mogą one być powszechnie znane lub łatwo dostępne dla osób zajmujących się tym rodzajem informacji. Wiedza na temat receptur stosowanych w cukiernictwie, technik wypieku chleba lub metod organizacji pracy piekarni z całą pewnością należy do podstawowego kanonu informacji każdego piekarza czy cukiernika. Jest ona znana zarówno absolwentom szkół branżowych, jak i osobom, które „przepracowały" pewien czas w dowolnym przedsiębiorstwie o profilu piekarskim lub cukierniczym. Można wręcz stwierdzić, że jest to istotny element kwalifikacji zawodowych pożądany przez każdego, kto poszukuje pracownika na tym rynku.

Istnieje jednak – wydawałoby się delikatna – lecz w praktyce bardzo istotna różnica pomiędzy znajomością receptury lub techniki wypieku chleba pszennego a sposobem wytworzenia konkretnego, zwłaszcza specyficznego, oryginalnego produktu piekarskiego. Aspekt ten może nabierać szczególnie dużego znaczenia w przypadku towarów, które wyróżniają określonego przedsiębiorcę na rynku czy wręcz decydują o jego sukcesie w branży. W przypadku firm piekarskich i cukierniczych być może trudno wyobrazić sobie przypadek analogiczny do coca-coli lub pepsi, kiedy to jeden rodzaj produktu wyróżnia się na tyle dużą popularnością, że może stanowić źródło przewagi konkurencyjnej w stosunku do innych przedsiębiorców. Niemniej jednak specyfika tych globalnie rozpoznawalnych napojów powoduje, że ich receptura i technika produkcji stanowią najpilniej strzeżoną tajemnicą wytwórców.

W skali nawet niewielkiej piekarni lub cukierni może również dojść do wprowadzenia innowacyjnego lub szczególnie odpowiadającego gustom konsumentów produktu lub gamy produktów, które będą decydowały o sukcesie na lokalnym rynku. Właściciel takiej firmy z pewnością nie byłby więc zachwycony, gdyby konkurencja wprowadziła do sprzedaży dokładnie taki sam towar lub zestaw towarów, oferując je po nieco niższej cenie. W oczywisty sposób wiąże się to bowiem z ryzykiem utraty przychodów. Szczególne zagrożenie stwarzają na tym gruncie osoby, które miały bezpośrednią styczność ze sposobem funkcjonowania danego przedsiębiorcy, takie jak: byli pracownicy, wspólnicy lub inne osoby zaangażowane w działalność piekarni lub cukierni.



To moja receptura!

Czynem nieuczciwej konkurencji odnoszącym się do tajemnicy przedsiębiorstwa, opisanym w przywołanej ustawie, jest jej ujawnienie, wykorzystanie lub pozyskanie. Ma to miejsce w szczególności, gdy następuje **„bez zgody uprawnionego do korzystania z informacji lub rozporządzania nimi i wynika z nieuprawnionego dostępu, przywłaszczenia, kopiowania dokumentów, przedmiotów, materiałów, substancji, plików elektronicznych obejmujących te informacje lub umożliwiających wnioskowanie o ich treści”**.

Co istotne, naruszenie tajemnicy przedsiębiorstwa ma miejsce także wówczas, **„gdy w chwili ich ujawnienia, wykorzystania lub pozyskania osoba ta wiedziała lub przy zachowaniu należytej staranności mogła wiedzieć, że informacje zostały pozyskane bezpośrednio lub pośrednio od tego, kto wykorzystał lub ujawnił je w opisanych powyżej sposób”**. W związku z tym odpowiedzialność za naruszenie tajemnicy przedsiębiorstwa spoczywać będzie nie tylko na osobie, która te informacje czy materiały pozyskała lub ujawniła (np. byłym współpracowniku, wspólniku), ale także na tym, kto je później wykorzystał. **Może to być w szczególności przyszły pracodawca lub nowy wspólnik nieuczciwego pracownika lub przedsiębiorcy.**

Wykorzystywanie informacji stanowiących tajemnicę przedsiębiorstwa polegające na produkowaniu, oferowaniu, wprowadzaniu do obrotu, a także przywozie, wywozie i przechowywaniu w tych celach towarów stanowi czyn nieuczciwej konkurencji, jeżeli „**osoba dokonująca wskazanej czynności wiedziała lub przy zachowaniu należytej staranności mogła wiedzieć o tym, że właściwości towarów, w tym estetyczne lub funkcjonalne, proces ich wytwarzania lub zbywania zostały w znacznym stopniu ukształtowane w następstwie czynu nieuczciwej konkurencji”**.

