

SMIAK OPANOWANY DO PERFUKCJI

Sprawdź, co czyni nas Masters of Taste



CALLEBAUT®
BELGIUM 1911

Niekończąca *się* historia...



Czekolada nigdy nie była tylko słodyczą. To opowieść, która od setek, a nawet tysięcy lat toczy się nieprzerwanie – zapis pasji, podróży i odkryć. Jej kolejne rozdziały powstają na naszych oczach, bo ta historia nie zna końca: zakorzeniona w tradycji, lecz wybuchająca innowacją, zawsze pulsująca emocjami. To swoiste napięcie między sztuką i rzemiosłem, motor nowoczesnej branży, która odważnie łączy przeszłość z przyszłością.

Jak pokazał miniony rok, czekolada pozostaje jednym z najważniejszych wyborów konsumenckich – nawet rekordowe podwyżki cen kakao nie zniechęciły klientów, którzy mimo to sięgali po czekoladę częściej, ale bardziej świadomie. A trend dubajskiej czekolady udowodnił, że wciąż może zaskakiwać. Co więcej, napędza rynek do wręcz niewyobrażalnej prędkości. To już nie tylko produkt impulsowy. Coraz większe znaczenie mają jakość, historia i kontekst – a więc segment premium i bean-to-bar. Polska, gdzie rynek narodził się właściwie dekadę temu, dziś może pochwalić się odnoszącymi sukces (i to nie tylko krajowy!) manufakturami oferującymi tabliczki tworzone z precyzją i transparentnością na światowym poziomie. To zain-

teresowanie udowadnia, że lokalny konsument potrafi docenić autentyczność i gotów jest zapłacić więcej za unikatowe doświadczenie.

Nie dziwi więc, że czekolada staje się także przestrzenią dla odważnych reinterpretacji klasyków. Brownie – przez lata uznawane za „bezpieczny deser” – przeżywa prawdziwy renesans. Szefowie cukierni traktują je jak płótno, eksperymentując z wilgotnością, strukturą, dodatkami, a nawet sposobem serwowania. To właśnie w takich pozornie prostych formach kryje się potencjał rynkowy: przyciąganie klientów nową narracją do dobrze znanego smaku. I o tym również piszemy w tym wydaniu, zagłębiając się w tajniki pracy z czekoladą.

Dlaczego czekolada nieustannie przyciąga uwagę rynku? Odpowiedź tkwi w jej unikatowym „działaniu” w pracowni cukierniczej. To jeden z nielicznych produktów, który daje tak szerokie możliwości kreacji: od kruchości i delikatnego „snapu” tabliczki, przez aksamitną konsystencję ganache’u, po satynowy połysk pralin czy dekoracji. Wszystko zależy od temperowania, czyli precyzyjnego kontrolowania krystalizacji tłuszczu kakaowego. To właśnie ten proces decyduje, czy czekolada będzie błyszcząca, gładka i stabilna, czy przeciwnie – matowa i łamliwa. Dlatego tak ważne jest bezustanne poznawanie jej właściwości i odston.

Czekolada nie zwalnia tempa, a jej historia naprawdę nie zna końca. Od butikowych manufaktur po globalne koncerny, od brownie po najbardziej wyszukane formy degustacyjne – każde kolejne wcielenie tego produktu pokazuje, że przyszłość rynku czekolady wciąż się pisze. I że warto w niej uczestniczyć, bo to jedna z tych branż, które potrafią łączyć emocje, kulturę i biznes w sposób absolutnie niepowtarzalny.

Zapraszamy do lektury!
Redakcja Mistrza Branży


KRUSZWICA

SKŁADNIK
TWOJEGO SUKCESU



Pewny przepis na Rogala Marcińskiego

Zadbaj o idealną strukturę
ciast listkujących



tel.: 699 821 714



akademiamistrza.pl | bunge.pl

Redakcja i Marketing

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

Natalia Aurora Urbanek

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

Dział Prenumeraty i Kolportażu

prenumerata@MistrzBranzy.pl
+48 881 610 668

Korekta

Iwona Guzik

DTP

Patrycja Krzemień

Zdjęcie na okładkę

Karo Turczyńska Photography

konto bankowe

27 1140 2004 0000 3502 8222 7728

www.MistrzBranzy.pl

Wszystkie 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, publikację 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 adaptacji 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



Wrocławskie pralinki

8



Jak pracować z czekoladą

28

Spis treści

Rozmowa Mistrza Branży

Emocje zakłute we wrocławskich	
– rozmowa z Agnieszką Partyką	8
Czekolada to nie fast food	
– rozmowa z Łukaszem Smolińskim	14
Od ziarna do opowieści	
– rozmowa z Przemysławem i Mileną Stachurami.....	20

Mistrz produkcji

Ekskluzywna jakość z serca Belgii – poznaj Belcolade	26
Jak działa czekolada	28
Czekolada – towarzysza codzienności	32
Brownie – ideał ciasta czekoladowego	36
Zrób własną czekoladę!	40



Idealne, bo błotniste

36



Czekolada w kawiarni

58



Czego pragną klienci

66

Receptury

Jesień sublime	48
Baton	50
Tort red velvet	51
WZ back edition	52
Pralina bergamotka/werbena/słonecznik	53
Pralina ananas/CBD	54
Pralina wegańska kawa/pomarańcza/cointreau	55
Pralina Elik sir Mądrości Drzewa Życia	56

Mistrz zarządzania

Co zrobić, aby klienci wracali do twojej kawiarni na czekoladę?	58
Ciasto listkujące i czekolada – duet na miarę współczesnej cukierni	61
Viralowe tabliczki, czyli czego pragną łasuchy w tym sezonie	66
Bez kompromisów w piekarniach bezglutenowych	70

Flash news

Barry Callebaut świętuje jubileusze	72
---	----

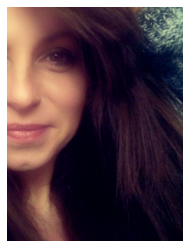
Indeks firm

Axon	II okł., 25
Barbara Luijckx	48
Barry Callebaut Polska	3, 50, 72
Beskid Chocolate	59
Bunge	5
Carotex	69
Lesaffre	IV okł.
OSM Bieruń	III okł.
Plus	31
Puratos Polska	26, 41
Ruda Kita	45
Sopocka Manufaktura Czekolady i Oleju	43
Targi Exo Sweet	74
Targi Sweettargi	39
Terravita	13, 52
Winterhalter Gastronom Polska	19, 58



FOT. KARO TURCZYŃSKA PHOTOGRAPHY

EMOCJE ZAKŁĘTE WE VROCLINKACH



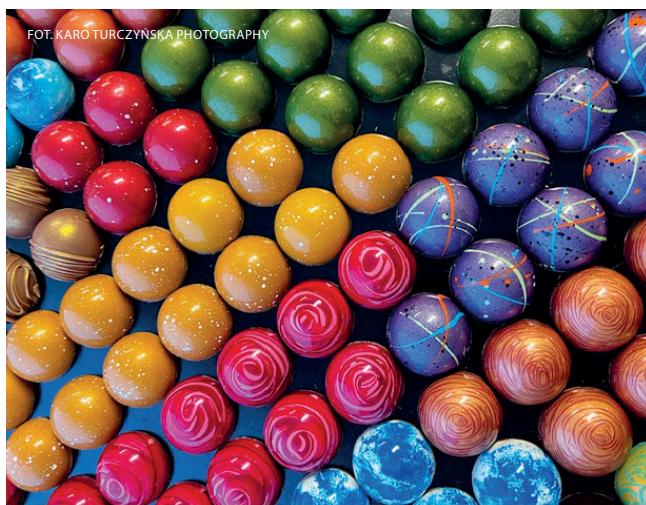
■ Rozmawiała: Anna Adamowicz

VROCLINKI, CZYLI PRALINKI Z WROCŁAWIA, DOSTARCZAJĄ NIEZAPOMNIANYCH DOZNAŃ SMAKOWYCH I ESTETYCZNYCH. KAŻDA JEST BAŚNIOWA. KAŻDA STANOWI NOŚNIK EMOCJI.

Z PASJONATKĄ CZEKOLADY, KTÓRA W 2019 ROKU POSTANOWIŁA PRZENIEŚĆ SWOJĄ MIŁOŚĆ DO TEGO WYJĄTKOWEGO SMAKOŁYKU NA WYŻSZY POZIOM, AGNIESZKĄ PARTYKĄ, POMYSŁODAWCZYNIAŁ MARKI, ROZMAWIAŁA ANNA OLSZEWSKA-ADAMOWICZ.



FOT. KARO TURCZYŃSKA PHOTOGRAPHY



Anna Olszewska-Adamowicz: Patrząc na te piękne produkty, muszę zapytać, kiedy zrodził się pomysł na tego typu czekoladowe serie?

Agnieszka Partyka: Wrocławki powstały w wyniku szczęśliwego zbiegu okoliczności, chociaż wierzę, że nic w życiu nie dzieje się bez powodu. Od 2014 roku produkowałam lody i właśnie wtedy zaczęłam obracać się w środowisku cukierniczym. Pewnego dnia zostałam zaproszona na szkolenie z czekoladą w roli głównej. Nie był to dla mnie odpowiedni moment, gdyż, po pierwsze, chciałam odpocząć po intensywnym sezonie, po drugie, moja córka przewlekłe chorowała. Jak się jednak okazało, wyrosła z tego, a pomysł szkolenia wrócił niczym bumerang. Okazało się ono jednym z najważniejszych momentów w moim życiu zawodowym. Podczas kursu dosłownie zakochałam się w czekoladzie. To był swoisty „efekt wow” – odkryłam, że można tworzyć praliny na milion sposobów, a każdy z nich opowiada inną historię.

Moje wyobrażenie o produkcji pralin było zupełnie inne niż rzeczywistość. Na szkoleniu robiła je już bardzo zdolna i doświadczona osoba, mająca ogromną wiedzę na temat produktu i tego, jak z nim pracować. Natomiast samodzielna produkcja okazała się dużo trudniejsza, wymagała cierpliwości i ogromnej wiedzy technologicznej. Oczywiście początki nie były łatwe, popełniałam sporo błędów. Wiele prób kończyło się niepowodzeniem, ale z każdej wyciągałam wnioski. Zanim powstał finalny produkt, dużo surowców po prostu się zmarnowało, nie umiałam ich wykorzystać, uczyłam się. W ten sposób, małymi krokami doszłam do flagowych produktów. Dzisiaj mogę powiedzieć, że mi się udało i jestem z tego bardzo dumna. Wrocławki stanowią dla mnie przestrzeń, gdzie mogę wykazać się kreatywnością i cały czas się rozwijać.

Od razu w ten sposób wyobrażała sobie Pani efekt końcowy?

Tak. Od początku wiedziałam, że wygląd pralinek musi przyciągać wzrok i uruchamiać

zmysły. Wrocławki miały być piękne, zachęcać do spróbowania, po prostu zachwycać. Stąd ich ręczne wytwarzanie. Wiele osób przyznaje, że są tak ładne, że wręcz szkoda je zjeść (*uśmiech*). Oczywiście ważne jest to, jak są wykończone i pomalowane, ale najważniejsze jest wnętrze: smak, kompozycja, harmonia. Pralinka musi być dopracowana w każdym aspekcie: od nadzienia, przez konsystencję, po rodzaj czekolady użytej do korpusu. Zwracam również ogromną uwagę na opakowania, wszystko musi być perfekcyjnie dopracowane. Produkt musi być przygotowany z najwyższą pieczołowitością, ekskluzywny, wyjątkowy i piękny, taki żebyśmy chcieli obdarować nim najbliższych i najważniejszych ludzi w naszym otoczeniu. Pralinki tradycyjnie kojarzą się głównie z Belgią, Szwajcarią, Francją, ale równie popularne są w Stanach Zjednoczonych. Osobiście jestem fanką jednego z rzemieślników, który tworzy przepiękne praliny, a pochodzi z Japonii. Z pralinkami jest obecnie tak, że kreślą coraz większe kręgi w czekoladowym świecie.

Skąd pomysł na nazwę?

Nazwa jest połączeniem słów Wrocław, czyli nazwy miasta, z którego pochodzimy i w którym tworzymy, oraz pralinek, naszego flagowego produktu – dlatego wrocławki. Wbrew pozorom lokalna nazwa produktu nas nie ogranicza. Wrocław ma bardzo dobre konotacje, kojarzy się z pięknym, prężnym miastem pełnym kreatywnych ludzi. Wrocławki w obecnym momencie to firma zakorzeniona w lokalnej tożsamości osób prywatnych oraz firm działających na naszym terenie. Wrocław to też miasto bardzo wspierające lokalnych przedsiębiorców, w tym nas. Promocja jest zatem dwustronna i ma spory zasięg.

Jak wyglądał proces poszerzania portfolio produktów?

Od początku zależało mi, żeby każdy produkt był małym dziełem sztuki. Dzięki temu poszerzanie portfolio odbywało się bardzo naturalnie, w zgodzie z tym, czego oczekiwali klienci. To oni podpowiadali kierunek rozwoju, pytając o dodatkowe produkty

okolicznościowe z naszą czekoladą w roli głównej. Tak zaczęły powstawać tabliczki, krasnale, lizaki, batony, całe bukiety czekoladowych kwiatów oraz mnóstwo innych wyrobów.

Seria kwiatowa szczególnie zwraca uwagę. Zapewne to bardzo wymagający produkt?

Tak, zdecydowanie. Właściwie zaczynałam od pralin kwiatowych, ponieważ bardzo chciałam wyróżnić się na rynku, stąd pomysł. Przyznam, że ta seria była bardzo trudna, poczynawszy od analizowania kształtów płatków kwiatów, kolorów, po zapachy, które chcieliśmy przenieść na smak. Założyłam, że efekt musi być spektakularny. To było wyzwanie, ale udało się. Produkt wymagał cierpliwości i wyrozumiałości. Typowy dla mnie upór bardzo się przydał (*uśmiech*). Obecnie produkt ten jest dostępny na półkach w naszych punktach sprzedaży i sklepie internetowym jako praliny, kwiaty z czekolady oraz całe bukiety. Ta kwiatowa seria okolicznościowa jest

szczególnie popularna 8 marca każdego roku. Flower boxy z czekolady to też świetny prezent na różnego rodzaju jubileusze.

Czekolada to dla marki Wrocławki surowiec podstawowy i fundamentalny w przypadku większości produktów. Jak ją dobieraliście?

Dobór czekolady był poprzedzony wieloma próbami i testami. Spróbowałismy dziesiątki różnych rodzajów. Degustowali pracownicy, członkowie rodziny, przyjaciele, sąsiedzi oraz stali klienci. Do próbowania i opiniowania mamy zawsze wielu chętnych (*uśmiech*). Ostatecznie sprowadzamy czekoladę produkowaną we Włoszech – odpowiada nam zarówno jakością, jak i smakiem.

Każdy Wasz produkt jest wynikiem połączenia tradycyjnych receptur z nowoczesnymi technologiami. To dla Pani recepta na sukces?

Tak, zdecydowanie. Dla mnie to niezwykle ważne. Włoska czekolada, której używamy, pochodzi z rodzinnej fabryki, a ja wierzę,





że to klucz do sukcesu. Łączy się tu i tradycja, i szacunek do produktu. Wspomniana czekolada ma konsystencję, która pozwala na kreatywną i swobodną pracę. Oczywiście surowiec nie należy do najtańszych, natomiast ma niesamowitą głębię smaku, wartość ceny, i póki co jesteśmy wierni temu wyborowi. Daje mi ona pewność, że oferuję klientom coś wyjątkowego – a to buduje zaufanie i lojalność odbiorców.

My też łączymy tradycję i nowoczesność w takim sensie, że czekolada powinna naszym zdaniem smakować wybitnie, być tworzona w sposób tradycyjny, natomiast oczywiście łączymy to z technologiami, które usprawniają pracę. Nie chcemy jednak stać się zautomatyzowanym



zakładem przemysłowym, bo wtedy produkt nie będzie już taki sam. Maszyna ma swoje wymagania, potrzebuje innych konsystencji i parametrów, a nam nie chodzi o to, by stać się siecią produkującą praliny maszynowo.

Jakie są trendy w mieszaniu smaków w pralinach? Co z różnorodnymi nadzieniami?

Co do trendów bezwzględnie góruje nadzienie pistacjowe oraz nadzienia chrupiące. Dużym powodzeniem cieszą się praliny podwójnie nadziewane, które dają efekt zaskoczenia i dodatkową warstwę przyjemności. Praliny i czekolady dubajskie mają w dalszym ciągu swoje 5 minut. Oczywiście mówimy tu o czekoladzie dubajskiej najwyższej jakości, powstałej z naprawdę dobrze dobranych, starannie wyselekcjonowanych składników, a nie sieciowo-przemysłowej masówce.

Wracając do nadzienia, nie ukrywam, że kuszą mnie eksperymenty i nietypowe połączenia, natomiast obserwuję, że polskie podniebienia są dość tradycyjne. Spośród owoców zdecydowanie królują maliny i wiśnie. Sprawdzają się również żurawina, mango i marakuja, ale w porównaniu z maliną i wiśnią w mniejszym stopniu.

Vroclinki to emocje – zachwycają, wyrażają uczucia, stanowią prezent okolicznościowy. Hand made się w te emocje wpisuje i jest wciąż na topie.

Jakie ma Pani plany na przyszłość?

Planowanie przyszłości stricte biznesowej to podróż pełna inspiracji i smaków. Poja-

wiają się wszędzie – w rozmowach, spotkaniach, codziennych sytuacjach, a nawet zupełnie nieoczekiwanych momentach. Jestem otwarta na nowe pomysły, szukam ich wszędzie wokół, więc jest tych planów sporo. One po prostu muszą się jeszcze ułożyć w całość, muszę im nadać kształt. Myślę, że na każdy z tych pomysłów, który mam w głowie i w szufladce, przyjdzie odpowiedni moment. Niektóre dojrzewają dłużej, daję im czas. Inne od razu zaczynają żyć własnym życiem i zmieniają się w realne produkty.