Jak zatem przeciwdziałać takim niepożądanym zjawiskom? Tu ponownie kłania się nam wspomniana ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Zdefiniowana tajemnica przedsiębiorcy chroniona jest na gruncie tego aktu prawnego w rozmaity sposób. Są to jednak przede wszystkim instrumenty cywilne, które wymagają skorzystania ze ścieżki sądowej. Należą do nich na przykład prawo żądania zaniechania niedozwolonych działań, usunięcia ich skutków, naprawienia wyrządzonej szkody, wydania bezpodstawnie uzyskanych korzyści lub podania do publicznej wiadomości informacji o treści wyroku. W przypadku naruszenia tajemnicy przedsiębiorstwa ustawa wprowadza także mechanizm wynagrodzenia odpowiadającego wartością cenie z tytułu umownego udzielenia licencji lub upoważnienia do wykorzystywania określonych informacji. Ustawodawca przewidział ponadto odpowiedzialność karną za naruszenie tajemnicy przedsiębiorstwa w postaci grzywny, kary ograniczenia wolności, a w najcięższych przypadkach nawet pozbawienia wolności do lat 2.

Kluczowe znaczenie dla ochrony tajemnicy przedsiębiorstwa mają również działania prewencyjne podejmowane przez właściciela firmy. Odpowiednie zabezpieczenie się pod względem prawnym jeszcze przed wystąpieniem podobnego naruszenia może stanowić wręcz warunek skorzystania z ochrony przewidzianej w ustawie. Konieczne może zatem okazać się wprowadzenie w firmie odpowiednich regulacji wewnętrznych lub ustalenie odpowiednich warunków ochrony informacji i ograniczenia konkurencji w umowach zawieranych ze współpracownikami.

Zabezpiecz swoje know-how!

O ile bowiem przypadki naruszeń wynikających z przestępstw (np. włamanie do budynku lub przełamanie zabezpieczeń informatycznych przez hackera) w sposób bezsporny podlegają odpowiedzialności prawnej, o tyle wykorzystywanie informacji legalnie pozyskanych przez byłego współpracownika może być oceniane różnie. Niekiedy trudno jednoznacznie rozstrzygnąć, czy określone informacje rzeczywiście stanowią tajemnicę przedsiębiorcy, czy może są po prostu elementem kompetencji pracownika i wiedzą powszechną, charakterystyczną dla osób zatrudnionych w określonej branży.

Z racji tego ustawodawca uczula nas, że **„obowiązek w zakresie ograniczenia wykorzystywania lub ujawniania tajemnicy przedsiębiorcy może w szczególności wynikać z ustawy, czynności prawnej lub z innego aktu”**.

W niektórych przypadkach ograniczenie w zakresie wykorzystywania informacji przetwarzanych w przedsiębiorstwie może zatem być obwarowane przepisami prawa. Należą do nich na przykład informacje pozyskiwane przez adwokatów, księgowych czy lekarzy.