Na ten moment mogę zdradzić, że kończymy projekt pod tytułem pierniki (*uśmiech*). Chcę, żeby pierniki z piękną oprawą graficzną wywoływały uśmiech i zachwyty tak samo jak czekolada. Zatem pierniki zagospodarują w naszej ofercie. Nie ukrywam, że proces pracy nad ciastem czy lukrem to dla mnie nowa, fascynująca przygoda. To ekscytujące uczucie widzieć, jak coś, co było tylko szkicem w głowie, przybiera realny kształt, by wkrótce trafić do rąk naszych klientów. Myślę, że marka Vroclinki jest na tyle ustabilizowana i osadzona, że bardzo szybko otrzymamy informację zwrotną z rynku co do pierników naszej produkcji. Oczywiście fundamentem Vroclinek jest czekolada, natomiast piernik będzie pełnić rolę uzupełniającą. Jestem już po szkoleniach oraz kursach dotyczących pracy z ciastem piernikowym i lukrem. Pojawiają się też pierwsze projekty i grafiki, więc jestem podekscytowana. To wspaniały moment, na naszych oczach tworzy się produkt, który wstępnie wykiełkował w głowie, a niedługo będzie na półkach w sprzedaży.

Ogromną radość daje mi nauka i wymiana doświadczeń. Bardzo cenię udział w kursach i szkoleniach. W kuluarach zawsze można wymienić się doświadczeniami, uwagami, sugestiami. Wydaje mi się też, że przyjdzie taki moment w karierze, w którym być może my będziemy szkolić przyszłych fanów produktów z czekolady (*uśmiech*).

Przyszłość widzę więc jako nieustanny rozwój, pełen emocji, pasji i nowych smaków. Wierzę, że każdy projekt, który dojrzewa w mojej głowie, ma potencjał, by stać się czymś wyjątkowym. Najważniejsze to zachować autentyczność, bo tylko wtedy można tworzyć produkty, które pokochają ludzie.

Dziękuję za rozmowę.

terravita

DLA PROFESJONALISTÓW
OD PROFESJONALISTÓW



Do użytku
bezpośrednio
z opakowania!



Zeskanuj kod i pobierz e-book z inspirującymi recepturami.

MULTI CREAM

- jeden krem, tysiące możliwości!

IDEALNY DO:

- nadziewania różnorodnych wypieków
- przekładania wielowarstwowych ciast i tortów
- dekoracji deserów

terravitapro.pl



■ Rozmawiała: **Dominika Wojniak**

CZEKOLADA TO *NIE FAST FOOD*

*CZEKOLADY WYTRAWNE SĄ TRUDNIEJSZE W ODBIORZE
NIŻ MLECZNE. WYMAGAJĄ UWAGAŃ I OTWARTOŚCI.
PODCZAS JEDZENIA WARTO DAĆ CZEKOLADZIE CZAS,
ABY POKAZAŁA TO, CO MA W SOBIE NAJLEPSZEGO –
MÓWI ŁUKASZ SMOLIŃSKI,
PRODUCENT CZEKOLAD BEAN-TO-BAR.*



„CZEKOLADA WYMAGA
UWAŻNOŚCI,
OTWARTOŚCI I CZASU,
ABY MOGŁA POKAZAĆ
TO, CO MA W SOBIE
NAJLEPSZEGO” –
PODKREŚLA ŁUKASZ
SMOLIŃSKI. JEGO
DROGA DO WŁASNEJ
PRODUKCJI
CZEKOLADY ZACZĘŁA
SIĘ OD PODRÓŻY NA
PLANTACJE KAKAOWCA
W PERU I SPOTKAŃ
Z PLANTATORAMI.
DZIŚ DESEO TWORZY
CZEKOLADY Z ZIAREN
POCHODZĄCYCH
M.IN. Z DOMINIKANY,
NIKARAGUI
CZY MEKSYKU

Dominika Wojniak: Zaczniemy od cytatu. „9 na 10 osób lubi czekoladę. Dziesiąta osoba zawsze kłamie”. A Ty, lubisz czekoladę?

Łukasz Smoliński: Jestem wśród tej dziesiątki. Przyznaję to otwarcie. Czekolada to wyjątkowa słodycz, którą doceniam. Jej walory smakowe. Także sentymentalne. W dzieciństwie, a były to czasy transformacji ustrojowej, poprzez styczność z zachodnią granicą miałem tę cenną możliwość jeść prawdziwą czekoladę, a nie wyrób czekoladopodobny, który był dostępny na półkach w polskich sklepach. Do dziś pamiętam smak rodzynek w prawdziwej czekoladzie. Dostałem je od taty, który pracował w Niemczech. Tego się nie da zapomnieć.

Jesteś właścicielem sieci luksusowych cukierni DESEO Patisserie & Chocolaterie, której specjalnością są ciastka typu petit gâteau, torty, wypieki z ciasta półfrancuskiego, lody rzemieślnicze czy kremy oraz pasty orzechowe. Jak to się stało, że zajęliście się produkcją czekolady bean-to-bar?

Można powiedzieć, że to czekolada zapoczątkowała DESEO. Ale po kolei. Od 13 lat prowadzę wraz ze współnikami markę Bubblejoy. To sieć tea labów z tajwań-

ską herbatą bubble tea. W 2012 roku jako pierwsi wprowadziliśmy ten napój do Polski. 2 lata później w okresie jesienno-zimowym wpadliśmy na wyjątkowy pomysł – stworzenia bubble tea hot chocolate, czyli gorącej czekolady z dodatkiem tapioki. Nikt wcześniej tego nie robił! Ten pomysł zaowocował współpracą z Callebaut, belgijskim producentem czekolady bean-to-bar, który wytwarza ją od ponad wieku. To doświadczenie z czekoladą i nasza miłość do poszukiwania najlepszych smaków podsunęły nam pomysł o założeniu cukierni. I tak jesienią 2015 roku w Warszawie powstała pierwsza cukiernia pod szyldem DESEO.

Co po hiszpańsku znaczy marzenie lub pragnienie.

Podczas kulinarnych podróży po Europie i świecie wraz z moją narzeczoną Natalią zakochaliśmy się w deserach typu petit gâteau oraz w nowoczesnym cukiernictwie. Właśnie dlatego postanowiliśmy otworzyć cukiernię. To było spełnienie naszego marzenia. DESEO z jednej strony odnosi się do naszego marzenia, z drugiej nasze produkty są tak dobre, że spełniają marzenia. Obecnie w całej Polsce działa już 12 lokali pod marką DESEO. Początkowo, jak wiele cukierni, korzystaliśmy z czekolad Callebaut. Wraz z rozwojem marki zapra-

gnęliśmy produkować własną czekoladę bean-to-bar. Wzorem kopenhaskiej Nomy, która w dużej mierze bazuje na wytworzonych przez siebie produktach, postanowiliśmy opracować najwyższej jakości czekoladę bean-to-bar, kontrolując proces jej produkcji. A następnie tę czekoladę stosować w naszych produktach, takich jak monoporcje, torty, dekoracje czekoladowe, croissants, gorące czekolady do picia czy autorskie przekąski – clusters.

Czekolada bean-to-bar tworzona jest od podstaw, czyli od surowych, nieprzetworzonych ziaren kakaowca, w rzemieślniczy sposób. Pierwszym krokiem jest wybór ziaren.

W 2017 roku dostałem propozycję od Callebaut, aby pojechać na plantację kakaowca do Peru. W Limie spotkałem się z osobami zajmującymi się obrotem ziarnami kakaowca. Ten wyjazd otworzył mi oczy na to, jak wygląda rynek surowca. Zdobylem wiedzę i kontakty, które pozwoliły mi wybrać odpowiedniego dostawcę. Aktualnie pozyskujemy ziarna z kilku krajów, takich jak: Dominikana, Togo, Nikaragua czy Meksyk. Pracowaliśmy na ziarnach kakaowca z Indii oraz z Madagaskaru, mieliśmy też krótki epizod z ziarnami kakaowca z Tajlandii. Aktualnie eksperymentujemy z kakao z Wenezueli.





PONAD 97% OFERTY DESEO BAZUJE NA CZEKOLADZIE WŁASNEJ PRODUKCJI. DZIĘKI TEMU WSZYSTKIE DESERY – OD PETIT GATEAU PO GORĄCE CZEKOLADY DO PICIA – MAJĄ WSPÓLNY MIANOWNIK: POWSTAJĄ Z SUROWCA, NAD KTÓRYM CUKIERNICY MAJĄ PEŁNĄ KONTROLĘ. TO GWARANCJA JAKOŚCI I SPÓJNOŚCI SMAKU. ALE TEŻ DOWÓD, ŻE CZEKOLADA BEAN-TO-BAR MOŻE BYĆ FUNDAMENTEM NOWOCZESNEGO CUKIERNICTWA

Certyfikacja, śledzenie pochodzenia surowca, ograniczenie śladu węglowego i etyczna produkcja stają się wymogiem w segmencie premium. Jak wybieracie dostawców?

Będę brutalny w swojej opinii, ale wszystkie te certyfikaty, jak Fair Trade, czy wytyczne związane z ESG to wymysł korporacji, które tworzą w ten sposób wentyl bezpieczeństwa i dobry PR. Wszystko robione jest po to, aby zwiększać sprzedaż. Globalni producenci czekolady bazują na przemysłowej produkcji, rzadko kiedy patrząc na ograniczenie śladu węglowego czy etykę w produkcji. Plantatorzy, od których kupujemy ziarno, to właściciele małych plantacji, sprzedający surowiec małym odbiorcom, a nie korporacjom. Ich klientami są producenci czekolad bean-to-bar. Powiem uczciwie, nie znam osobiście wszystkich moich dostawców, choć odwiedziłem kilkanaście plantacji. Nie mamy takiej możliwości. Ale współpracuję tylko z takimi, za którymi stoi prawdziwy człowiek.

Kontrolujecie cały proces produkcji?

Prawie cały. Można by jeszcze kontrolować fermentację ziaren, ale na to mogą sobie pozwolić najwięksi producenci rze-

mieśniczych czekolad. Oni wpływają na to, jak ziarno jest fermentowane, kontrolując proces zdalnie. Warto dodać, że kakao to dość niestabilny surowiec. Zbiory bywają różne. Ziarna z poszczególnych zbiorów się różnią. My staramy się te różnice stabilizować, aby utrzymywać smak na równym lub zbliżonym poziomie. Do nas trafia ziarno kakaowca po fermentacji. Dalszy proces jest już w naszych rękach.

Rok 2025 rozpoczął się dla rynku czekolady od rekordowych cen kakao. Jak radzicie sobie ze wzrostem cen surowca?

Wzrost cen nie dobija nas tylko dlatego, że produkcja czekolady nie stanowi naszego głównego biznesu. Gdyby było inaczej, mielibyśmy spore problemy, jak na przykład inny warszawski producent bean-to-bar Manufaktura Czekolady. Ileś mniejszych producentów zamknęło biznes.

Obecnie za tonę surowca na giełdach terminowych trzeba zapłacić około 8 tys. dol. Skąd tak horrendalne ceny? To nic innego jak manipulacja rynkowa. Chodzi o to, aby plantatorzy zwiększali areały upraw. Tym samym rośnie podaż na międzynarodowym rynku zbytu. Dlatego ten wzrost

nie będzie stały. Szacuję, że potrwa jeszcze maksymalnie 3-4 lata, a potem cena kakao spadnie, bo podaż przerośnie popyt.

To optymistyczna prognoza.

Podobna sytuacja miała miejsce kilka lat temu z wanilią. Gdy zaczynaliśmy naszą przygodę z cukiernictwem, kilogram wanilii kosztował w hurcie 600 zł. 2 lata później cena została wywindowana do 3600 zł za kilogram. Nawet w Paryżu nie było szansy, aby zamówić crème brûlée z dodatkiem prawdziwej wanilii. Paryskich cukierników zwyczajnie nie było na nią stać. Obecnie cena za kilogram wanilii jest niższa niż wtedy, gdy otwieraliśmy pierwszą cukiernię DESEO.

Mój przyjaciel wiedząc, że jestem miłośniczką czekolady, podarował mi czekoladę wytrawną DESEO Meksyk 70%. Trafił w punkt. Co takiego kryje Wasza czekolada?

Może zabrzmi to górnolotnie, ale na pewno kryje w sobie serce. Wkładamy je we wszystkie tworzone czekolady. Dla nas najważniejszy jest smak. Nie skupiamy się na aspektach finansowych. Najpierw opracowujemy recepturę i finalny produkt, który



nas zadowala, a dopiero później sprawdzamy, ile będzie nas kosztować.

DESEO to marka koncentrująca się na smaku, a nie na Excelu, który za wszelką cenę musi się świecić na zielono. Zdaję sobie sprawę, że to unikatowe i być może kontrowersyjne podejście biznesowe. Niewielu producentów ma tak komfortowy model biznesowy. Jednak stosujemy go od dekad i dobrze na tym wychodzimy. Jesteśmy uczciwi nie tylko wobec klientów, ale także wobec siebie. Dlatego, gdy mówimy, że jesteśmy pasjonatami czekolady, to nie ma w tym przesady. Pasja to częściej koszty niż zyski.

Wróćmy do wspomnianej czekolady.

Meksyk jest ziarnem organicznym, pochodzącym z niewielkiej plantacji. Doskonałym pod względem walorów smakowych. W czekoladzie, którą jadłaś, wykorzystujemy ziarna prażone metodą cinnamon. Nazywane jest ono też paleniem jasnym, polega na poddaniu ziaren obróbce termicznej w temperaturze około 195-205°C, trwa ona bardzo krótko. W efekcie powstają ziarna o wysokiej kwasowości, owocowych nutach, które zachowują wiele pierwotnych cech. Nadaje to pewną odmienność w smaku. Nieprzystępną dla każdego.

Konsumenci, szczególnie w Europie i Japonii, sięgają po czekoladę rzadziej, ale wybierają produkty lepszej jakości – ekologiczne, z krótkim składem, premium. Dla Was to dobra prognoza.

Produkcyjnie w 97% bazujemy na własnej czekoladzie. Mamy wzrosty sprzedaży czekolady w ujęciu total, ale nie przekładają się one bezpośrednio na wzrosty sprzedaży w segmencie czekolad bean-to-bar.

Przypomnę, że wytwarzaną przez nas czekoladę stosujemy w wielu innych produktach, jak dropsy czekoladowe sprzedawane zarówno w słoiczkach, jak i w większych opakowaniach. Choć tabliczki nie stanowią głównego segmentu sprzedaży w DESEO, to jesteśmy z nich dumni. Doceniła je międzynarodowa branża czekolady, przyznając nam kilkanaście medali na przestrzeni ostatnich lat. Dwa złote medale otrzymaliśmy na międzynarodowym konkursie International Chocolate Awards. To światowy, w pełni niezależny konkurs dla producentów i chocolatierów tworzących wyroby z *fine chocolate* metodą bean-to-bar.

Jaka Wasza czekolada cieszy się największą popularnością?

Od lat ta sama, czyli pistacjowa. I to jeszcze na długo przed szaleństwem na pistację, który ogarnął branżę cukierniczą. To też najbardziej utytułowana czekolada w naszym portfolio. Obecnie bardzo mocno rośnie sprzedaż czekolad z matchą. Nic dziwnego. Matcha to absolutnie trend numer jeden w branży spożywczej. Dodaje się ją tam, gdzie tylko się da. Używana przez nas matcha jest najwyższej jakości. Plantacja, gdzie ją kupujemy, a właściwie herbatę tencha est mielona na matchę), znajdują się pod Kioto, w regionie Uji. Warto dodać, że Uji uważane jest za kolebkę i jedno z najstarszych miejsc uprawy herbaty w Japonii.

Wszystkie receptury czekolad są Waszego autorstwa. Gdzie szukacie inspiracji?

Na początku działalności cukierniczej źródłem inspiracji był dla nas Patrick Roger. To francuski czekoladnik, artysta oraz rzeź-

biarz, znany z tworzenia wyrafinowanych i artystycznych wyrobów czekoladowych oraz wielkoformatowych rzeźb z czekolady. Nadal jest moim czekoladowym guru. Jednak jeśli pytasz o konkretne źródła, jak książki, blogi czy targi, to nie tą drogą idziemy. Inspiracją są dla nas podróże po świecie, odkrywanie nowych smaków, produktów i kompozycji smakowych. Rozróżniam dwa rodzaje inspiracji. Inspirację, która jest kopiowaniem, oraz inspirację, która jest sumą wypadkowych doznań, wspomnień i doświadczeń kulinarnych. Nas inspirować tak wiele rzeczy, że czasem trudno sobie przypomnieć, skąd jakaś pochodzi (*śmiech*).

Z powodu zmian klimatycznych czekolada staje się towarem luksusowym. Naukowcy szukają nowych sposobów na jej wytwarzanie. Czy czekolada, jaką znamy, powoli się kończy?

Daleki jestem od komentowania zmian klimatycznych. Sądzę, że wzrost cen nie wynika w głównej mierze z trudności plantatorów, takich jak susze czy choroby roślin, a zdecydowanie z manipulacji ceną na międzynarodowym rynku. Od żadnego z rolników, którzy zajmują się uprawą kakaowców, nie usłyszałem o problemach wynikających ze zmian klimatu.

Jestem spokojny o przyszłość czekolady. To ponadczasowy produkt, którym cywilizacja delectuje się od wieków. Martwi mnie jedynie, że spada jej dostępność, bo cena tabliczki jest najwyższa w historii. I to może ostatecznie sprawić, że znów stanie się towarem luksusowym.

Dziękuję za rozmowę!



z miłości do
Zmywania

winterhalter®

Wynajmij

profesjonalną zmywarkę
gastronomiczną



**Najwyższej jakości
zmywarki.**

Całkowicie niezawodne.
Ekonomiczne. Ergonomiczne
i łatwe w obsłudze.



Dlaczego warto?