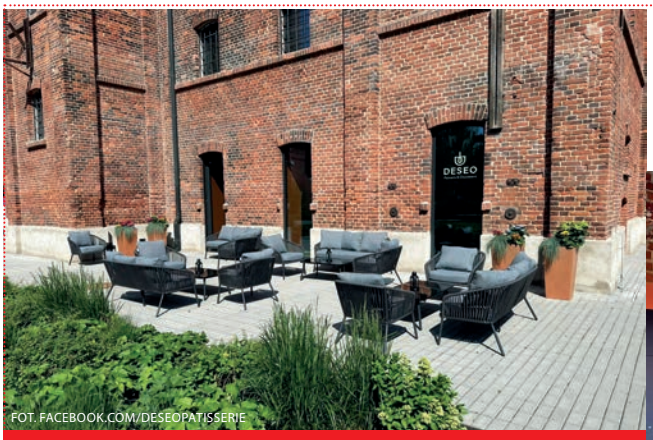
W branżach, które nie podlegają tak ścisłej regulacji, stosowane są natomiast zabezpieczenia wprowadzane w drodze umownej, czyli czynności prawnych, na które powołuje się ustawa.
W dużych korporacjach powszechnie wykorzystywane są choćby umowy o zachowaniu poufności (NDA, *non-disclosure agreement*). O analogiczne rozwiązania można jednak pokusić się również, zawierając umowę o pracę czy umowę-zlecenia w mniejszej firmie. Tak naprawdę klauzule ograniczające konkurencję lub wprowadzające ochronę informacji często wprowadza się do podstawowej umowy określającej warunki współpracy z daną osobą. Nie ma zatem potrzeby tworzenia w tym zakresie odrębnej umowy, choć i takie rozwiązanie ma niekiedy swoje walory (np. w razie wystąpienia sporu prawnego nie ma potrzeby ujawniania innych elementów zawartej umowy). Dodatkowo klauzule wprowadzające ochronę informacji można przyjąć w regulaminie pracy obowiązującym w zakładzie. Z całą pewnością zawarcie odpowiednich postanowień w umowie ze współpracownikiem zwiększy możliwości wykazania, że rzeczywiście doszło do naruszenia tajemnicy przedsiębiorstwa.
Innym instrumentem stosowanym w obrocie prawnym są tzw. umowy o zakazie konkurencji (NCA, *non-competition agreement*). Mają one zapobiegać podjęciu przez obecnego lub byłego współpracownika działalności konkurencyjnej – czy to poprzez zatrudnienie u innego pracodawcy, czy też w ramach działalności gospodarczej prowadzonej na własny rachunek.
Oczywiście w przypadku obu rodzajów umów kluczowym elementem „odstraszającym" są kary umowne, które mogą skutecznie zniechęcić nieuczciwego pracownika, zleceniobiorcę lub wspólnika do dokonania czynu nieuczciwej konkurencji. Ich płatność może być zresztą dodatkowo zabezpieczona w sposób, jaki w przyszłości ułatwi egzekucję za pośrednictwem komornika.
Należy jednak pamiętać, że w przypadku osób zatrudnionych na podstawie umowy o pracę występują ograniczenia w zakresie ochrony konkurencji wynikające z Kodeksu pracy. Ustawa ta wprost reguluje to zagadnienie zarówno w odniesieniu do aktualnych, jak i byłych pracowników. Stosowne ograniczenia w tym zakresie powinny zostać wprowadzone w odrębnej, pisemnej, umowie lub klauzuli zawartej w umowie o pracę. Jeżeli jednak zamierzamy uniemożliwić prowadzenie działalności konkurencyjnej naszemu pracownikowi po rozwiązaniu z nim stosunku pracy, musimy w takiej umowie ustalić okres obowiązywania zakazu konkurencji oraz wysokość odszkodowania należnego z tego tytułu, które nie może być niższe od 25% wynagrodzenia otrzymanego przez pracownika przed ustaniem stosunku pracy.
W tych i innych kwestiach dotyczących prawnych aspektów funkcjonowania przedsiębiorstw działających w branży piekarskiej lub cukierniczej zachęcam do kontaktu ze Stowarzyszeniem Rzemieślnik. ■

TORTOWA INFLUENCERKA OTWIERA WŁASNĄ CUKIERNIĘ

Ewelina Ciosek, influencerka z ponad 700 tysiącami obserwujących na TikToku, otworzyła swój pierwszy lokal. Ciocho Cukrownia mieści się przy ulicy Gliwickiej w centrum katowickiej dzielnicy Załęże. Właścicielka od lat prowadzi pracownię tortów i słodkości, wydała też kilka e-booków, organizuje szkolenia branżowe.

18 maja przed cukiernią ustawiła się długa kolejka fanów. Kanapy z wezgłowiem w kształcie ciasteczek, karuzela w starym stylu służąca jako krzesełka i stolik do wypicia kawy – wszystko to skąpane w ciepłych różowych odcieniach, tak wygląda wnętrze lokalu. W witrynie podziwiać można tarty z owocami, serniki, cake popsy, smakowe kawy i mrożone napoje. Lokal czynny jest od piątku do niedzieli. ■

Ciocho Cukrownia, Katowice-Załęże
ul. Gliwicka 107



FOT. FACEBOOK.COM/DESEOPATISSERIE

DESEO Z KOLEJNYM LOKALEM W POLSCE. TYM RAZEM W ŁODZI

PO WARSZAWIE, POZNANIU, SOPOCIE, GDAŃSKU I WROCŁAWIU PRZYSZEDŁ CZAS NA KOLEJNE MIASTO, W KTÓRYM MIŁOŚNICY SŁODKOŚCI BĘDĄ MOGLI CIESZYĆ SIĘ RARYTASAMI DESEO.

Lokal mieści się w łódzkiej Fuzji, historycznym budynku z widokiem na secesyjną Elektrownię Karola Scheiblera. W dniu otwarcia , tj. 25 maja 2024 r., okazało się, że pomimo obaw właściciela przybyła rekordowa liczba gości, bo ponad 750. Cukiernię prowadzą franczyzobiorcy, którzy zadbali o oryginalny wygląd wnętrza, zachowując charakter zabytkowej architektury, np. wykorzystując przemysłową żeliwną posadzkę fabryczną, z której powstał oryginalny bar. Atrakcyjności miejscu dodaje bezpośrednio usytuowany ogród z placem zabaw. ■

DESEO Patisserie, Fuzja Łódź
ul. ks. bp. Wincentego Tymienieckiego 11E

FOT. SZLAK KULINARNY „SMAKI POWIATU POZNAŃSKIEGO"

LODZIARSKI REKORD POLSKI POBITY!

PONAD TONA LODÓW W JEDNĄ DOBĘ – PAWEŁ JAFERNIK ORAZ SZYMON SAPIEHA DOKONALI REKORDOWEGO WYCZYNU!

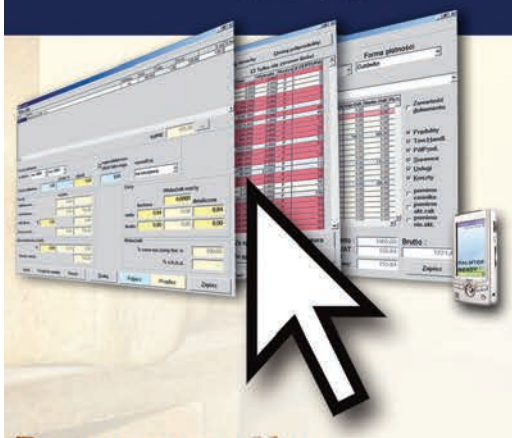
25-26 maja w Kórniku (k. Poznania) ustanowiono rekord Polski w kręceniu lodów! W ciągu 24 godzin powstała tona lodów rzemieślniczych, konkretnie 1030 kg, które rozdysponowano w ilości 5400 porcji do degustacji. Były wśród nich lody owocowe, pistacjowe, czekoladowe, kawowe, budyniowe, jogurtowe, o smaku sernika, szarlotki, a nawet piwa. Pobito więc aż dwa rekordy: najdłuższy czas przygotowywania lodów oraz największa porcja lodów wykręcona w 24 godziny. Wydarzenie miało miejsce pod Zamkiem w Kórniku, a więc lody powstawały w polowych warunkach – pod ustawionym namiotem, co dodatkowo utrudniało zadanie. Sam pomysł to inicjatywa właściciela Wytwórni Lodów z Kórnika **Pawła Jafernika**, który pracował samodzielnie przez całą dobę, z zaledwie godzinną przerwą na sen. Żeby rekord udało się pobić, do współpracy zaprosił kolegów po fachu. Lody kręcili wraz z nim **Szymon Sapieha** (Lody by Szymon Sapieha), **Krzysiek Smoleń** (Warsaw Academy of Pastry Arts by Sempre), **Jarosław Graczyk** (Laboratorio Del Gelato LIZZ Lody, Zielona Góra), P**rzemysław Świerzewski** i **Dawid Kucharski** (kawiarnia Na Teatralce w Poznaniu).

By rekord był odnotowany i zarejestrowany oficjalnie przez Biuro Rekordów Polski, musiał odbyć się w ramach festynu z udziałem publiczności. Musiał również być monitorowany i prowadzony pod nadzorem. Nad prawidłowym przebiegiem akcji czuwała **Liliana Kubiak**, zastępca dyrektora Instytutu Skrzynki – Instytutu Dokumentacji, Rozwoju i Promocji Dziedzictwa Kulturowego i Kulinarnego Powiatu Poznańskiego. ■

reklama

AXEL

Jak DOWODZĄ badania przeprowadzone u naszych klientów, czas potrzebny na wykonanie codziennych czynności uległ skróceniu aż o:
42 %



Program dla
PIEKARNI I CUKIERNI

SYSTEM ZINTEGROWANY Z UNIĄ EUROPEJSKĄ DLA PIEKARNI, CUKIERNI I INNYCH FIRM PRZEMYSŁU SPOŻYWCZEGO

Oferowany przez naszą firmę program "AXEL" powstał na bazie doświadczeń zdobytych przez naszych informatyków podczas pracy w piekarniach.