Umowa bez pośredników



Brak inwestycji na start



Gwarancja i serwis przez
cały okres najmu



Bezpłatna dostawa, montaż
i konfiguracja

Sprawdź ofertę dla swojego biznesu:
wynajmijzmywarke.pl



**wynajmij
zmywarke^{pl}**



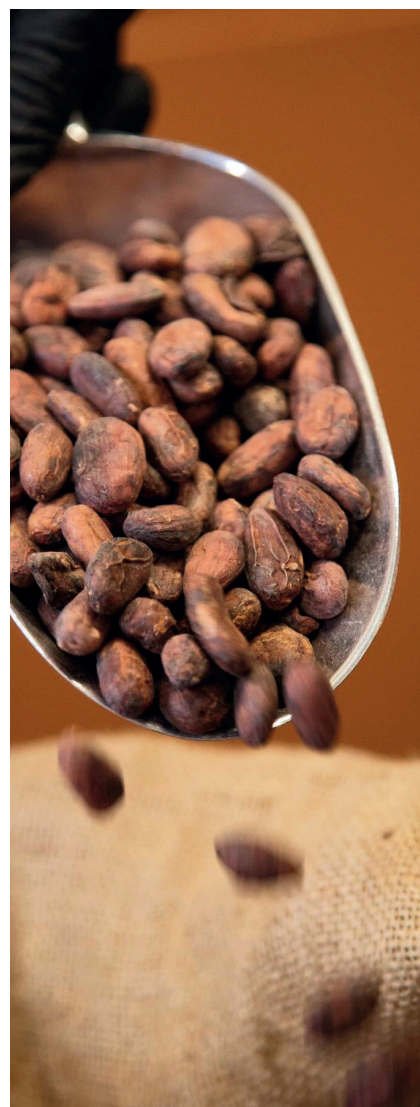
■ Rozmawiała: Katarzyna Szarek

OD ZIARNA DO OPOWIEŚCI

CHOCOTALES OF WARSAW I ICH CZEKOLADOWA REWOLUCJA

W SERCU WARSZAWSKIEJ PRAGI POWSTAJĄ TABLICZKI,
KTÓRE OPOWIADAJĄ HISTORIE O PODRÓŻACH, PASJI
I NIEZWYKŁYM SMAKU KAKAO. PRZEMEK STACHURA
I MILENA ADAMCZEWSKA-STACHURA,
TWÓRCY CHOCOTALES OF WARSAW, POKAZUJĄ, ŻE CZEKOLADA
MOŻE BYĆ CZYMŚ WIĘCEJ NIŻ SŁODKĄ PRZEKĄSKĄ –
PEŁNĄ NIESPODZIANEK PODRÓŻĄ SENSORYCZNĄ.





Katarzyna Szarek: Kiedy po raz pierwszy zetknęliście się z czekoladą rzemieślniczą?

Przemek Stachura: W 2019 roku na targach Chocoo w Amsterdamie. Tu zawsze jest imponujący wybór czekolad kraftowych, do tego miasta przyjeżdżają wtedy chocolate makerzy z całego świata. Pamiętam, że spróbowałem wówczas ciemnej czekolady o kwaśnym smaku zrobionej z ziaren tanzańskich. Byłem zaskoczony, że może smakować owocami, dokładnie cytrusami.

Milena: Pewnie też próbowałam czekolady rzemieślniczej na wspomnianych targach w Amsterdamie, bo byliśmy tam razem, ale nie to utkwiło mi w pamięci. Moje świadome degustowanie wysokogatunkowej czekolady zaczęło się w 2020 roku, kiedy Przemek eksperymentował z produkcją czekolady w domu, początkowo jeszcze nie na profesjonalnym sprzęcie, tylko prażąc ziarna w piekarniku. Pamiętam różno-

rodność smaków, na przykład czekolada z ziaren z Madagaskaru charakteryzowała się przyjemnym, owocowym aromatem.

Produkcji czekolady nauczyliście się na kursach czy metodą prób i błędów?

Przemek: Metodą prób i błędów. Bardzo trudno znaleźć odpowiednie kursy zawodowe nie tylko w Polsce, ale także w Europie, a nawet na świecie. Czytałem blogi amerykańskich rzemieślników produkujących czekoladę, ważna była dla mnie książka *Making Chocolate: From Bean to Bar* wydana przez Dandelion Chocolate z San Francisco. Sprzęt kupowałem natomiast od Janka Woźniaka z Beskid Chocolate. Dostępność maszyn w Polsce jest bardzo ograniczona, więc większość chocolate makereów kupuje je od Janka.

Milena: Niebagatelną rolę odegrał fakt, że Przemek jest inżynierem materiałów. Myślę też, że to dzięki temu ma świadomość,

że czekolada – jak każdy inny surowiec – ma konkretne właściwości, które trzeba poznać. Ta wiedza ułatwia pracę w czasie procesu produkcji.

Pracujecie na ziarnach z Filipin o nazwie regalo. Jak je znaleźliście i czym Was urzekły?

Przemek: Współpracujemy ze świetną pośredniczką, która z kolei współpracuje z plantatorami z całego świata. Wyszukuje najlepsze ziarna, sprawdza ich jakość, a potem sprowadza je do Europy. Takich pośredników jest trochę, zwłaszcza w Belgii i Niemczech. Ułatwia to pracę producentom czekolad kraftowych, bo zamiast samodzielnie szukać dobrych ziaren i zajmować się ich importem, można zamówić od pośrednika kilka próbek na testy. Tak było w naszym przypadku. Zamówiliśmy różne ziarna, chociaż regalo były pierwszymi, jakie wybraliśmy, i od razu

PRAŻENIE,
KONSZOWANIE,
LEŻAKOWANIE –
RZEMIEŚLNICZA
CZEKOLADA DOJRZEWA
JAK DOBRE WINO.
KAŻDA TABLICZKA
CHOCOTALES
TO PODRÓŻ
W INNY ZAKĄTEK
ŚWIATA. ZIARNA
Z FILIPIN ZACHWYCIŁY
TWÓRCÓW JUŻ
OD PIERWSZEGO
SPRÓBOWANIA

nas zachwyciły. Wyszły z nich świetne czekolady o profilu smakowym, na jakim nam zależało.

Milena: To prawda, chociaż nie chcemy ograniczać się tylko do nich. Produkujemy także z ziaren z Wietnamu i na pewno będziemy poszerzać portfolio.

Przemek: Z regalo przygotowujemy czekolady ciemne i mleczne. Ta ciemna zaraz po produkcji ma lekko kwaśny smak, ale – co ciekawe – ta kwasowość fermentuje z czasem i nadaje jej trochę alkoholowe, rumowe nuty. Niektórzy, próbując, czują w niej właśnie rum, inni na przykład mocno dojrzałego banana. Żeby te smaki mogły dojrzeć, po wyprodukowaniu czekolada leżakuje około 2 tygodni, zanim trafi do sprzedaży. Tak naprawdę im dłużej leży i dojrzewa, tym bardziej smaki ewoluują i stają się intensywniejsze. Urok czekolady kraftowej polega więc na tym, że kupując tabliczkę 2 tygodnie po wyprodukowaniu, można odnaleźć w niej trochę inne smaki niż w tej samej tabliczce np. 2 miesiące po produkcji. Oczywiście są to nieznaczne różnice, ale osoby doświadczone w degu-



stacji na pewno je wyczują.

I do mlecznej, i do ciemnej używanie tych samych ziaren?

Przemek: Tak, obecnie używamy ziaren regalo do obu typów, bo ich smak znacząco zmienia się pod wpływem dodatku mleka. Chociaż do czekolady mlecznej inaczej prażymy ziarna, a to również ma znaczący wpływ na smak.

Oferujecie czekoladę mleczną z pieprzem sycuańskim. Nie jest on za ostry?

Przemek: Nie. Pieprz sycuański nie ma w sobie ostrości. Ma kwiatowy smak, z nutami cytrusowymi, miętowymi. Pozostawia uczucie wyrazistości na ustach. Te wrażenia smakowe świetnie opisała Basia z teobromina.pl, recenzentka czekolad rzemieślniczych. Polecamy jej profil na Instagramie.

Czy podróżując, odwiedzacie np. sklepy z czekoladą?

Przemek: Odwiedzamy je oczywiście, choć sklepów z czekoladami kraftowymi nie ma tak dużo, trzeba wiedzieć, gdzie szukać. Samo wejście do tradycyjnego sklepu z czekoladą czy pralinkami nie wystarczy, najczęściej są to produkty tworzone na bazie kuwertur. Dlatego czekolady rzemieślnicze poznajemy przede wszystkim na targach, to nasze źródło inspiracji. Na przykład na wspomnianych targach w Amsterdamie wystawiają się najlepsi, to na Chocoa możemy poszerzyć wiedzę.

Milena: Mieliliśmy bardzo miłą przygodę w specjalistycznym sklepie z czekoladą kraftową w Berlinie. Weszliśmy do niego, żeby rozejrzeć się i zrobić zakupy. Właściciel był akurat na miejscu, więc zaczęliśmy rozmawiać. Mieliliśmy przy sobie nasze czekolady, oczywiście poczęstowaliśmy go i od razu postanowił je zamówić. Od tej pory nasze produkty można kupić w tym sklepie.

Wasze czekolady były już nagradzane w konkursie International Chocolate Awards, choć firma istnieje dopiero od jesieni 2024 roku. Jak to się robi, że od razu są nagrody? Szósty zmysł?

Przemek: Nie, raczej pochodna wykształcenia i doświadczenia zawodowego, które nabywałem już od 2016 roku. Początkowo w Niderlandach, w start-upie produkującym drukarki 3D do czekolady, w tym dla największych w Europie koncernów. Mówiąc w skrócie – nasze umiejętności wynikają

z 9 lat doświadczenia w pracy technologicznej nad czekoladą – zarówno przemysłową, jak i rzemieślniczą – oraz z wykształcenia w dziedzinie inżynierii materiałowej.

Milena: Poza tym Przemek jest bardzo wymagający wobec siebie i produktów, które przygotowuje. Każdy, zanim uznamy, że jest gotowy do sprzedaży, podlega wielu próbom. Czekolady konkursowe były dopieszczane, dopracowywane, zatem nagrody to efekt pracy i zaangażowania.

Przemek: Warto dodać, że co prawda na konkurs zwykle wysyła się czekolady, które są już w sprzedaży, ale dopuszcza się też czekolady przedpremierowe, na czym akurat my skorzystaliśmy. Nasze produkty otrzymały prestiżowe nagrody, zanim weszły na rynek, więc kiedy pojawiły się w sprzedaży, te nagrody były dla nich znakomitą reklamą, a przede wszystkim gwarancją jakości.

Nie przygotowujecie czekolad sami. Pomagają Wam inne osoby.

Przemek: Współpracujemy z zaprzyjaźnioną piekarnią Świeżo i współprowadzącą ją Oksaną Raichakovską. Oksana ma ogromny talent cukierniczy, skomponowała smaki czekolad infuzowanych pieprzem sycuańskim oraz słodem żytnim i kolendrą.

Manufaktura na Pradze to dla Was praca dodatkowa, na co dzień zajmujecie się czymś innym.

Milena: Tak. Na co dzień jestem prawniczką, zajmuję się równym traktowaniem, obecnie działam w sektorze publicznym.

Przemek: Z kolei ja jestem pracownikiem pomocy humanitarnej, obecnie w projekcie dla uchodźców z Ukrainy.

Wasze czekolady i kakao można kupić przez internet oraz stacjonarnie. Kto do Was przychodzi?

Przemek: Najczęściej trafiają do nas osoby interesujące się jedzeniem, gastronomią, będące smakoszami np. kawy specialty. Czekolady rzemieślnicze są drogie, w naszym przypadku to ok. 35 zł za tabliczkę, więc kupuje się je świadomie, często do degustacji, poszukiwania nowych smaków.

Milena: Wspomniana przez Przemka kawa jest świetnym przykładem. My też bardzo ją lubimy. Produkcja kawy i czekolady rzemieślniczej to dość podobne procesy. Prawie wszystko opiera się na ziarnach, ich pochodzeniu, jakości, sposobie wypalania.

Mamy więc zdecydowanie, o czym rozmawiać z klientami, którzy interesują się kawą, trochę łatwiej szukać wtedy porównań i przykładów. Chociaż punktem odniesienia mogą być też inne produkty, np. wino. Bardzo ważna jest również degustacja, po spróbowaniu nasi klienci są zazwyczaj od razu przekonani do zakupów.

Jakich sprzętów się używa, żeby wyprodukować czekoladę rzemieślniczą od ziarna do tabliczki?

Przemek: Zaczynamy od prażenia ziaren, do czego potrzebujemy pieca konwekcyjnego, choć jeszcze lepszy jest bębnowy, czyli taki, jaki stosuje się do palenia kawy, aby ziarna były cały czas w ruchu i ogrzewane równomiernie z każdej strony. Później mamy do czynienia z wialnią (podobną jak do zboża), w której po skruszeniu ziarna są separowane od niejadalnych łusek. Następnie ziarna umieszczane są w tzw. melanżerze, gdzie kamienne wały rozcierają je razem z cukrem i tłuszczem kakaowym na całkowicie gładką masę (zajmuje to 24-72 h!). Wówczas otrzymujemy czekoladę jako surowiec, który cukiernicy temperują, aby wylać tabliczki lub użyć ją w innych wyrobach.

Jakie połączenia smakowe macie w planach?

Przemek: Na pewno będziemy dalej eksperymentować z infuzjami, bo to bardzo ciekawa metoda na łączenie smaków. Szukujemy więc ciemną czekoladę infuzowaną egzotycznymi cytrusami. Testujemy też jako dodatek suszony owoc kakaowca, czyli tę jego część, która standardowo nie jest wykorzystywana do produkcji czekolady. Mamy już w ofercie napój z tego owocu, chcemy wykorzystać go też w tabliczce.

Dobra czekolada rzemieślnicza charakteryzuje się...

Milena: Ciekawymi smakami, niekoniecznie strictly czekoladowymi, wydobytymi z ziarna kakaowca.

Pracujecie intensywnie. Wasz sposób na relaks to?

Przemek: Kochamy Mazury, uwielbiamy tam uciekać i oglądać horyzont jeziora sprzed naszej przyczepy kempingowej.

Dziękuję Wam bardzo za rozmowę.■



BLANXART

PROFESSIONAL CHOCOLATE

Czekolada dla profesjonalistów

Nasza ekskluzywna czekolada to więcej niż słodycz – to wybór, który wyróżnia i przyciąga klientów szukających luksusu. Poznaj wszystkie smaki.

BORN 28% BLANXART

— BIAŁA CZEKOLADA —



CARMEL 30% BLANXART

— KARMELOWA CZEKOLADA —



SANTS 34% BLANXART

— MLECZNA CZEKOLADA —



RAMBLA 39% BLANXART

— MLECZNA CZEKOLADA —



BONANOVA 50% BLANXART

— CIEMNA CZEKOLADA —



HORTA 55% BLANXART

— CIEMNA CZEKOLADA —



SAGRERA 60% BLANXART

— CIEMNA CZEKOLADA —



GRÀCIA 62% BLANXART

— CIEMNA CZEKOLADA —



RAVAL 71% BLANXART

— CIEMNA CZEKOLADA —



AxonFood
NORTE EUROCAO

Axon Food sp. z o.o. ul. Sobotecka 23
60-161 Poznań +48 605 945 700
bok@axonfood.pl www.axonfood.pl



facebook.com/axonfood
instagram.com/axonfood



BELCOLADE
THE REAL BELGIAN CHOCOLATE

EKSKLUZYWNA JAKOŚĆ Z SERCA BELGII - POZNAJ BELCOLADE



W świecie cukiernictwa, gdzie smak, tekstura i jakość mają kluczowe znaczenie, wybór odpowiedniej czekolady to nie tylko decyzja technologiczna – sposób na określenie filozofii pracy. Belcolade, prawdziwa belgijska czekolada od Puratos, od lat inspirowa mistrzów cukiernictwa na całym świecie, oferując produkt, który łączy autentyczność, innowację i zrównoważony rozwój.



BELCOLADE – BELGIJSKA CZEKOLADA TWORZONA Z PASJĄ

Marka Belcolade powstała z potrzeby stworzenia czekolady, która spełni oczekiwania najbardziej wymagających profesjonalistów. Produkowana wyłącznie w Belgii, w zakładzie w Erembodegem, gdzie zachowuje się pełną kontrolę nad procesem – od pierwszego ziarna do ostatniej kropli czekolady. To gwarancja autentyczności, której nie da się podrobić.

Puratos, jako właściciel marki, stawia na transparentność i odpowiedzialność. Dzięki programowi Cacao-Trace Belcolade wspiera plantatorów, zapewniając im uczciwe wynagrodzenie, dostęp do edukacji i technologii, a cukiernikom – czekoladę o wyjątkowym profilu smakowym i stabilnej jakości. To nie tylko produkt – to filozofia, w której każdy etap produkcji ma znaczenie: od wyboru odmiany kakao, przez fermentację, aż po precyzyjne prażenie ziaren.

Belcolade to także synonim innowacji – marka nieustannie rozwija nowe receptury, odpowiadając na zmieniające się potrzeby rynku i oczekiwania konsumentów. Dzięki temu cukiernicy mogą pracować z czekoladą, która nie tylko spełnia najwyższe standardy, ale też inspirowa do tworzenia wyjątkowych kompozycji smakowych.

PORTFOLIO STWORZONE DLA RZEMIOSŁA

Belcolade to nie tylko jedna czekolada, to także szerokie portfolio, które odpowiada na różne potrzeby cukierników, piekarzy i lodziarzy. Linia Belcolade Selection oferuje klasyczne profile smakowe, idealne do codziennego zastosowania. Belcolade Origins to czekolady o unikatowym *terroir*, czyli charakterze wynikającym z warunków klimatycznych, glebowych i geograficznych regionu, z którego pochodzi kakao. To właśnie *terroir* nadaje im niepowtarzalny aromat i głębię smaku. W ofercie znajdziemy

czekolady pochodzące z Ghany, Wenezeli, Papui Nowej Gwinei czy Madagaskaru – każda opowiada inną historię i wnosi do receptury wyjątkowy akcent. Na najbardziej wymagających czekają Single Origin i Noir Supreme – czekolady o głębokim, złożonym smaku, idealne do pralin, ganache'y czy dekoracji.