Posiadamy dogłębną znajomość tematu, co pozwala nam na tworzenia rewelacyjnego oprogramowania.

SYSTEMY WAGOWE

WYDAWKA ELEKTRONICZNA

RECEPTUROMATY PIEKARNICZE I CUKIERNICZE

DARMOWE WERSJE!

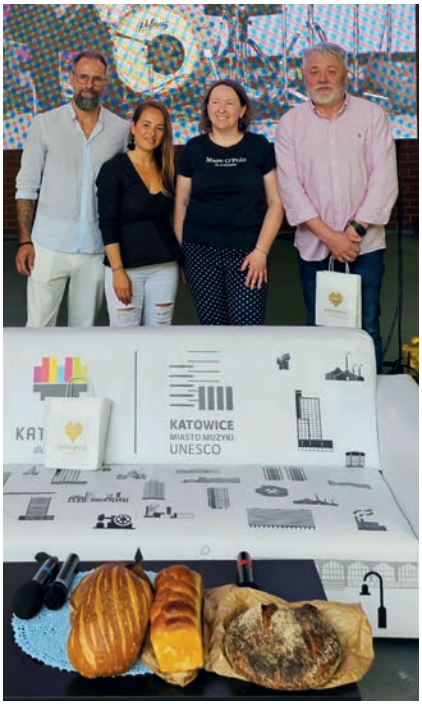
Producent

Gliwice, ul. Kosów 4
(0) 603 769 422
WWW.AXELFHU.COM.PL
axel@axelfhu.com.pl

FESTIWAL MIAST PARTNERSKICH „ŁĄCZY NAS CHLEB" PO RAZ CZWARTY

W PARKU ZADOLE ZAPACHNIAŁO CHLEBEM! BYŁ ON TEŻ PRZEDMIOTEM PRELEKCJI I DYSKUSJI EKSPERTÓW ORAZ RZEMIEŚLNIKÓW.

FOT. SŁAWOMIR RYBOK UM KATOWICE



Kolejna edycja Festiwalu Miast Partnerskich „Łączy nas chleb" za nami. W tym roku redakcja „Mistrza Branży" objęła imprezę patronatem i wzięła aktywny udział w tworzeniu programu. Wydarzenie odbyło się w katowickim Parku Zadole. W amfiteatrze zgromadzili się wystawcy i eksperci, z którymi toczyły się rozmowy. 8-9 czerwca można było spróbować chlebów i dodatków do nich z miast partnerskich, takich jak: Miszkolc, Kolonia, Ostrawa, Opawa i Saint-Etienne.

Podczas festiwalu odbyły się również panele dyskusyjne i warsztaty poświęcone wypiekowi chleba, tradycjom kulinarnym i ekologii. Eksperci omawiali m.in. rolę chleba w różnych kulturach, znaczenie glutenu w diecie oraz wpływ rolnictwa na środowisko. Na zaproszenie naszej redakcji wystąpili: m.in. **Iwona Zmysło (Zdrowocześni.pl), Joanna Gwizdała (Gwizdała Consulting, Stowarzyszenie Rzemieślnik), Krzysztof Bartoń (Śląsko Pajda), Jan Rączka (100 bochenków)**. Chleb był też tematem debat ludzi nauki, kultury, religii, społeczników oraz przedstawicieli placówek dyplomatycznych zlokalizowanych w Katowicach. Festiwalowi towarzyszyły atrakcje dla rodzin i dzieci, warsztaty oraz animacje, a także doskonała oprawa muzyczna. Gwiazdą wydarzenia była znana piosenkarka i kompozytorka **Krystyna Prońko**. Warto przypomnieć, że w 2023 r. podczas XXIX Wielkiej Gali Regionalnej Izby Przemysłowo-Handlowej w Gliwicach Miasto Katowice za Festiwal Miast Partnerskich „Łączy nas chleb" otrzymało prestiżową nagrodę „Marka-Śląskie" w kategorii kultura. ■

KLUCZOWE WYZWANIA I NOWE PERSPEKTYWY PRZYWÓDZTWA DEBATA LIDERÓW GASTRONOMII

29 MAJA 2024 R. KATOWICE STAŁY SIĘ MIEJSCEM DYSKUSJI O STANDARDACH I PROCEDURACH W GASTRONOMII. WYDARZYŁO SIĘ TO PODCZAS DEBATY, ZORGANIZOWANEJ PRZEZ AKADEMIĘ LIDERÓW GASTRONOMII.

Katarzyna Szarek

Debata przyciągnęła wielu profesjonalistów z sektora HoReCa, którzy mogli wymienić się doświadczeniami i zyskać nowe spojrzenie na zarządzanie jakością usług. Gośćmi Katowic byli: Ewa Słodczyk – dyrektorka generalna Rudego Lasu, Magdalena Błaszczyk – HR business partner Sezonovo, Krzywa 9 oraz Cooler Club, Wojciech Krzak – dyrektor gastronomii, szef kuchni, oraz Piotr Borecki – mistrz kelner i trener.

TRENING Z PRACOWNIKAMI: FUNDAMENT WDRAŻANIA ZMIAN

Magdalena Błaszczyk podkreśliła, że regularny trening z pracownikami jest kluczowym elementem wdrażania zmian w zespole. – Jeśli brakuje solidnych podstaw w postaci szkoleń, każda nowa procedura może być skazana na porażkę – mówiła. Jej podejście do systematycznego szkolenia pracowników nie tylko zwiększa ich kompetencje, ale również buduje zaangażowanie i poczucie odpowiedzialności za jakość wykonywanej pracy.

STAŁA KOMUNIKACJA I INFORMACJA ZWROTNA TO FUNDAMENTY WSPÓŁPRACY

Wojciech Krzak, dyrektor gastronomii, szef kuchni, zwrócił uwagę na znaczenie komunikacji i udzielania informacji zwrotnych. – Rozmowy z pracownikami i regularny feedback są nieodzowne. To pozwala na bieżąco korygować błędy i motywować zespół do działania – podkreślał. Jego doświadczenie pokazuje, że otwarta komunikacja w zespole gastronomicznym stanowi podstawę skutecznego zarządzania i utrzymania wysokich standardów na kuchni.

W FIRMIE MUSI BYĆ OSOBA, KTÓRA BĘDZIE STAWIAĆ WYMAGANIA

Piotr Borecki, mistrz kelner, zwrócił uwagę, że w każdej firmie musi być ktoś, kto będzie wymagać od pracowników realizacji procedur. – Znam firmy, w których procedury są, ale jeśli nie ma nikogo, kto pilnuje ich realizacji, nikt nie będzie się do nich stosować.

Rola lidera jest zatem kluczowa w budowaniu zaangażowania i realizacji ustalonych procedur.

NOWOCZESNE METODY NAUCZANIA: FILMY, SOCIAL MEDIA I ANGAŻOWANIE MŁODYCH

Ewa Słodczyk, dyrektorka generalna kompleksu Rudy Las, podkreślała znaczenie nowoczesnych, dynamicznych form szkolenia, takich jak materiały szkoleniowe wideo. – Młode pokolenie preferuje szybki i atrakcyjny dostęp do wiedzy. Filmy instruktażowe mogą znacznie zwiększyć efektywność szkoleń – zauważała. Dzięki takim metodom szkolenia stają się przystępniejsze i bardziej angażujące dla młodych pracowników.

WYZWANIA PODCZAS WDRAŻANIA PROCEDUR I STANDARDÓW

Wdrażanie procedur i standardów w sektorze HoReCa wiąże się z szeregiem wyzwań, z którymi muszą zmierzyć się przedstawiciele kadry zarządzającej. Opór pracowników wobec zmian często wynika z lęku przed nowym i nieznanym. Kluczowe jest zaangażowanie zespołu w proces tworzenia procedur, aby pracownicy czuli się współautorami tych zmian.

Dodatkowe wyzwanie stanowi utrzymanie równowagi między szczegółowością instrukcji a ich przystępnością. Zbyt skomplikowane procedury mogą zniechęcać zespół, dlatego ważne jest tworzenie przejrzystych, krótkich i zrozumiałych wytycznych. Konieczność ciągłego monitorowania, udzielania informacji zwrotnych oraz regularne szkolenia są nieodzownymi elementami skutecznego zarządzania.