Każdy produkt Belcolade został opracowany z myślą o konkretnych zastosowaniach technologicznych – od temperowania, przez formowanie, po mieszanie z innymi składnikami. To czekolada, która pracuje razem z cukiernikiem, dając mu pełną kontrolę nad strukturą, połyskiem i smakiem finalnego wyrobu.

WSPARCIE EKSPERTÓW I INNOWACJA

Puratos nie tylko dostarcza czekoladę, oferuje także kompleksowe wsparcie technologiczne, edukacyjne i inspiracyjne. W Chocolate Center w Belgii eksperci Belcolade współpracują z cukiernikami z całego świata, testując receptury, prowadząc szkolenia i rozwijając nowe techniki. To miejsce, gdzie tradycja spotyka się z innowacją, a wiedza technologiczna łączy z kreatywnością.

Zespoły R&D Puratos wspierają klientów na każdym etapie pracy z czekoladą – od doboru odpowiedniego produktu, przez optymalizację procesów produkcyjnych, po rozwój nowych conceptów smakowych. Dzięki temu producenci mogą nie tylko doskonalić wyroby, ale też szybciej reagować na zmieniające się trendy i oczekiwania konsumentów. Puratos oferuje również dostęp do globalnych analiz konsumenckich w ramach programu Taste Tomorrow, który dostarcza aktualnych danych o preferencjach smakowych, oczekiwaniach dotyczących składników i kierunkach rozwoju rynku. Belcolade wpisuje się w te potrzeby, oferując czekoladę, która nie tylko smakuje – ale też opowiada historię, buduje emocje i wzmacnia wartość marki.

ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ FUNDAMENTEM JAKOŚCI

Program Cacao-Trace to nie tylko etyka – to także smak, jakość i długofalowe korzyści dla całego łańcucha wartości. Dzięki fermentacji kontrolowanej bezpośrednio na plantacjach Belcolade oferuje czeko-



ladę wysokiej jakości i o złożonym profilu aromatycznym. Proces ten pozwala wydobyc naturalne nuty smakowe kakao – od owocowych, przez kwiatowe, po głębokie, ziemiste akcenty.

Cacao-Trace to także realne wsparcie dla lokalnych społeczności – rolnicy otrzymują premie za jakość, dostęp do wiedzy i technologii, a konsumenci – produkt, który powstaje w sposób odpowiedzialny i transparentny. To podejście łączy odpowiedzialność społeczną z korzyściami technologicznymi i sensorycznymi.

Dla producentów cukierniczych oznacza to nie tylko lepszy smak, ale też możliwość komunikowania wartości, które są coraz ważniejsze dla konsumentów: uczciwość, zrównoważony rozwój i autentyczność. Belcolade to czekolada, która nie tylko smakuje dobrze, ale też czyni dobro.

ZACZNIJ TWORZYĆ Z BELCOLADE – CZEKOLADĄ ŚWIATOWEJ KLASY

Dla polskich producentów cukierniczych jest to szansa na pracę z czekoladą spełniającą najwyższe standardy jakości, smaku i etyki. Z produktem, który wspiera rzemiosło, inspiruje i pozwala tworzyć wyjątkowe wyroby. Doskonale sprawdza się w produkcji pralin, ciast, monoporcji, lodów czy dekoracji, oferując szerokie możliwości technologiczne i sensoryczne.

Dzięki precyzyjnie opracowanemu portfolio, stabilnym parametrom technologicznym

i wsparciu ekspertów Puratos Belcolade staje się niezawodnym partnerem w codziennej pracy. Umożliwia rozwijanie kreatywności, doskonalenie receptur i tworzenie produktów, które wyróżniają się na rynku.

Wprowadzenie czekolady klasy premium do pracowni cukierniczej to krok w stronę jakości, która buduje zaufanie klientów i wzmacnia pozycję marki. Belcolade to wybór łączący smak, technologię i odpowiedzialność – wartości, które definiują nowoczesne rzemiosło cukiernicze. ■



JAK DZIAŁA CZEKOLADA?

Czy czekoladę, do której dostała się woda, uda się zatemperować? Jakiego surowca użyć do tworzenia pralin, a jakiego do brownie? Dlaczego nawet perfekcyjnie wykonaną tabliczkę może finalnie pokryć biały nalot? Jak najbezpieczniej rozpuścić czekoladę? W tym artykule znajdziecie odpowiedzi na pytania dotyczące tajników pracy z czekoladą. Być może skutecznie zachęcą was one do poznania jej bliżej.





■ **Paweł Ignaciuk**
szef Akademii Czekolady Callebaut



Ludzie nadal boją się pracy z czekoladą. Na szkoleniach z podstaw obserwuję, że temperowanie czekolady wciąż jest trochę zaklętą sztuką. Często wynika to wyłącznie z za małej wprawy. Z braku ćwiczeń. Ludzie boją się nawet spróbować, bo najpierw poczytali o tym procesie i wystraszyli się sformułowań typu kryształki beta. Jednak gdy się przełamają, przyjdą na szkolenie, wyleją czekoladę na kamienny blat i dostaną odpowiednie narzędzia, nagle wszystko staje się możliwe. Pracy z czekoladą można nauczyć się tylko dzięki praktyce. Rola technologów, polega na odczarowaniu tej sztuki. Klasyczna metoda temperowania na kamiennym blacie jest de facto najlepszym sposobem, by ośwoić się z czekoladą i poznać jej działanie. Radziłbym postępować właśnie w taki sposób. Wtedy widzimy i czujemy, jak czekolada zachowuje się pod wpływem temperatury, czasu, jaką ma płynność.

Jaki surowiec, taka czekolada

Dobór surowca jest absolutnie kluczowy. Czekolady o innych parametrach użyjemy do robienia pralin, polewy do ciasta, a jeszcze innej do przygotowania brownie. Czynnikiem decydującym o wyborze będzie poziom płynności czekolady, czyli ile zawiera suchej miazgi, a ile masła kakaowego. Jak to sprawdzić? Na naszych czekoladach umieszczone są „kropelki”, które wskazują, czy dana czekolada jest wysokopłynna. Jeśli chcemy wykonać pralinę, czyli uzyskać cienki korpus, będziemy potrzebowali czekoladę o większym stopniu płynności. Ta mniej płynna znajdzie zastosowanie w musach, ganache'ach, ciastach czekoladowych. Nasze czekolady mają 5 poziomów płynności.

Pamiętajmy też, że są różne rodzaje czekolady: mleczna, ciemna, biała, rubinowa czy gold. Prawda jest jednak taka, że jeśli zna-



my zakres płynności i temperatury temperowania konkretnego rodzaju czekolady, to z każdą będzie się nam dobrze pracować. Czekolada rubinowa nadal jest produktem niszowym, mało znanym szerszemu gronu, zakładam, że popularność zyska dopiero w następnym pokoleniu. Jeśli ktoś chce zacząć pracę z czekoladą, powinien zacząć od klasyków, takich jak nasze 811 czy CW2. Z nimi pracuje się zupełnie bezproblemowo. Są też bardzo uniwersalne i sprawdzą się do wielu różnorodnych aplikacji.

Osobiście jestem wielkim fanem tabliczek czystych, bez dodatków, tworzonych z użyciem wytrawnych czekolad. Jednak w cukiernictwie każdy będzie dobierał czekolady wedle własnego uznania, a także słuchając głosu klientów.

Uptynnianie

Jeśli nie mamy czekolady odpowiedniej do tego, co chcemy wykonać, możemy samodzielnie upłynnić masę – najlepszym i najbezpieczniejszym rozwiązaniem jest masło kakaowe. Działa ono bowiem technicznie idealnie (ma kompatybilny profil triglicerydowy), nie zaburza kryształów, pozwala zachować typowy „snap” oraz smak tabliczki.

W Unii Europejskiej tylko określone CBE (np. illipe, sal, shea, kokum gurgi, mango kernel i pewne frakcje palmowe) mogą być dodawane do produktów czekoladowych i to maksymalnie do 5% w masie finalnego produktu; producent zobowiązany jest też wyraźnie to oznakować („contains vegetable fats in addition to cocoa butter”).

W praktyce domowej lub rzemieślniczej, gdy potrzebujemy upłynnić czekoladę do polewy czy ganache'u bez utraty smaku, lepiej użyć rafinowanego, neutralnego oleju roślinnego (np. rafinowany olej słonecznikowy) i to wyłącznie do wyrobów, gdzie nie oczekujemy chrupkości tabliczki, czyli do polew, sosów i wypieków. Do tabliczek czy pralin nie polecam dodawać oliwy (zostawi posmak i jest trwale płynna w temperaturze pokojowej).

Przechowywanie

W pracy z czekoladą niezwykle istotny jest nie tylko proces produkcji, ale także odpowiednie przechowywanie – zarówno półproduktów, jak i gotowych tabliczek czy pralin. To etap,



o którym wielu początkujących zapomina, a tymczasem właśnie tutaj najłatwiej popełnić błędy, a te mogą zepsuć efekt końcowy. Właśnie w trakcie przechowywania zdarza się najczęściej błędów.

Nie do końca szczelnie zamknięty worek z czekoladą wydaje się być drobiazgiem, a to poważna pomyłka. Wilgoć jest największym wrogiem czekolady – wnika błyskawicznie i potrafi zmienić pięknie lśniąca tafelę w matowy, ziarnisty blok. Skutek? Utrata tekstury, a często też pogorszenie smaku.

Równie problematyczne są zapachy. Czekolada jest niezwykle chłonna – może przejść nieporządane aromaty. Dlatego kluczem jest trzymanie tego surowca w czystych, suchych i szczelnie zamkniętych pojemnikach.

Istotna jest także temperatura. Idealne warunki to 15-16°C, z dala od światła słonecznego i źródeł ciepła. Zbyt wysoka temperatura sprawia, że masło kakaowe migruje na powierzchnię, tworząc tzw. *fat bloom* – charakterystyczny biały nalot. Choć nieszkodliwy, wygląda nieestetycznie i sprawia, że klienci od razu mają wątpliwości co do jakości takiej czekolady. Z kolei zbyt niska temperatura, np. przechowywanie w lodówce, prowadzi do *sugar bloom*, czyli krystalizacji cukru na powierzchni.

Dlatego doświadczeni czekoladnicy powtarzają: produkcja kończy się wtedy, gdy produkt spoczywa bezpiecznie w odpowiednich warunkach magazynowych. To właśnie dbałość o detale odróżnia rzemieślnika od amatora – bo co z tego, że tabliczka została perfekcyjnie zatemperowana i wylana, skoro straci cały swój urok, przechowywana w źle zamkniętym worku czy pomieszczeniu ze zbyt wysoką temperaturą?

Brak pomieszczenia czy sprzętu do przechowywania produktów z czekolady, może mocno utrudnić pracę.

Wilgoć kontra czekolada

Jak już wspomniałem, wrogiem czekolady – zarówno w trakcie jej przechowywania, jak i samej pracy – jest **woda**. Wystarczy odrobina wilgoci, by cały proces temperowania poszedł na marne. To dlatego w profesjonalnych pracowniach unika się nawet gotowania wody w tym samym pomieszczeniu – para wodna wystarczy, by masa „chwyciła się” i skryształizowała w niepożądany sposób. Dlaczego to takie groźne? Bo kiedy do czekolady dostanie się

woda, następuje tzw. *seizing* – czekolada momentalnie gęstnieje, staje się grudkowata i traci jedwabistą konsystencję. Takiej masy nie da się już poprawnie zatemperować ani użyć do tabliczek czy pralin. Dlatego mało kto rozpuszcza czekoladę w kąpeli wodnej. Zazwyczaj w tym celu używa się mikrofalówki, co jest bardzo dobrym, bo bezpiecznym rozwiązaniem. Najlepiej ustawić średnią moc i podgrzewać czekoladę krótkimi seriami (po 10-15 sekund), każdorazowo mieszając, by uniknąć przegrzania.

Uwaga, to, że do czekolady dostała się woda, nie oznacza, że musimy ją wyrzucić. Owszem, kontakt z wodą może wykluczyć produkt z bardziej wyrafinowanych zastosowań, ale absolutnie nie odbiera mu walorów smakowych. Kluczem jest umiejętność elastycznego myślenia i znajdowania nowych zastosowań – bo w czekoladzie,

podobnie jak w kuchni, z pozornego błędu rodzi się czasem zupełnie nowa, smaczna możliwość.

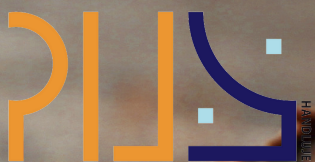
Ćwiczenie czyni mistrza

Praliny uchodzą za bardzo wymagający produkt. To mała forma, delikatna, z nadzieniem. Malowanie i dekorowanie to zabawa dla bardzo zaawansowanych. Niemniej, jeśli chcemy poćwiczyć pracę z czekoladą, to wylewanie forem do niepomalowanych kaset jest świetnym sposobem na trening. Dobre praliny można zrobić przy niewielkim nakładzie pracy. I choć są wymagające, praca z nimi to dobry sposób na naukę obchodzenia się z czekoladą, bo ćwiczymy cierpliwość. Proces krystalizacji trzeba rozłożyć w czasie. To nie jest tak jak z ciastkami, że całość pracy jesteśmy w stanie zamknąć w kilka godzin. Czekolada musi się skryształizować. Dopiero potem robimy ganache, nadzienia. One też muszą ulec krystaliza-

cji, dopiero potem zamykamy pralinę. Cały proces może potrwać do 3 dni, jeśli robimy zaawansowane formy. Praliny to dobre pole do ćwiczeń, możemy je malować masłem kakaowym i barwnikami, zamszować, pudrować. Stanowią produkt pobudzający cukierniczą kreatywność.

W ciastach, deserach czekolada odgrywa ważną rolę. Dla mnie to produkt niezastępowalny. Choć drożeje i niektórzy ze względu na food cost z niej rezygnują, według mnie to błąd. Czekolada nadaje smak, strukturę. Jeśli musimy, jedzmy jej mniej, ale nie rezygnujmy zupełnie z jej stosowania. Używajmy jej też z szacunkiem, bo to absolutna królowa cukiernictwa. ■





KAKAO

SKARB CUKIERNICTWA

CZY MOŻNA BYŁO KUPIĆ KIEDYŚ KAKAO?

Nie. Ono samo było pieniądzem a jego wartość była znana i ceniona już tysiące lat temu w **Ameryce Południowej**. Zanim zaczęliśmy płacić za towary pieniędzmi, rolę ich spełniały towary szczególne takie jak sól, przyprawy, kakao.

Ziarna kakaowca były uprawiane przez Majów i Azteków już ponad 3000 lat temu. Pierwszym, który przywiózł je do Europy, był **Krzysztof Kolumb**, ale dopiero **Hernán Cortés** kilka lat później przywiózł kakao wraz z przepisami do Hiszpanii, co pozwoliło na jego popularyzację.

KAKAO TO BOGACTWO MOŻLIWOŚCI

Kakao jest prawdziwym **skarbem cukiernictwa** – jego rodzaj i jakość w dużej mierze decydują o smaku, kolorze oraz strukturze deserów. Choć na pierwszy rzut oka może wydawać się, że każde kakao jest takie samo, w rzeczywistości różnią się chociażby sposobem przetwarzania, zawartością tłuszczu i intensywnością aromatu.

Kakao alkalizowane przechodzi proces obróbki zasadowej, powodując mniejszą kwasowość, ciemniejszy, głęboki kolor oraz łagodniejszy smak.

Wśród specjalistycznych rodzajów warto wyróżnić **kakao pełnotłuste (20–24% tłuszczu kakaowego)**, które nadaje deserom aksamitną konsystencję i intensywny aromat. Doskonale sprawdza się w pralinach, truflach i luksusowych kremach. Dla lżejszych wypieków lub do dekoracji lepsze będzie **kakao o obniżonej zawartości tłuszczu (10–12% tłuszczu kakaowego)** – jest bardziej sypkie i mniej podatne na zbrylanie, co ułatwia posypywanie ciast czy tiramisu.

W naszej ofercie posiadamy **kakao alkalizowane** o zawartości tłuszczu **20–24%** lub **10–12%** w opakowaniach **1kg** lub **25kg**.

WŁAŚCIWOŚCI KAKAO

Kakao ma wiele właściwości **prozdrowotnych** dzięki dużej ilości polifenoli (działanie przeciwzapalne), **minerałów** (magnez, żelazo i potas) oraz **błonnika** (trawienie). Kakao korzystnie wpływa na **pracę serca**, obniża ciśnienie krwi, poprawia krążenie i funkcje poznawcze. Dodatkowo wspiera zdrowie psychiczne, **zmniejszając stres** i poprawiając nastrój, a zawarte w nim przeciwutleniacze pomagają **spowolnić proces starzenia**.

KAKAO



OD NAJLEPSZYCH PRODUCENTÓW

Już dziś kup u nas **KAKAO** a otrzymasz **drobny upominek !!!**
Promocja do wyczerpania zapasów dla **klientów z NIP-em**.



P.P.U. "PLUS" Sp. z o.o.

ul. Tuwima 98, 90-031 Łódź

tel. (42) 674 52 24

e-mail: zamowienia@plus.biz.pl

www.plus.biz.pl



ALLEGRO: hurtownia_plus__



CZEKOLADA

*– towarzyszka
codzienności*





■ Katarzyna Szarek

Czekolada nie jest już tylko deserem – to produkt premium, którego potencjał aromatyczny porównuje się do wina. Rzemieślnicze tabliczki są wizytówką świadomej konsumpcji, a degustacja zamienia się w doświadczenie sensoryczne na najwyższym poziomie. Aurora, Basia i Kalina pokazują, jak buduje się kulturę czekolady w Polsce i dlaczego każda kostka bywa małym dziełem sztuki.

Czekolada może być codzienną przyjemnością, jedzoną z ciekawością i bez pośpiechu. Rzemieślnicze tabliczki gwarantują wysoką jakość i dają przestrzeń do ekscytującej degustacji. Natalia Aurora, Basia i Kalina to trzy koneserki celebrujące jedzenie czekolad z dużą uważnością i znajomością tematu. Redaktor naczelna miesięcznika „Mistrz Branży”, obserwatorka rynku czekolady od blisko 15 lat, Natalia Aurora Urbanek uwielbia dzielić się tabliczkami czekolady. Ma je nie tylko w mieszkaniu, niewielki zapas nosi też zawsze w torebce.

– Moi znajomi kochają, gdy częstuję ich co-raz to innymi czekoladami. Są przyzwyczai-



jeni, że to mój codzienny rytuał, że każdy kawałek czekolady darzę szacunkiem, bo dla mnie to coś więcej niż zwykła przekąska – zaznacza. Jako dziennikarka branżowa zawodowo zgłębia temat czekolady i zaraża tym innych. Nie jest przy tym oceniająca czy rygorystyczna.

Jak podkreśla, nie narzuca innym, że konkretny rodzaj jedynym słusznym wyborem. – Najciekawsze jest to, że każdy odbiera daną czekoladę inaczej. Chętnie słucham o tym, jakie emocje i skojarzenia wywołuje w innych dany kawałek. To fascynujące, przy jednej tabliczce ktoś mówi: „czuję maliny”, drugi stwierdza: „dla mnie to bardziej kawa”, a jeszcze inny dodaje: „smakuje jak chleb prosto z pieca”. I wszyscy mają rację! – śmieje się. Jej zdaniem właśnie na tym polega magia degustacji – na indywidualnym doświadczeniu.



Idealna do smakowania

Według ekspertki czekolada jest idealnym produktem do smakowania, ponieważ ziarno kakaowca zawiera bardzo dużo związków lotnych. Aż 600 z nich odpowiedzialnych jest za aromat. – Niektóre źródła mówią nawet o 700, bo naukowcy wciąż odkrywają nowe. To naprawdę imponujące, biorąc pod uwagę, że w winie opisano do tej pory ok. 500-600 związków aromatycznych – wyjaśnia dziennikarka.

Nie chodzi jedynie o ilość. Natalia Aurora podkreśla, jak ważne jest łączenie się związków i proporcje, w jakich występują. – W czekoladzie znajdziemy całe ich spektrum: od lekkich, owocowych estrów, poprzez kwiatowe aldehydy, aż po cięższe nuty przypominające kawę czy tytoń. Dlatego mówi się, że czekolada jest tak samo, a czasem nawet bardziej złożona aromatycznie niż wino. Mimo to w Polsce i w ogóle na świecie o wiele częściej organizowane są degustacje wina – dodaje.

– Jeśli chodzi o degustowanie czekolady, przede wszystkim powinien to być proces powolny i uważny. Najważniejsze zmysły biorące w nim udział to smak i węch, przy czym należy zaznaczyć, że za wrażenie smaku odpowiedzialne są receptory znajdujące się w jamie ustnej i w nosie – wyjaśnia. – By w pełni odczuć bukiet aromatów, powinniśmy przegryźć czekoladę i pozwolić jej drobinkom rozpuścić się na języku. Następnie rozprowadzić ją po całej jamie ustnej, bo kubki smakowe rozmieszczone są nie tylko na języku. Najgorsze, co możemy zrobić, to przełknąć

ją szybko. Wtedy prawdopodobnie nie odróżnimy czekolady wysokiej jakości od tej przeciętnej – tłumaczy.

Nuty smakowe

Czytając opinie koneserów na temat czekolady, można się zdziwić całą gamą smaków, jakie wyczuwają. Od czego zależy smak danej czekolady? – Przede wszystkim od pochodzenia ziaren kakao i od tego, jak zostały potraktowane na każdym etapie: od fermentacji, poprzez suszenie i prażenie, aż po produkcję tabliczki – wylicza Natalia Aurora. – Ziarna kakao mają różne odmiany terroir, czyli, tak jak winogrona, przejmują cechy gleby, klimatu i otoczenia, w których rosną. Na przykład kakao z Wenezueli często daje nuty orzechowe i karmelowe, to z Madagaskaru – intensywnie owocowe, czerwone, cytrusowe, a z Peru potrafi zachwycić kwiatowością albo delikatnymi nutami miodu – opowiada. – Z kolei ziarna z Afryki, szczególnie z Ghany czy Wybrzeża Kości Słoniowej, dają klasyczny, głęboki smak kakao, ziemisty i lekko gorzki – dodaje.

Fermentacja i prażenie

– Ogromną rolę odgrywają także fermentacja i prażenie ziaren kakaowca. Jeśli fermentacja przebiega w kontrolowany sposób, rozwija bardziej złożone aromaty – mogą się pojawić nuty tropikalnych owoców czy przypraw – wyjaśnia. Przyjemne nuty owocowe i kwasowe równoważą gorycz produktu. Jeśli chodzi o prażenie ziaren, to intensywnie wzmacnia posmak kawowy, karmelowy czy nawet dymny. Gdy producent wybiera delikatniejsze prażenie, wtedy zachowana jest większa ilość naturalnych aromatów, zamiast intensywnej goryczy i dymności. Ekspertka wspomina, że zdarzało się jej jeść nieprzyjemnie gorzkie czekolady, co było efektem zbyt mocno przepalonego ziarna. Można być jednak zaskoczonym odwrotnie. Kosztując np. mocną czekoladę z 80% kakao, wyprodukowaną z ziaren z Madagaskaru, które poddano odpowiedniej obróbce, zjemy kostki z dominującym smakiem czerwonych owoców. – Dlatego ja zamiast „gorzka” czekolada wolę mówić „ciemna”, tak też uczę podczas moich degustacji, bo intensywność miazgi kakaowej, jej procent w czekoladzie wcale nie musi oznaczać, że zaleje nas fala goryczy – tłumaczy.



Smakowe niespodzianki

W swojej pracy dziennikarki i koneserki rzemieślniczych czekolad wiele razy była zaskoczona smakiem. Nie ominęła jej degustacja popularnej czekolady dubajskiej. Zjadła aż 24 rodzaje i jak przyznaje, niektóre były naprawdę dobre. Jednak najbardziej pamięta czekoladę „pomidorówkę” z Beskid Chocolate. – Takiej czekolady nie jadłam nigdy w życiu! Próbowałam też świetną białą z matchą z Japonii. Cały czas odkrywam czekolady „ciemne mleczne” (dark-milk) i białe, które z całą pewnością mogą być bogatym doświadczeniem smakowym, jeśli są odpowiednio wykonane, z dużą ilością masła kakaowego, bez cukru na pierwszym miejscu, z zaskakującymi dodatkami.

Czekoladowy świat Basi

Basia Bajko swoją przygodę z prawdziwą czekoladą rozpoczęła w 2014 roku, kiedy otrzymała od Aurory tabliczkę marki Amedei Chuao. – Już wtedy od 2 lat prowadziłam blog o czekoladach, ale z racji studenckiego budżetu raczyłam się produktami powszechnie dostępnymi w sklepach. Degustacja Amedei Chuao była dla mnie wielkim przeżyciem, to było totalnie coś innego w porównaniu z dotychczasowymi doznaniem. Jednak dopiero po spotkaniu degustacyjnym z czekoladami z francuskiej manufaktury Morin, które w styczniu 2015 roku zorganizował w Poznaniu

jeden z piwnych sensoryków, nabrałam odwagi do eksplorowania świata czekolad rzemieślniczych – opowiada.

Basia ma swoje rytuały, jeśli chodzi o jedzenie czekolady. Jak przyznaje, po dobrą tabliczkę sięga bez pośpiechu. – Muszę mieć na to czas i przestrzeń. Ciemne czekolady najchętniej degustuję w domu, a mleczne i białe zabieram na łono natury, na przykład na górskie czy leśne trekkingi. Lubię dokładnie obejrzeć produkt, powąchać, dotknąć. Dopiero potem zabieram się za smakowanie. Kawałek potrafi rozpuszczać się w ustach na wiele sposobów, pozwalając na rozróżnienie tekstur. Nuty smakowe, które przychodzą na myśl podczas degustacji, to czasem naprawdę szalone skojarzenia! Niektóre czekolady są tak bogate w smaki, że trudno to wszystko opisać – mówi Basia.

Chętnie łączy degustowanie czekolady z kawą, choć dla niektórych to kontrowersyjna kwestia. Tylko przy specjalnych okazjach porównuje ze sobą kilka czekolad naraz. Zwykle poświęca czas pojedynczemu wyrobowi. Docenia smak wysokiej jakości białych czekolad z ciekawymi dodatkami, ale podkreśla, że ziarno kakaowca ma szansę pokazać cały swój potencjał smakowy w czekoladach ciemnych. Cieszy ją pomysłowość chocolatierów np. z Zotter, choć czekolady z kasztanami czy borowikami autorstwa tej firmy były dla niej nie do przejścia. Mimo wszystko zachwyty nad smakami dominują. – Jest tego tak wiele, że nie jestem w stanie wskazać mojej ulubionej czekolady. W zasadzie mnie to cieszy, bo przecież rzemieślnicze, plantacyjne czekolady zmieniają się z sezonu na sezon, nie są robione pod przemysłowy szablon. To, co okrzyknęłabym dziś ulubieńcem, za parę lat może smakować inaczej – zaznacza.

Francuskie Smaki Wysokie

Kalina Barratte wraz z mężem prowadzi internetowe delikatesy autorskie z produktami premium – Smaki Wysokie. Oboje cenią wysokiej jakości towary, w tym czekoladę. Z pietyzmem celebrują jej smakowanie. – To doświadczenie sensoryczne, które wymaga ciszy, uważności i skupienia. Kiedy pomyśli się, że w czekoladzie nic nie jest dziełem przypadku, lecz pracy, doświadczenia i wiedzy, pragnie się to wszystko wydobyć, odczuć, docenić – wyznaje.

Zanim skosztują tabliczkę lub pralinę, podziwiają ich kolor, połysk i kształt. Potem przechodzą do zapachu, który za każdym razem jest inny w zależności od użytych odmian kakao, czasem bywa zaskakujący. Kiedy łamią tabliczkę, wsłuchują się w dźwięk. Właściwie zatemperowana czekolada wydaje charakterystyczny trzask – czysty i wyraźny. Kulminacyjny moment degustacji zaczyna się na podniebieniu. – Jeśli czekolada jest wysokiej jakości, nie powinna rozpuścić się natychmiast, lecz topnieć stopniowo, uwalniając złożone aromaty. To najbardziej ekscytująca chwila, kiedy kolejne warstwy smakowe wyłaniają się jedna po drugiej, a my próbujemy je nazwać, porównać z wcześniejszymi doświadczeniami, uchwycić ich charakter – opisać. – Sprawdzamy również, jak długo smak utrzymuje się w ustach. Robimy notatki, by później nawzajem je sobie czytać.

Wymagająca sprzedaż

Import i sprzedaż czekolad wysokiej jakości to niełatwe zadanie dla sklepu internetowego z produktami premium, podkreślają właściciele Smaków Wysokich. – Większość renomowanych francuskich i belgijskich chocolatierów, którzy naprawdę nas urzekli, sprzedaje asortyment wyłącznie we własnych butikach, gdzie mają pełną kontrolę nad wizerunkiem marki: poczynając od jakości towaru, poprzez jego prezentację, a na obsłudze klienta kończąc. Czekolada nie jest dla nich masowym produktem, ale materia, z której



tworzą małe dzieła sztuki, jako takie muszą trafić do klienta w odpowiedniej oprawie. Ich kupno to spotkanie ze światem marki, z luksusem sklepów, opakowań, z degustacjami – wyjaśnia współwłaścicielka delikatesów.

Czekolady premium są dziś bowiem dobrem luksusowym, zatem drogim. Wymagają świadomego konsumenta. Nie każdy rozumie, za co ma zapłacić. Dlatego Kalina wraz z mężem szukają kompromisu i sprowadzają produkty dobrej jakości w relatywnie przystępnej cenie. – Na tę chwilę wybraliśmy takie marki jak Voisin z Lyonu, Café Tasse z Brukseli, Guido Gobino z Turynu z jego słynnymi czekoladkami Gianduiotto czy wyroby z czekolady z bardzo cenionej Valrhony lub migdały w czekoladzie z prestiżowych ziaren Criollo – wylicza.

Spotkanie z najlepszą cukierniczką świata

Wiosną tego roku delikatesy sprawiły ucztę swoim klientom i nawiązały kontakt z najlepszą cukierniczką na świecie – Niną Métyayer, pierwszą kobietą uhonorowaną tym tytułem. – Taką współpracę trudno sobie wyobrazić, jeśli przesuwanie granic nie leży w naszej naturze – mówi Kalina. – Wszystko odbyło się w przyjaznej atmosferze, lecz oczywiście nie z dnia na dzień i wymagało trochę pracy. Musieliśmy zaprezentować naszą markę, udowodnić, że pozycjonujemy się naprawdę w świecie premium i rzemiosła. Zespół Niny Métyayer z uznaniem ocenił wybór artykułów w Smakach Wysokich i estetykę strony internetowej sklepu. W konsekwencji zaakceptował współpracę, więc delikatesy sprzedawały na zamówienie czekoladowe jajka, pudełka wykwinnych pralin oraz świąteczne zestawy kremów – czekolada, pistacja, karmel. Wszystko sygnowane nazwiskiem Niny. Niestety jej misterne ptasie gniazda z czekolady oraz duże, czekoladowe, pięknie dekorowane jajka były od razu wyłączone z projektu z obawy przed uszkodzeniem podczas transportu do Polski. Smaki Wysokie sprowadziły również dla swych partnerów produkty francuskiej marki Maison Sève, belgijskiej Café-Tasse, świąteczne kolekcje Pierre'a Hermé, Pierre'a Marcoliniego i Maison du Chocolat, a z Anglii, na zamówienie klientki, czekoladowe trufle jednej z najstarszych manufaktur w Londynie – Charbonnel et Walker.

Małżeństwo Barratte ciągle poszukuje wyjątkowych smaków. Ostatnio byli poruszeni czekoladami z paryskiej firmy Alléno & Rivoire. To rezultat pracy Yannicka Alléno, szefa kuchni z trzema gwiazdkami Michelina, oraz mistrza cukiernictwa Auréliena Rivoire. – Każda ich kreacja to kwintesencja elegancji, smaku i precyzji. Idealna gra tekstur, odważne kompozycje, dopracowane z finezją. To niezwykle przeżycie, jakbyśmy na nowo odkrywali czekoladę, kosztując czegoś głęboko innego – zachwyca się Kalina. Czekoladę często określa się jako towarzyszkę codzienności. Można znaleźć w niej pocieszenie, podzielić się z innymi, a kupując tabliczkę wysokiej jakości, zapewnić sobie odrobinę luksusu wtedy, gdy najbardziej tego potrzebujemy. ■



BROWNIE – *IDEAŁ* czekoladowego ciasta



Eksperti:

- Ula Stępnia, Biznes na słodko
- Krzysztof Ilnicki, właściciel UMAM - Cukiernia Gdańska

Ciężkie, wilgotne, z charakterystyczną gliniastą strukturą, delikatnie rozpluwające się na podniebieniu. Brownie to niekwestionowany król czekoladowych wypieków. Ma swoją barwną historię, liczne wariacje i jedno podstawowe przesłanie: powstało po to, by oddać hołd czekoladzie!



Amerykański rodowód

Podobnie jak w przypadku wielu kulinarnych klasyków, także powstanie brownie owiane jest legendami. Jedną z nich wspomina o zapomnianej gospodyni, która nie dodała proszku do pieczenia do wypieku pełnego czekolady. Faktem jest jednak, że historia brownie rozpoczyna się w USA, a dokładniej w Chicago, w 1893 roku.

Bertha Palmer, właścicielka słynnego The Palmer House Hotel, poprosiła szefa kuchni o stworzenie deseru dla pań odwiedzających Columbian Exposition World's Fair. Ciasto miało być łatwe do spakowania do lunchboksów i nie rozpadać się w podróży. Tak narodziło się brownie, które w niezmiennionej formie można spróbować w hotelowej restauracji do dziś.

Na początku XX wieku popularność tego wypieku rozprzestrzeniła się w całych Stanach, m.in. za sprawą Marii Parloa – pierwszej kulinarnej celebrytki współpracującej z Walter Baker & Company. Pierwszy spisany przepis pojawił się zaś w książce kucharskiej *Service Club of Chicago* z 1904 roku pod nazwą bangor brownies.



Ciekawostki

Stany Zjednoczone to niekwestionowane królestwo brownie. Obok apple pie i cookies stanowi słodki symbol USA.

Występuje w setkach odmian: fudgy (wilgotne, ciężkie), cakey (bardziej puszyste), z dodatkami (najczęściej: orzechy, masło orzechowe, marshmallow, chili), w wersji sernikowej (cheesecake brownie) czy blondie (na bazie białej czekolady).

W wielu amerykańskich lokalach serwuje się je jako deser na ciepło, najczęściej z gałką waniliowych lodów i sosem czekoladowym albo karmelem (słynne brownie à la mode).

Święto brownie Amerykanie obchodzą 8 grudnia (National Brownie Day). Tego dnia w cukierniach i kawiarniach często pojawiają się limitowane wersje tego ciasta.

Rekordowe, bo największe brownie na świecie powstało w 2001 roku w Nowym Jorku – ważyło ponad 1360 kg!

Najdroższe brownie świata – brownie extraordinaire – kosztuje 1000 dol. i serwowane jest w Atlantic City.



Brownie idealne

O współczesnym obliczu brownie opowiada **Ula Stępnia**k, właścicielka marki szkoleniowej Słodki biznes, która przez kilka lat mieszkała w USA i tam poznała sekrety idealnego ciasta czekoladowego: – Dobry balans jest wtedy, gdy dodajemy po równo masła i dobrej jakości czekolady. W zależności od tego, czy robimy wersję słodsza, czy bardziej wytrawną, będzie to ciemna lub mleczna czekolada. Ja zazwyczaj używam zarówno jednej, jak i drugiej – mówi Ula i dodaje: – Mąki powinno być niewiele, inaczej ciasto będzie suche. Cechą charakterystyczną brownie jest wilgotna, wręcz gliniasta konsystencja.

Czekolada oraz brownie z jej udziałem to także bardzo ważne produkty w cukierni Krzysztofa Ilnickiego UMAM. – Brownie to koncentracja czekolady prowadząca do obłędu – ciężkie, wilgotne w środku, z chorą ilością masła i cienką, chrupiącą skorupką. Smak musi balansować między gorzkością dobrej czekolady a karmelową słodyczą cukru – opowiada o cieście, któremu poświęcił film instruktażowy na swoim kanale YouTube.