WAKACYJNA AKADEMIA LIDERA

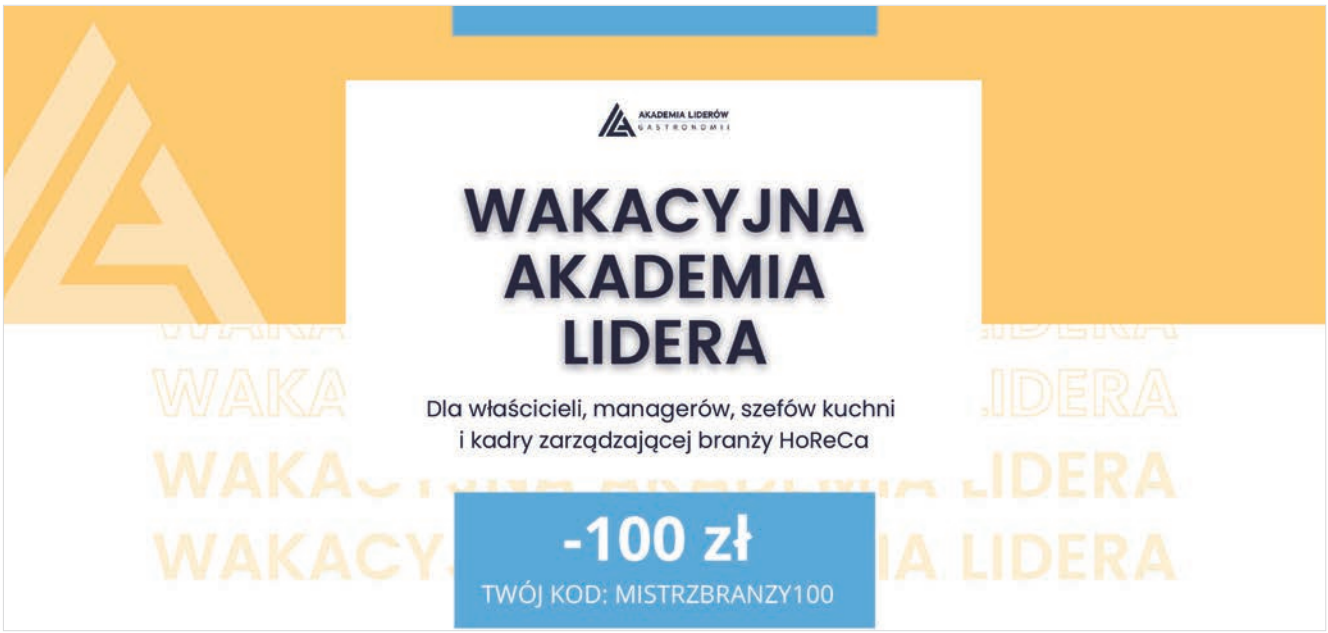
Nie można również zapomnieć o zbliżającej się Wakacyjnej Akademii Lidera, która odbędzie się w dwóch edycjach: lipcowej i sierpniowej. To cykl 4 spotkań stacjonarnych na Śląsku, mających na celu pogłębienie wiedzy na temat przywództwa i kompetencji menedżerskich w sektorze HoReCa.

Wakacyjna Akademia Lidera skierowana jest do właścicieli, dyrektorów i menedżerów hoteli, restauracji, kawiarni oraz firm cateringowych. Uczestnicy dowiedzą się, jak skutecznie motywować zespół, komunikować wymagania, oceniać oraz organizować pracę zespołu. Szkolenia obejmują również zarządzanie emocjami i budowanie dojrzałych relacji zawodowych.

Zapisy na Wakacyjną Akademię Lidera są już otwarte, szczegółowe informacje można znaleźć na stronie Akademii Liderów Gastronomii.