Sekrety receptury

Brownie to ciasto pozornie proste – 5 składników, 30 min pieczenia. Jednak każdy szczegół ma znaczenie. – Powolne roztopienie czekolady z masłem, delikatne połączenie jajek z cukrem bez zbędnego napowietrzania, szybkie wymieszanie całości, by uniknąć rozwinięcia siatki glutenowej i – co najważniejsze – przerwanie pieczenia, gdy środek jest jeszcze wilgotny i lekko drży – podkreśla Krzysztof Ilnicki. Także wybór surowców nie jest przypadkowy: – Masło o wysokiej zawartości tłuszczu daje kremowość, jajka w temperaturze pokojowej gwarantują stabilność, a czekolada, minimum 70%, buduje charakter. Warto postawić na dobre marki, jak np. Callebaut, Domori, Valrhona czy Irca.

Temperatura, czas pieczenia i najczęstsze błędy

Jedną z najczęstszych obaw przy pieczeniu brownie jest ryzyko zakalca. Tymczasem, jak tłumaczy eksperci, brownie właśnie takie ma być: ciężkie, wilgotne, lekko drżące w środku.

– Kluczową rolę gra czekolada. Pamiętaj, że ta poniżej 34°C zaczyna się krystalizować. Świetne rezultaty daje praca z miksem czekoladowo-maślanym w temperaturze 60-70°C przy łączeniu z roztrzepanymi jajami z cukrem. To może być wręcz kogel-mogel, bo celem nie jest stworzenie biszkoptu, a raczej aksamitnego, wilgotnego, mocno czekoladowego „zakalca”. Temperatura pieczenia sporo wybaczy. Piekłem brownie w 160, 170 i 180°C. Ważniejsza jest szczelność pieca. Brownie nie może tracić wilgotności w czasie obróbki termicznej. Wbita wykałaczka powinna być nadal wilgotna i brudna od ciasta na sekundy przed wyjęciem z pieca – wyjaśnia. Wielu amatorów i profesjonalistów potyka się o te same problemy. – Przepieczenie, zbyt mocne ubijanie jajek, użycie zbyt dużej ilości mąki i zaparzenie jaj w masie przez zbyt gorącą czekoladę lub mieszanie ciasta poniżej 28-29°C – wylicza te najczęstsze.

Jedna baza, wiele wariacji

Dlaczego brownie nie może zabraknąć w żadnej cukierni? Ponieważ daje ogromne



pole do eksperymentów. Jedna receptura pozwala stworzyć dziesiątki odsłon: od klasycznego fudgy, przez cheesecake brownie, aż po wersję z orzechami, solonym karmelem czy alkoholem. Brownie to także ciasto szybkie do przygotowania. Pięć podstawowych składników i stosunkowo krótki czas pieczenia. A efekt zawsze robi wrażenie. Dzięki swojej strukturze świetnie znosi transport i przechowywanie, nie wysycha tak szybko jak inne ciasta. Jest idealne także do sprzedaży na wynos.

– Najbardziej lubię brownie w wersji ze słonym karmelem albo podane z lodami waniliowymi. Jednak uważam, że najlepsze jest to klasyczne, bo brownie ma być hołdem dla samej czekolady – podkreśla Ula Stępiak.

Z kolei Krzysztof Ilnicki wymienia: – Orzechy włoskie, pekan, maliny, chili, espresso czy odrobina dobrego alkoholu – każdy dodatek buduje nową warstwę charakteru. Brownie to nie tylko klasyczna kostka. Często stanowi również bazę monopor-

Odcienie brownie

Rodzaj czekolady wpływa nie tylko na smak i kolor brownie, ale też na jego strukturę.

Ciemna czekolada zawiera najwięcej masy kakaowej i mniej cukru, co sprawia, że ciasto jest gęstsze, bardziej zwarte i mniej słodkie, a dodatkowe tłuszcze kakaowe nadają mu charakterystyczną, gliniastą konsystencję.

Mleczna czekolada, ze względu na wyższą zawartość cukru i mleka w proszku, zmiękcza strukturę – brownie staje się delikatniejsze, wilgotniejsze i ma tendencję do lekkiego „rozpływania się” w ustach.

Biała czekolada, która pozbawiona jest masy kakaowej (składa się głównie z tłuszczu kakaowego, cukru i mleka w proszku), zupełnie zmienia profil wypieku. Blondie zyskuje kremową, nieco bardziej kruchą strukturę, a także jaśniejszy, waniliowo-mleczny charakter. W praktyce oznacza to, że im mniej masy kakaowej w czekoladzie, tym lżejsza i mniej „gliniasta” tekstura ciasta. Dlatego wybór rodzaju czekolady to decyzja nie tylko smakowa, ale przede wszystkim technologiczna, wpływająca na balans wilgotności, gęstości i trwałości brownie.



cji, cake popsów czy dodatek do lodów – świetnie gra w duecie z innymi teksturami i smakami – zaznacza właściciel UMAM. – Rosnąca popularność diet wegańskich i bezglutenowych wpływa także na ten wypiek. Coraz więcej jest wersji bezglutenowych (też je robimy), bez cukru, wegańskich. Największym wyzwaniem pozostaje jednak utrzymanie tej kultowej tekstury – dodaje.

Murzynek i brownie – odległe pokrewieństwo

W Polsce brownie bywa porównywane do tradycyjnego murzynka. Jednak podobieństwa są raczej powierzchowne.

Murzynek zawiera proszek do pieczenia, sporo mąki i – co najważniejsze – kakao zamiast czekolady. Jest puszysty i lekki, podczas gdy brownie ma być gęste i wilgotne. – Nie ujmując nic tradycyjnemu polskiemu murzynkowi, można stwierdzić, że ten jest bardzo dalekim kuzynem brownie. To dwa zupełnie różne ciasta, które więcej dzieli niż łączy. Porównać brownie do murzynka, to jak pomylić muffinka z cupcake’em. Owszem, w murzynku, tak jak w brownie, mamy masło, ale proporcje składników są bardzo różne. Mamy tu sporo mąki, wodę lub mleko, jajka, cukier i kakao zamiast czekolady. To bardzo lekkie i pulchne ciasto, które z chęcią piekę i jem, ale mimo wszystko kompletnie różne od czekoladowego brownie – podsumowuje Ula Stępiak. ■



14. Sweettargi

Targi Piekarnicze, Cukiernicze i Łodziarskie

22-24 marca 2026 • KATOWICE



Arkadiusz Natorski -
Organizator konkursu

Smaki Świata

V Mistrzostwa Polski na Pralinę

JURY



Łukasz Anioł



Krzysztof Zamczyk



Urszula Ryniec-Jędrzejewska



KONTAKT

Ilona Syryłło - Project Director
kom. (+48) 664 080 283,
E-mail: isyryllo@fairexpo.pl



LOKALIZACJA

Międzynarodowe Centrum Kongresowe
Plac Sławika i Antalla 1
40-163 Katowice



■ Tom Siciński, Sopocka Manufaktura Czekolady

ZRÓB własną czekoladę!



Rzemieśnicza czekolada bean-to-bar przestaje być egzotyczną ciekawostką i coraz śmielej wkracza do polskich cukierni oraz manufaktur. Choć do tej pory brakowało szkoleń, które krok po kroku uczą tworzenia czekolady od ziarna, dziś ta wiedza staje się dostępna. W Sopocie powstały warsztaty pokazujące, jak z surowych ziaren kakao zrobić pełnoprawny produkt – autentyczny, etyczny i wyjątkowy w smaku.



Czekolady rzemieśnicze, tzw. bean-to-bar, to od lat niszowy temat, ale z całą pewnością trendujący. Wraz ze wzrostem świadomości klienta rośnie też popyt na tego typu produkty. W Polsce nadal jest dosłownie kilka manufaktur, które się tym zajmują. Choć sprzęt do produkcji czekolady w małej skali (np. sezonowo w cukierni) można kupić bez problemu, podobnie jak surowiec (ziarno kakao), brakuje przede wszystkim... wiedzy. Nie ma tego typu szkoleń stacjonarnych. Dlatego postanowiliśmy wyjść temu problemowi naprzeciw. Powodem naszych działań było też to, że coraz więcej cukierników i właścicieli kawiarni zaczęło do nas pisać z pytaniami: jak zacząć robić cze-



koladę od ziarna? Jak nie być zależnym od gotowych kuwertur? Jak stworzyć coś autentycznego?

Prawdziwi rzemieślnicy szukają dziś czegoś więcej niż produkt przemysłowy. Chcą uczciwej czekolady, za którą stoją konkretne osoby i plantacje, nie tylko logo i hasła marketingowe. Pragną też czekolady, z której mogą wydobyć maksimum smaku, a nie tylko ją rozlewać. Dzieje się tak też dlatego, że cukiernik artysta nie traktuje czekolady jako neutralnego tła. Podobnie jak somelier nie użyje jednego wina do każdego dania, tak i on nie chce pracować na jednej kuwercie. Rzemieślnik wie, że kakao z różnych stron świata, odmian, różnie fermentowane i suszone ma zupełnie inne nuty: od kwiatowych przez orzechowe po przyprawowe. I właśnie tymi nutami można grać. Budować warstwy smaku, łączyć z konkretnymi składnikami, tworzyć coś, co zostaje w pamięci. To właśnie z myślą o takich twórcach powstały nasze warsztaty, przeznaczone zarówno dla zawodowych cukierników, jak i hobbystów, którzy myślą jak artyści. Nie chcą bezmyślnie powielać, ale świadomie tworzyć: tabliczki z nieoczywistych, etycznych ziaren albo desery, gdzie czekolada nie jest tylko słodką masą „o smaku czekoladowym”, ale pełnoprawnym bohaterem – solistą lub partnerem w genialnym duecie.

Kurs podstawowy dotyczy robienia czekolady od zera: od surowego ziarna po tabliczkę. Dopiero na tym fundamencie cukiernik artysta albo pasjonat może zacząć eksperymenty: grać temperaturą praże-



nia, wyborem odmian, stylem fermentacji i świadomie budować smakowe opowieści. Bo jeśli już sięgać po czekoladę, to po taką, która ma coś do powiedzenia.

Tworzenie czekolady w dwa dni

Warsztaty trwają 2 dni i odbywają się stacjonarnie w naszej manufakturze w Sopocie. To nie są wykłady, tylko praktyczna nauka – przygotowujemy czekoladę od ziarna do tabliczki: sortujemy, wyprażamy, kruszymy, melangujemy, temperujemy, formujemy, analizujemy. Wszystko na profesjonalnym sprzęcie, ale w realnych



warunkach rzemieślniczej produkcji. Nie trzeba mieć doświadczenia, wystarczy chęć, żeby wyjść poza kuwercę i zrobić coś naprawdę swojego.

Uczyłem się fachu od najlepszych, od ludzi, którzy zdobywają złote wyróżnienia w międzynarodowych konkursach czekolady bean-to-bar. Podpatruję mistrzów zarówno w Europie, jak i w Ameryce Południowej – takich jak Samir prowadzący wyjątkową, butikową manufakturę w Peru czy rzemieślników z Niderlandów, których kunszt i precyzja wyznaczają standardy. Regularnie odwiedzam również plantacje w Peru, Ekwadorze i Kolumbii, bo żeby zrobić dobrą czekoladę, trzeba poznać ziarno

u źródła: zobaczyć, jak rośnie, fermentuje, jak pachnie świeżo po zbiorach.

Brałem udział w kursach produkcji czekolady od ziarna aż po gotowy wyrób organizowanych w Mediolanie, a jeśli chodzi o gotowe kompozycje czekoladowe, uczyłem się m.in. od Luisa Amado – jednego z mistrzów, łączącego perfekcyjną technikę z wyjątkowym wyczuciem smaku i estetyki.

Co ważne, moja żona pochodzi z Ekwadoru, wywodzi się z rodziny od pokoleń zajmującej się uprawą kakao. Dzięki temu nasza wiedza nie kończy się na teorii, jest zakorzeniona w realnym doświadczeniu, tradycji i relacjach z ludźmi, którzy naprawdę żyją kakao na co dzień.

Zacznij już teraz!

Po naszych warsztatach możesz zacząć od razu. Otrzymujesz nie tylko wiedzę technologiczną, ale też:

- sprawdzone źródła zakupu ziarna,
- kontakty do dystrybutorów sprzętu,
- wsparcie w druku etykiet i projektach graficznych,
- wskazówki dotyczące procesu produkcji i sprzedaży.

Nie nauczymy cię, jak „rozlać czekoladę”, tylko jak tworzyć własną czekoladę – świadomie i z pełnym zrozumieniem procesu. Nie jesteśmy związani z żadnym producentem sprzętu, więc nie wciskamy niczego na siłę. Przeciwnie – ostrzegamy przed drogiymi błędami, które popełniłem i które mogą kosztować dziesiątki tysięcy złotych. Na naszych szkoleniach dostajesz uczciwą wiedzę, a nie ofertę handlową.

Rozpoczęcie małej produkcji nie wymaga ogromnych nakładów finansowych. Kluczowym urządzeniem jest melanger, którego koszt to około 2000 zł – właśnie on odpowiada za uzyskanie gładkiej, aromatycznej masy czekoladowej i nie da się go zastąpić żadnym innym sprzętem. Pozostałe elementy można zorganizować niskim kosztem: ziarna wyprażysz w zwykłym piekarniku, łuskę oddzielisz ręcznie (jest kilka prostych sposobów), tabliczki przygotujesz w silikonowych formach, a schłodziś je w lodówce.

Nie potrzebujesz fabryki ani ogromnych inwestycji. Jeśli masz 2000 zł i chęci, możesz wytwarzać własną, etyczną czekoladę od ziarna. To ogromna różnica w stosunku do rozlewania kuwerty, której skład i pochodzenie często są tajemnicą handlową.

Naprawdę warto

Dlaczego warto zająć się produkcją własnej czekolady? Z całą pewnością jest wiele argumentów za. Ja mam jedno bardzo konkretne marzenie: by Polska została europejską, a może i światową



stolicą uczciwej, rzemieślniczej czekolady. Co stoi na przeszkodzie? Mamy dostęp do znakomitego ziarna, mamy kreatywnych ludzi, rzemieślników, cukierników i pasjonatów, którzy potrafią zrobić cuda. Trzeba tylko dać im wiedzę i narzędzia, i to właśnie robimy.

Europa ma swoje tradycyjne ośrodki czekoladowe, jak Belgia czy Szwajcaria, które od lat kojarzą się z tym produktem. Polska natomiast ma szansę pójść własną drogą i stworzyć przestrzeń dla czekolady rzemieślniczej – etycznej, artystycznej, świadomej.

Jeśli czekolada trafi do domów, do małych pracowni, cukierni, to przestaniemy polegać na bezosobowej, przemysłowej kuwercie z byle kontenera. Zamiast tego stworzymy coś własnego – z czego będziemy znani. Tak jak Włosi ze swojej kawy, Francuzi

z wina, Japończycy z herbaty – Polacy mogą być znani z najlepszej czekolady na świecie. Trzeba tylko zacząć, a my właśnie po to jesteśmy.

Oferta szkoleń

Prowadzimy dwudniowe kursy z produkcji czekolady bean-to-bar, a także krótsze warsztaty dla dzieci (około 1,5 godziny), podczas których najmłodsi uczą się robić tabliczki i poznają świat prawdziwej czekolady od kuchni.

Wkrótce wprowadzamy również:

- ➔ kursy produkcji makaroników,
- ➔ kursy crumble cookies,
- ➔ oraz II i III stopień kursu z produkcji czekolady dla osób, które chcą wejść na wyższy poziom wyrafinowania i precyzji, tworząc autorskie, wyjątkowe kompozycje smakowe.

Chcemy, by każdy mógł się rozwijać, niezależnie od tego, czy startuje od zera, czy buduje własną markę.

Największy problem? Dezinformacja. Internet pełen jest filmików, które pokazują tylko fragment procesu albo idealizują temat. Drugi problem to sprzęt – łatwo dać się nabrać na „okazje”, które potem stoją bezużyteczne. Trzecia rzecz to ziarno. Nawet najlepsze kakao, jeśli zostało źle sfermentowane albo wysuszone, nie da dobrej czekolady. Dlatego tak ważna jest edukacja, a nie tylko inspiracja.

Czekolada rzemieślnicza w Polsce nie jest już kielkiem – to młode drzewko, które dynamicznie się rozwija. Klienci uczą się smaku, doceniają różnice, pytają o pochodzenie ziaren, fermentację i profil sensoryczny. Widzimy, że czekolada staje się produktem traktowanym jak wino czy kawa specjality – świadomym wyborem. I właśnie dlatego teraz jest najlepszy moment, by wejść w ten świat. ■



**SOPOCKA
MANUFAKTURA**

Kurs produkcji czekolady **bean to bar**

(od ziarna do tabliczki)
w Sopockiej Manufakturze Czekolady

STOPIEŃ I

Dwa dni pełne praktyki

Nie potrzebujesz żadnego doświadczenia – kurs jest przeznaczony zarówno dla cukierników, jak i pasjonatów czekolady.

Spotykamy się w prawdziwej manufakturze i od pierwszej godziny pracujemy na profesjonalnym sprzęcie, którego używamy na co dzień w produkcji.

Zaczynamy od ręcznego sortowania ziaren, a kończymy następnego wieczoru pakowaniem gotowych wyrobów. Po drodze przygotujesz czekoladę ciemną, mleczną, białą, a także kremy orzechowo-czekoladowe. Wszystko, co zrobisz, zabierzesz ze sobą do domu.



Wiedza i kontakty, które oszczędzają lata

Na szkoleniu zdobędziesz podstawową wiedzę technologiczną oraz zestaw sprawdzonych kontaktów:

- 🌟 najlepsi dostawcy kakao,
- 🌟 sprzęt, który warto kupić (i ten, którego lepiej unikać),
- 🌟 dodatki, opakowania, etykiety, grafiki – słowem, wszystko, czego potrzebujesz, aby od razu ruszyć z własną produkcją.

Od pasji do własnej manufaktury

Po kursie wychodzisz z planem, wiedzą i praktyką, które pozwolą Ci od razu rozpocząć własną produkcję Bean to Bar.

Moment, w którym wyjmiesz swoją pierwszą tabliczkę czekolady stworzoną od ziarenka z formy, zostaje w pamięci na zawsze.



Sprawdź nasze kursy!



Wejdź na naszą stronę [www](http://www.sopockamanufaktura.com)
i zapisz się już dziś!

Sprawdź również inne kursy
w Sopockiej Manufakturze Czekolady.

📞 +48 517 064 374

✉ zamowienia@sopockamanufaktura.com

📱 /SopockaManufaktura

www.sopockamanufaktura.com

*Nie współpracujemy z żadnym producentem sprzętu –
u nas dostajesz rzetelne, niezależne informacje.*



ruda kita



RUDA KITA ORZECHOWA PASJA

w czystej postaci

*Krem o idealnej konsystencji
– wyzwanie i sztuka*

Tworzenie kremu czekoladowo-orzechowego to sztuka balansowania między smakiem, konsystencją a oczekiwaniami klientów. Właściciel firmy Paweł Forlicz podkreśla, że nie ma jednej receptury, która zadowoliliby wszystkich: – Inne są oczekiwania dzieci, a inne dorosłych. Nie ma jednej, idealnej receptury. My preferujemy produkty mocno orzechowe, gdyż bazujemy na min. 70% orzechów, mocno czekoladowe i słodzone naturalnym cukrem kokosowym o niskim indeksie glikemicznym. To esencja smaku, która zadowoli większość gustów – mówi.

W Rudej Kicie produkcja bazuje na wysokiej jakości składnikach, mimo to droga do uzyskania odpowiedniej konsystencji nie jest prosta. – Technologicznie jest kilka rozwiązań, w zależności od budżetu producenta. Kluczowe jest jednak osiągnięcie gładkiej, zbalansowanej smakowo masy. Rozwarstwianie się tłuszczu jest procesem normalnym. Chcąc



Kremy czekoladowo-orzechowe do pieczywa to wciąż popularny produkt, który zdobywa podniebienia nie tylko młodego pokolenia.

Kultowa Nutella ma mocną konkurencję! Coraz więcej osób sięga po zdrowsze alternatywy – bez oleju palmowego, z krótkim składem i prawdziwymi orzechami. Takie produkty oferuje polska Ruda Kita, marka, która dowodzi, że słodki krem może być naturalny i premium.

produkować bez dodatku lecytyny i innych tłuszczów, możemy bazować głównie na długości cyklu, emulgacji produktu, a co za tym idzie, rozcieraniu na mniejsze lub większe cząstki w zależności od oczekiwań. Nasz klient to rozumie i wybiera krótki skład – wyjaśnia Joanna Forlicz.

To podejście przekłada się na rozwój portfolio marki. Ruda Kita oferuje ponad 20 produktów bazujących na orzechach, a park maszynowy stopniowo się rozbudowuje. Mimo następujących naturalnie zmian technologicznych właściciele zapewniają, że pozostaną wierni krótkim składom.

Coraz bardziej świadomi klienci

Świadomość konsumencka w Polsce rośnie. Klienci gotowi są zapłacić więcej, jeśli produkt jest naturalny i nie zawiera niepożądanych dodatków. – Nasze produkty z założenia są droższe, więc bezpośrednią konkurencję stanowią dla nas producenci past i kremów orzechowych wyznający te same wartości. Klient, akceptując wyższą cenę, oczekuje czystego i krótkiego składu. Nie godzi się na olej palmowy, biały cukier, barwniki i innych dodatki do żywności wydłużające termin przydatności do spożycia, ale wpływające negatywnie na organizm. Odpowiadając jednak krótko na pytanie: tak, klienci coraz częściej czytają etykiety – wyjaśnia Paweł Forlicz.

Dobry krem, dobre surowce

Wysoka jakość kremów Ruda Kita to także efekt świadomego doboru surowców. Kakao kupowane jest od producenta z certyfikatem Rainforest Alliance, a orzechy i migdały pochodzą zarówno z importu bezpośredniego, jak i od sprawdzonych dostawców. – W każdym wypadku ma dla nas znaczenie nie tylko pochodzenie surowca, ale też badania świadczące o poziomie

reklama

ruda kita
HAND-CRAFTED NUT BUTTERS

SKLEPY . LODZIARNIE . CUKIERNIE

Pasty i kremy orzechowe w słoikach 200g
Ponad 20 różnych rodzajów do wyboru
Marka RUDA KITA lub marki prywatne
Opakowania HORECA, 1 - 3 - 5 - 10kg
Tworzenie indywidualnych receptur

RUKI Joanna Gancarz - Forlicz
Ul. Piaskowa 83, 43-100 Tychy

tel. +48.604 810 495
tel. +48.795 259 791
@ : kontakt@rudakita.pl

<https://www.facebook.com/rudakitapasty/>
<https://www.instagram.com/rudakitanuts/>
<https://rudakita.pl>



aflatoksyn i generalnie o czystości produktu. Trzeba pamiętać, że jak wszystkie płody rolne, trafiają się różne partie w zależności od sezonu. Czasem zdarza się, że odsyłamy orzechy, które nie spełniają naszych oczekiwań, mimo że badania mają bez zastrzeżeń – zapewniają właściciele marki.

Premium a masowy produkt

Różnice między kremami premium a produktami masowymi są znaczące. Dotyczą składu, procesu produkcji i jakości surowców. Dobitym przykładem jest użycie olejku pomarańczowego: – W popularnym produkcie byłby to olejek pomarańczowy o syntetycznym aromacie zgodnym z naturalnym. My używamy w 100% naturalnego, naturalnie pozyskanego, ekologicznego olejku z czerwonych pomarańczy, który sprowadzamy z małej rodzinnej plantacji z Kalabrii, z południa Włoch – wyjaśnia Joanna Forlicz.

Właściciele marki nie mają wątpliwości, że to styl życia napędza rozwój kategorii. Klienci coraz chętniej wybierają mniej przetworzone produkty, dbają o dietę i regularną aktywność fizyczną. Produkty Ruda Kita nie są tanie, ale są czyste pod względem składu i całkowicie naturalne. Produkowane w wolnym od laktozy zakładzie mogą być spożywane również przez wegan. – Trend jedzenia mniej, ale wysokojakościowych produktów jest również zauważalny – deklaruje producent.

Smaki, które zaskakują

Ruda Kita nie boi się eksperymentów. Regularnie pojawiają się nowości – od klasycznych past 100% po bardziej odważne propo-

zycje. – Niedługo pojawi się Nerkowiec z Matchą, Orzech Tygrysi 100% i... kilka innych produktów. Pistacje mamy obecnie dwie (100% oraz słodki krem), niedługo pojawi się także nasza wersja Pistacji Dubajskiej. Białej czekolady nie będziemy stosować z uwagi na dodatek mleka w proszku – zapowiada właścicielka. W ofercie można znaleźć także prawdziwe perełki, jak Chilli Kita – pikantne masło orzechowe o wyrafinowanym smaku. – Idealne do kanapek, makaronów, burgerów, ramenów, jako dodatek do sosów, dipów, przekąsek czy składnik marynaty. To wyjątkowy produkt, który znalazł spore grono miłośników.

Oczekiwania polskich konsumentów

Polacy okazują się otwarci na nowe doświadczenia kulinarne, chętnie sięgają po innowacyjne połączenia smaków, choć zwoleńników klasyki też nie brakuje. – Nasi klienci dzielą się na tych, którzy kupują jedynie pasty orzechowe 100% bez dodatków, oraz tych, którzy chętnie sięgają po nowości, a wręcz oczekują ciekawych połączeń smakowych. My chcemy sprostać oczekiwaniom jednych i drugich – podsumowuje właściciel. W ten sposób marka Ruda Kita łączy najwyższą jakość, prostotę składu i odwagę w tworzeniu nowych smaków. To dowód, że naturalne, rzemieślnicze produkty mogą skutecznie konkurować z masowymi markami – a klienci coraz częściej wybierają właśnie tę drogę. ■



RECEPTURY



J E S I E Ń S U B L I M E



Ana Davila, pastry chef
technolog firmy Barbara Luijckx

BROWNIE

Masło **125 g**

Czekolada deserowa 56% **Barima Artisanal** (kod CHN56XX3) **25 g**

Cukier **175 g**

Jaja **2**

Mąka pszenna **90 g**

Kakao Extra Dark **Barima Artisanal**
(kod 22/24GT781) **25 g**

Masło roztopić z czekoladą. Dodać cukier oraz jaja i dokładnie wymieszać, dodając na końcu mąkę i kakao. Nałożyć masę do prostokątnych rantów (15x10 cm) i piec w 180°C przez 20 minut.

MASA PRAŻYNKOWA

Czekolada mleczna 34% **Barima Artisanal** (kod CHL35XXC3) **60 g**

Tłuszcz kakaowy **Barima Artisanal**
(kod 2371) **10 g**

Masło **50 g**

Prażynki Royal **Barima Artisanal**
(kod 332451) **75 g**

Czekoladę roztopić z tłuszczem kakaowym i masłem w temp. 42°C. Dodać prażynki i wymieszać. Rozsmarować masę na upieczonym brownie, odstawić do zastygnięcia, a następnie przekroić na pół, uzyskując dwa trójkąty.

MUS Z BIAŁEJ CZEKOLADY Z WANILIĄ

Śmietana 30% **62 g**
 Sanett **Dreidoppel** (kod 0320) **13 g**
 Czekolada biała 29% **Barima Artisanal** (kod CHB28XXB3) **125 g**
 Ubita śmietana 30% **125 g**
 Pasta Wanilia **Dreidoppel** (kod 67310) **10 g**

Śmietanę zagotować z Sanettem i zalać nią czekoladę z pastą waniliową. Dodać ubitą śmietanę, po czym delikatnie wymieszać. Gotowy mus przełożyć do formy silikonowej i zamrozić.

MUS ORZECHOWY

Śmietana 30% **90 g**
 Sanett **Dreidoppel** (kod 0320) **10 g**
 Czekolada mleczna 34% **Barima Artisanal** (kod CHL35XXC3) **75 g**
 Pasta orzechowa 100% prażony orzech laskowy **Barima Artisanal** (kod 3310) **100 g**
 Ubita śmietana 30% **180 g**

Śmietanę zagotować z Sanettem. Zalać nią czekoladę i dodać pastę z orzechów laskowych. Ostudzić do 30°C, dodać ubitą śmietanę, a następnie wymieszać. Wlać mus do silikonowej formy i zamrozić.

IRISH CREAM DO DEKORACJI

Śmietana 35% (1) **250 g**
 Cukier **60 g**
 Sanett **Dreidoppel** (kod 0320) **15 g**
 Mascarpone **250 g**
 Czekolada deserowa 56% **Barima Artisanal** (kod CHN56XX3) **100 g**
 Pasta Irish Cream **Dreidoppel** (kod 00265) **50 g**
 Śmietana 35% (2) zimna **400 g**

Śmietanę (1) zagotować z cukrem i rozpuścić w niej Sanett. Następnie dodać mascarpone, pastę Irish Cream oraz czekoladę. Mieszać do rozpuszczenia wszystkich składników. Na końcu połączyć z zimną śmietaną (2) i odstawić do lodówki do zastygnięcia. Zimny zastygnięty krem ubijać mikserem na średnich obrotach.

POLEWA NABŁYSZCZAJĄCA 1

Cukier **75 g**
 Woda (1) **150 g**
 Syrop glukozowy **150 g**
 Mleko skondensowane **100 g**
 Żelatyna **10 g**
 Woda (2) **50 g**
 Czekolada biała 29% **Barima Artisanal** (kod CHB28XXB3) **150 g**
 Brązowy barwnik **1 g**
 Żółty barwnik **2 g**

Żelatynę namoczyć w wodzie (2). Podgrzać wodę (1) z cukrem i syropem glukozowym do 103°C. Dodać mleko skondensowane i masę żelatynową. Na końcu dodać białą czekoladę oraz barwniki. Wymieszać za pomocą blendera, przykryć folią i odstawić do lodówki. Zamrożone musy oblewać polewą o temp. 30-35°C.

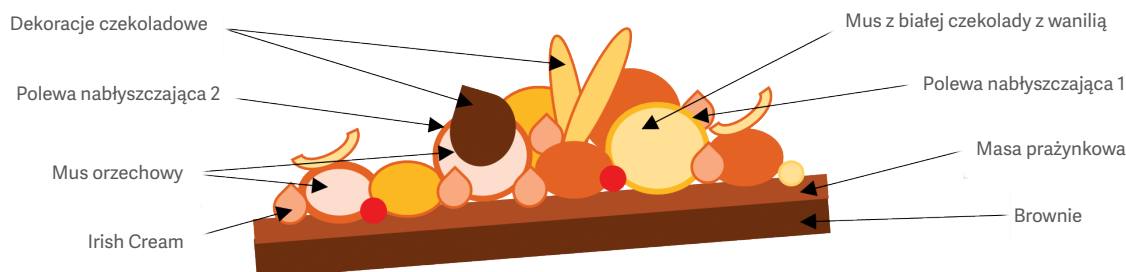
POLEWA NABŁYSZCZAJĄCA 2

Cukier **75 g**
 Woda (1) **150 g**
 Syrop glukozowy **150 g**
 Mleko skondensowane **100 g**
 Żelatyna **10 g**
 Woda (2) **50 g**
 Czekolada mleczna 34% **Barima Artisanal** (kod CHL35XXC3) **150 g**

Żelatynę namoczyć w wodzie (2). Podgrzać wodę (1) z cukrem i syropem glukozowym do 103°C. Dodać mleko skondensowane, namoczoną żelatynę i mleczną czekoladę. Wymieszać za pomocą blendera, a następnie schłodzić. Zamrożone musy oblewać polewą o temp. 30-35°C.

DEKORACJA

Do udekorowania użyć dekoracji czekoladowych **Barbara Decor**:
 LIŚCIE DESEROWE zestaw (kod 33992)
 LIŚCIE MIMOZA MARBLE (kod 3395)
 LISTKI WIERZBY (kod 333307)





B A T O N



Paweł Ignaciuk
szef Akademii Czekolady Callebaut

GANACHE TRUFLOWY

Śmietana 35% **225 g**
Syrop glukozowy **25 g**
Cukier inwertowany **25 g**
Dekstroza **35 g**
Czekolada 823NV **265 g**
Nibsy **40 g**
Trufle czarne **10 g**
Oliwa truflowa **10 g**

Śmietanę, syrop glukozowy, trufle i oliwę zagotować z cukrami. Zalać czekoladę i zblendować. Dodać nibsy i wymieszać. Odstawić do krystalizacji.



ŻEL CYTRYNOWY

Purée cytryna **100 g**
Cukier kryształ **10 g**
Agar-agar **2 g**

Cukier wymieszać dokładnie z agar-em. Purée podgrzać, dodać miks agarowy i zagotować. Odstawić do krystalizacji. Zblendować dokładnie na gładki żel.

TORT RED VELVET



Tegral Red Velvet **1000 g**

Jaja **500 g**
Olej **300 g**
Woda **230 g**

Wszystkie składniki umieścić w misie miksera i mieszać przy użyciu płaskiej końcówki przez ok. 4 minuty. Ciasto wyłożyć do rantów o średnicy 17 cm po ok. 500 g masy na sztukę. Wypiekać w 175°C przez ok. 35-40 min. Wystudzić. Wystudzone ciasto przeciąć na 3 blaty równej wysokości.

KREM MASCARPONE

Śmietana kremówka **700 g**
Montamix **300 g**
Belcolade Lait Selection **300 g**
Śmietana do ganache **150 g**
Deli Mascarpone **500 g**
Żelatyna **25 g**
Woda do żelatyny **100 g**

Żelatynę namoczyć w wodzie. Z czekolady i śmietany przygotować ganache'u. Delikatnie ostudzić i dodać rozpuszczoną żelatynę. W misie miksera umieścić śmietanę roślinną, śmietanę kremówkę i Deli Mascarpone. Całość ubić. Ubitą krem połączyć z ganache'em z czekolady. Przekładać nim blaty Red Velvet – po ok. 120 g kremu na warstwę. Górę tortu wyrównać kremem. Całość schłodzić przed dekoracją.

DEKORACJA

Carat Decocrem White **100 g**
Ambiante **100 g**
Belcolade Lait Selection **150 g**

Rozpuścić polewę do temperatury 40°C. Przy użyciu rękawa cukierniczego zrobić drip na torcie. Całość ozdobić dekoracjami z belgijskiej czekolady Belcolade.

terravita

DLA PROFESJONALISTÓW
OD PROFESJONALISTÓW

W Z B L A C K E D I T I O N

(2 BLACHY 30 x 40 CM)

**BISZKOPT
CZEKOLADOWY**Czekolada Bellaria 55% **85 g**Czekolada Bellaria 60% **85 g**Masło **80 g**Jajka **650 g**Cukier **360 g**Mąka pszenna **300 g**Kakao czarne **72 g**Proszek do pieczenia (opcjonalnie) **8 g**Olej lub roztopione masło **160 g**Mleko **45 g**

W rondelku roztopić masło z mlekiem i olejem, podgrzać, dodać czekoladę, upłynnić i wymieszać na gładką masę. Jajka wbić do miski, ubić na białą, lśniąca masę. Dodać przesianą mąkę, następnie kakao i proszek do pieczenia. Wymieszać, dodać masę maślano-czekoladową i dobrze połączyć szpatułą. Przebrać do dwóch form o wymiarach 30 x 40 cm wyłożonych papierem do pieczenia, wyrównać. Wypiec w 170°C przez 18 minut. Wystudzić na kratce.

**KREM CHANTILLY
Z MASCARPONE**MULTI CREAM Krem Mleczny (biały) **450 g**Śmietanka 30-36% (schłodzona) **720 g**Mascarpone **360 g**Pasta waniliowa lub laski wanilii (opcjonalnie) **2 szt.**

Schłodzoną śmietankę wlać do miski, dodać mascarpone. Stopniowo dodawać MULTI CREAM Krem Mleczny, miksując na średnich obrotach do uzyskania puszystego, stabilnego kremu.