Debata Liderów Gastronomii była wyjątkową okazją do zdobycia cennej wiedzy i inspiracji. Akademia Liderów Gastronomii kontynuuje swoją misję wspierania profesjonalistów, pomagając im sprostać codziennym wyzwaniom i osiągać doskonałość w zarządzaniu. ■

reklama



PAWEŁ MIESZAŁA AMBASADOREM MAREK TERRAVITA I BELLARIA

FIRMA TERRAVITA I PAWEŁ MIESZAŁA OTWIERAJĄ NOWY ROZDZIAŁ WSPÓŁPRACY! JAK DEKLARUJĄ, TO WŁAŚNIE PASJA I DOŚWIADCZENIE LEŻĄ U PODSTAW POZNANIA. NIE JEST TEŻ BEZ ZNACZENIA, ŻE ICH WSPÓLNE HISTORIE MIAŁY POCZĄTEK W TYM SAMYM MIEŚCIE.

Paweł Mieszała jest mistrzem Polski i świata w cukiernictwie z ponad 30-letnim doświadczeniem zawodowym. Uczestniczył w prestiżowych konkursach, takich jak Puchar Świata Cukierników w Lyonie oraz Mistrzostwa Świata Cukierników w Mediolanie. To jeden z najbardziej uznanych i cenionych cukierników w Polsce. Swoje umiejętności zdobywał na całym świecie, m.in. we Francji i Belgii. Dla wielu pokoleń cukierników jest mistrzem i szkoleniowcem, dzięki któremu zdobywali nagrody i osiągali sukcesy w branży.

Na co dzień zaangażowany w rozwijanie swoich cukierni: Pawlova i Studio 44 oraz w reaktywację kultowej Kawiarni Kociak w Poznaniu, której tradycja sięga aż 1962 r. Jak zaznacza: – Tradycja jest bardzo ważna i cały czas staram się ją zachowywać, ocalać. To istotne nie tylko dla mnie, ale i dla następnych pokoleń. W najbliższym okresie Terravita wraz z Pawłem Mieszałą planują szereg spotkań, warsztatów i innych wydarzeń, na które serdecznie zapraszają. ■

NOWA KSIĄŻKA PIOTRA KUCHARSKIEGO JUŻ W SPRZEDAŻY!

Inspirację do napisania nowej książki przez Piotra Kucharskiego stanowił, m.in. jego autorski program „Domowa Piekarnia Kucharskiego", od kilku lat goszczący na antenie stacji Canal+ Kuchnia. Pokazuje w nim nie tylko, jak wyrabia się poszczególne wypieki, odwiedza także ciekawe piekarnie i prezentuje sylwetki prawdziwych pasjonatów pieczywa.

Z tych inspiracji zrodził się pomysł na jego najnowszą publikację – *Piekarnia Kucharskiego*, którą stworzył wraz z zaproszonymi gośćmi. Znajdziemy tu blisko 70 receptur nie tylko na chleby i pieczywo, ale też słodkie wypieki, między innymi klasyczny babciny placek drożdżowy, babę rumową czy uwielbiane przez wszystkich jagodzianki! ■

PRAWIE 70 PRZEPISÓW NA SŁODKIE I WYTRAWNE PIECZYWO – PO 9 LATACH DZIENNIKARZ, PIEKARZ I MIŁOŚNIK CHLEBA WRACA Z KOLEJNĄ PUBLIKACJĄ!

PLUS HANDLUJE

ZMIENIAMY SIĘ NA PLUS

Platforma sprzedażowa ALLEGRO
hurtownia_plus__

OFERUJEMY PRODUKTY FIRM:

BUNGE, CALLEBAUT, Dijo FUN&FOOD, BARBARA LUIJCKX, terravita, AKO, KROS, Dawn

WYSYŁAMY:

InPost out of the box, DHL, dpd, allegro one

Rozpoczęliśmy nowy etap naszej działalności - sprzedaż na platformie allegro

Dzięki temu jesteśmy dostępni nie tylko w województwie łódzkim,
ale docieramy również do najbardziej odległych zakątków Polski.
Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom naszych klientów
sukcesywnie rozszerzamy naszą ofertę.

DZIĘKUJEMY ZA ZAKUPY I ZAPRASZAMY PONOWNIE

+48 42 674 69 45

www.plus.biz.pl

Organizator:

PTAK WARSAW EXPO

ufi Member

EUROGASTRO

WORLD HOTEL

28. edycja

17-lecie

Międzynarodowe Targi Rozwiązań dla Branży HoReCa

11-13 MARCA 2025

ZAREJESTRUJ SIĘ

www.eurogastro.com.pl

Aleja Katowicka 62, 05-830 Nadarzyn | info@warsawexpo.eu | www.warsawexpo.eu | / warsawexpo