DEKORACJACzekolada Bellaria 55% lub 70% **500 g**Olej roślinny **100 g****PRZEŁOŻENIE BISZKOPTU
KREMEM**

Przygotować dwa równe blaty dopasowane wielkością do ramki. Nasączyć sokiem z wiśni. Część kremu odłożyć do rękawa cukierniczego do dekoracji. Na pierwszy blat równomiernie nałożyć warstwę kremu chantilly. Przykryć drugim blatem i lekko docisnąć. Górny biszkopt cienko przesmarować resztą kremu.

**POLANIE WIERZCHU
CZEKOLADĄ**

Czekoladę rozpuścić w rozgrzanym oleju. Wylać na wierzch ciasta, rozprowadzić równą warstwą. Odstawić do stężenia.

WYKROJENIE DEKORACJI

Wykroić porcje w kształcie prostokątnych kostek o wymiarach 4,5 x 4,5 cm. Na każdej wykonać rozetę z chantilly śmietankowego. Na kremie umieścić czereśnię z ogonkiem albo inny owoc sezonowy, np. jeżynę. Udekorować odrobiną spożywczego złota.



RECEPTURY
FINALISTÓW
MISTRZOSTW
NA PRALINĘ
2 0 2 5





Urszula Jędrzejewska-Ryniec
Czekolada Cafe, 1. miejsce
IV Mistrzostwa Polski na Pralinę

BERGAMOTKA / WERBENA / SŁONECZNIK

PÂTE FRUIT BERGAMOTKA

Purée z bergamotki **150 g**
Napar z suszonej werbeny **30 g**
Purée z mandarynki **20 g**
Cukier trzcinowy **60 g**
Pektyna NH **6 g**
Cukier inwertowany **30 g**
Miód akacjowy **20 g**
Sok z cytryny **2 g**

GANACHE MILK OOLONG TEA

Biała czekolada 32%
Velvet (Callebaut) **150 g**
Napój migdałowy **80 g**
Oolong tea **10 g**
Masło kokosowe **15 g**
Limonka **1 szt.**

CHRUPLA PRAŻONY SŁONECZNIK

Pasta z prażonego słonecznika **80 g**
Czekolada 30,4% Caramel Gold
(Callebaut) **70 g**
Prażona Soba Cha **10 g**
Prażynka Paillete Feuilletine
(Callebaut) **5 g**
Sól **1 g**



PRALINA CZERWONA POMARAŃCZA / GRYKA

KORPUS PRALINY

Czekolada mleczna 823
(Callebaut) **800 g**

MALOWANIE FORMY

żółte, zielone, czarne i białe
masło kakaowe, złoty pyłek

PÂTE FRUIT CZERWONA POMARAŃCZA

Purée z czerwonej pomarańczy **150 g**
Purée z maliny **50 g**
Pektyna żółta **5 g**
Cukier #1 **50 g**
Syrop glukozowy **20 g**
Cukier #2 **75 g**
Izomalt **55 g**
Kwasek cytrynowy **3 g**
Woda **4 g**

GANACHE ORZECHOWO-ZIOŁOWY

Pasta migdałowa 100% **140 g**
Pasta PNP **50 g**
Masło kakaowe **20 g**
Czekolada mleczna Arriba **120 g**
Czekolada Dark 81 **120 g**
Świeży rozmaryn **3 g**
Świeża szalwia **2 g**
Likier ziołowy Jägermeister **20 g**

CHRUPLA GRYPKA

Pralina Pramano **100 g**
Czekolady Gold **25 g**
Masło kakaowe **10 g**
Popcorn z kaszy gryczanej **15 g**
Prażynka **5 g**
Malina liofilizowana **5 g**

POLEWA

Czekolada ciemna
54,5%. 811 (Callebaut) **600 g**
Masło kakaowe **60 g**

DEKORACJA: prażona gryka, złoty pyłek



Mateusz Kokot

PRALINA ANANAS / CBD



KORPUS: ciemna czekolada (ICAM Regina 61)

ŻEL ANANASOWY

Purée ananasowe (Ponthier Pineapple 100%) **100 g**

Cukier, syrop glukozowy **110 g**

Syrop glukozowy **5 g**

Kwasek cytrynowy **1,4 g** (rozpuszczony 1:1 w wodzie)

Pektyna żółta **3 g**

Przygotować klasyczne pâte de fruit. Do lekko podgrzanego (45°C) purée dodać pektynę wymieszaną z 1/10 cukru. Zagotować i co kilka chwil mieszać (do końca procesu). Dodać syrop glukozowy, zagotować do pełnego rozpuszczenia. W trzech krokach dodać cukier, pilnując, żeby przed dodaniem następnej części poprzednia była całkowicie rozpuszczona. Gotować do 106°C, po czym wlać roztwór kwasu cytrynowego. Po wymieszanu od razu przelać do naczynia lub formy i zostawić do ostygnięcia. Następnie zblendować na gładki żel i nadziać korpusy do ok. 1/3 wysokości.

GANACHE CBD

Czekolada na napoju owsianym (Luker Oat MILK 43%) **200 g**

Napój owsiany **75 g**

Syrop glukozowy **50 g**

Cukier inwertowany **20 g**

Masło kakaowe **50 g**

Olej kokosowy **50 g**

Olejek CBD 20% **1 g**

Czekoladę z masłem kakaowym podgrzać do 45°C. W osobnym naczyniu, także do 45°C, podgrzać napój owsiany z syropem glukozowym, cukrem inwertowanym i olejem kokosowym. Upewnić się, czy wszystkie cukry się rozpuściły. Po uzyskaniu gładkiego płynu wymieszać z rozpuszczoną czekoladą i dodać olejek CBD. Ganache temperować ulubioną techniką. Nadziać korpusy, zostawiając 1-2 mm na zamknięcie.





Nataliia Oliinyk

Do Chaju, 3. miejsce

IV Mistrzostwa Polski na Pralinę

PRALINA WEGAŃSKA KAWA / POMARAŃCZA / COINTREAU

Śmietanka 33% **300 g**
Ziarna kawy **30 g**
Skórka pomarańczy **5 g**
Cukier inwertowany **40 g**
Sorbitol **60 g**
Dekstroza **40 g**
Gorzka czekolada Sasao Barry Extra Bitter 64% **350 g**
Mleczna czekolada Sasao Barry Papouasie 35% **200 g**
Masło 82,5% **60 g**
Likier Cointreau **40 g**

Śmietankę doprawić ziarnami kawy. Dodać skórkę pomarańczową i cukry. Roztopić ciemną i mleczną czekoladę, połączyć. Wykonać emulsję kremu z czekoladą, dodać miękkie masło i likier. Okres trwałości w każdych warunkach temperaturowych wynosi do 40 dni.





Przemysław Kopczyński

Finalista IV Mistrzostwa Polski na Pralinę

ELIKSIR MĄDROŚCI DRZEWA ŻYCIA



GANACHE

Ciemna czekolada Callebaut 811 **150 g**

Mleko kokosowe 27% **100 g**

Purée jagodowe **100 g**

Kurkuma **10 g**

Sorbitol **20,2 g**

Glukoza **12,6 g**

Syrop daktylowy **20 g**

ŻELKA JAGODOWA

Purée jagodowe **100 g**

Proszek z jagód acai **20 g**

Cukier **20 g**

Agar-agar **1 g**

CHRUPLKA

Syrop daktylowy **20 g**

Olej kokosowy **8 g**

Prażone migdały **40 g**

Ashwagandha **10 g**

Co zrobić, aby klienci wracali do twojej kawiarni NA CZEKOLADĘ?



Czy serwujesz w swojej kawiarni czekoladę, która zatrzymuje klientów na dłużej i sprawia, że wracają? W czasach gdy kawa specjality i herbata premium stały się codziennością, to właśnie rzemieślnicza czekolada do picia może być „sekretnym składnikiem” lojalności. Bogata historia, nowe trendy i ogromny potencjał biznesowy sprawiają, że nie jest to już tylko zimowy deser, ale pełnoprawny napój dla wymagających gości – serwowany przez cały rok.



Historia czekoladowego napoju pokazuje jego różnorodność i potencjał do eksperymentowania.

W kulturach Majów czy Azteków kakao ceremonialne pełniło funkcję rytualną i społeczną – przygotowywano je z roztartego ziarna kakaowca, wzbogacając przyprawami. W Europie, w wiktoriańskiej Anglii, napój czekoladowy zagościł na salonach,

stając się elementem deserów, głównie w wyższych sferach i wśród kobiet. Te historyczne przykłady pokazują, że czekolada do picia od zawsze była produktem otwartym na eksperymenty i wariacje w smaku, konsystencji czy aromacie.

Najbardziej rozpoznawalną formą pozostaje klasyczny napój wiedeński – gęsta, aromatyczna czekolada przygotowywana

na tłustym mleku lub śmietanie, często podawana z bitą śmietaną i przyprawami. Dzięki słodcy i kaloryczności tradycyjnie kojarzona jest z okresem zimowym, słodkim smakiem i produktem dla dzieci. Taka forma serwowania czekolady sprawiła również, że postrzegana jest jako zbyt słodka, nadmiernie kaloryczna, więc świadomi konsumenci wybierają ją stosunkowo rzadko.



Nurt czekolad rzemieślniczych skupiających się na jakościowym kakao, bogactwie smaków i aromatów pokazuje, jak intensywna i aromatyczna jest ta serwowana w formie napoju. Współczesne trendy dowodzą, że czekolada do picia może funkcjonować jako napój całoroczny, podawany w kawiarniach obok kawy specjality i herbaty, a nie tylko sezonowy deser. Czekolada do picia ma tę przewagę nad kawą i herbatą, że dociera do zupełnie innej grupy klientów. Sięgają po nią np. osoby wrażliwe na kofeinę, kobiety w ciąży, dzieci. To sprawia, że staje się produktem inkluzywnym – każdy znaj-

dzie w nim coś dla siebie. A im większa grupa gości ma szansę znaleźć w twojej kawiarni swoją „bezpieczną opcję”, tym większe prawdopodobieństwo, że cała rodzina czy grupa znajomych wróci właśnie do ciebie, a nie do konkurencji.

Surowiec – wysokiej jakości kakao

Klienci coraz większą uwagę zwracają na pochodzenie surowców. Czekolada do picia przygotowana na bazie rzemieślniczych

surowców dostarcza nie tylko doznań smakowych, opowiada też historię pochodzenia. To podróż w odległe, często nieznane kraje,

reklama

**BESKID
CHOCOLATE**



CZEKOLADY DO PICIA
w Twojej kawiarni oparte na
rzemieślniczych czekoladach bean to bar



ZAREJESTRUJ SIĘ W NASZYM SYSTEMIE SPRZEDAŻY HURTOWEJ I ZAMÓW DO SWOJEJ KAWIARNI
www.b2b.beskidchocolate.pl

regiony i plantacje. Zdarza się, że możemy wręcz poznać historię farmerów, którzy stoją za uprawą kakao. Oprócz pochodzenia głównego składnika czekolady – kakao, kolejne ważne aspekty to smak i zawarte w nim aromaty. Związki, które powstają podczas fermentacji, prażenia i obróbki kakao – a jest ich ponad 300, sprawiają, że czekolada ma bogate i złożone nuty. Czekolady rzemieślnicze bean-to-bar pozwalają w pełni wykorzystać ich potencjał – od wyraźnych nut owocowych w ziarnach z Madagaskaru, przez orzechowe i kwiatowe z Ameryki Środkowej, po czekolady o subtelnej słodczy i kremowej strukturze.

Sprzęt

Czekolada do picia zazwyczaj jest rozszerezeniem jesienno-zimowej oferty kawiarni. Lokale dysponują ekspresami do kawy z dyszą do spieniania mleka. Za jej pomocą można podgrzać mleko wraz z czekoladą. Niestety w tak krótkim czasie nie jesteśmy w stanie roztopić i zemulgować czekolady. Z pomocą przychodzą nam miksery do koktajli, które w kilkanaście sekund sprawiają, że podgrzane mleko wraz z czekoladą idealnie się zmieszają i stworzą aksamitną piankę. Jeżeli nie chcemy blokować dyszy do spieniania mleka, do przygotowania porcji czekolady możemy użyć spieniacza. Urządzenie to podgrzeje mleko wraz z czekoladą, a magnetyczne mieszadło idealnie spieni napój. Gdy klientów jest sporo, np. na imprezach masowych, do porcjowania czekolady możemy użyć tzw. czekoladziarki – podgrzewacza. Pamiętajmy jednak, że urządzenie to nie służy do przygotowywania czekolady na gorąco, ale do jej porcjowania. Czekoladę należy wcześniej przyrządzić i gotową przełożyć do podgrzewacza. W związku z tym, że podgrzewacz cały czas utrzymuje podwyższoną temperaturę, trzeba w miarę szybko



RECEPTURA

Odpowiednie proporcje kakao i cukru umożliwiają tworzenie napojów od bardzo gęstych i wytrawnych po delikatne warianty o subtelnym charakterze. Dzięki temu konsumenci mogą doświadczać pełnej palety aromatów i smaków w każdej filiżance, a napój staje się nie tylko deserem, lecz także produktem degustacyjnym.

SKŁADNIKI

Czekolada do picia „speciality” serwowana w manufakturze Beskid Chocolate

Czekolady gorzka 70% **40 g**

Mleko pełne 3,2%/napój roślinny/woda* **140 g**

Podgrzej mleko do ok. 80°C, dodaj czekoladę w rozdrobnionej postaci.

Blenduj do całkowitego roztopienia i uzyskania pianki.

Przelej do filiżanki.

Porcja czekolady do picia na gorąco 180 g (200-220 ml) (TABELA)

* cena netto surowców potrzebnych do przygotowania 1 porcji (200-220 ml) czekolady do picia na bazie czekolad rzemieślniczych Beskid Chocolate, w zależności od ceny mleka/napoju roślinnego/wody

Porcja czekolady do picia na gorąco 180g – 200 – 220ml

	100% kakao w proszku, niealkalizowane, 20% tłuszczu	100% czekolada /kakao ceremonialne	90% czekolada gorzka	70% czekolada gorzka	50% czekolada darkmilk	42% czekolada mleczna
Ilość czekolady /kakao	12g	20g	25g	40g	50g	60g
Mleko/woda napój roślinny	168g	160g	155g	140g	130g	120g
Ilość cukru	0	0	2,5g	12g	12,5g	22,8g
Słodzyc / intensywność	----/****	----/****	*---/****	**---/****	***-/****	****-/****
foodcost*	2,21/2,86/1,71	3,35/4,00/2,85	4,06/4,71/3,55	5,05/5,70/4,55	6,19/6,84/5,69	7,33/7,98/6,83

„sprzedać” zwartość czekoladziarki. Zbyt długie trzymanie czekolady w tym urządzeniu może doprowadzić do zepsucia produktu, jego rozwarstwienia, odparowania wody, a tym samym zmiany konsystencji napoju. Na rynku rośnie grupa świadomych konsumentów, dla których liczą się smak, czystość składu oraz brak kompromisów w jakości. Nie możemy oczekiwać, że segment czekolady do picia będzie rósł, jeśli nie zaoferujemy tej grupie klientów czegoś lepszego niż klasyczna „wiedeńska” czekolada – nowoczesnych wariantów oraz pełnej kontroli nad smakiem i aromatem. Trendy pokazują, że konsumenci poszukują napojów pitnych o wysokiej wartości odżywczej, z różnymi bazami roślinnymi, niską zawartością cukru i bogatym profilem smakowym. Właśnie takie propozycje

mogą stać się alternatywą dla tradycyjnego napoju wiedeńskiego, oferując nie tylko przyjemność, lecz także nowoczesne doświadczenie gastronomiczne.

Pomimo rosnącego zainteresowania czekoladą do picia wciąż nie zdobyła stabilnej pozycji na rynku gastronomicznym w Polsce. Zarówno w kawiarniach, jak i w segmencie zdrowotnym jest przestrzeń do wprowadzenia produktów łączących tradycję z nowoczesnością, wykorzystując właściwości odżywcze i bogactwo smakowe kakao. Odpowiednio przygotowana czekolada do picia – w wersji ciepłej, blendowanej lub na zimno – może stać się napojem codziennym, atrakcyjnym zarówno dla traditionalistów, jak i dla świadomych konsumentów, którzy oczekują jakości, różnorodności i pełnej kontroli nad smakiem. ■

CIASTO LISTKUJĄCE i CZEKOLADA

– duet na miarę
współczesnej cukierni



■ Michał Czaplicki



■ ekspert: Maciej Rosiński



Klienci oczekują nie tylko świeżego croissanta do porannej kawy, coraz częściej pytają o wariacje z nadzieniami i polewami. Wśród nich niezmiennie króluje czekolada – zarówno w klasycznej postaci pain au chocolat, jak i innych wariacjach.

Dla cukiernika ciasto listkujące to szansa na wyróżnienie się, ale i wyzwanie technologiczne. Warto przyjrzeć się, co można z niego przygotować, jakie niesie trudności,

w czym tkwi jego przewaga, a także dlaczego tak dobrze komponuje się właśnie z czekoladą.

Ciasto listkujące – z czym i jak to się je?

Najpopularniejszym przykładem wykorzystania tego rodzaju ciasta są oczywiście croissanty – klasyczne, nadziewane lub w wersji mini. Jednak wachlarz zastoso-

wań jest znacznie szerszy. Z ciasta francuskiego można przygotować:

- **cruffiny** – połączenie muffina i croissanta, które szybko podbiło Instagram,
- **palmiery** – lekkie ciasteczka w kształcie serca, idealne do kawy,
- **rollsy** z czekoladą lub cytryną,
- **tarty i tartaletki** – chrupiące spody pod kremy i owoce,
- **przekąski wytrawne** – kieszonki z serem, szpinakiem czy wędzonym łososem,
- **monoporcje** – cienkie listkujące warstwy dodają chrupkości oraz przełamują strukturę musu.

Ciasto listkujące, zwane francuskim, to jeden z tych produktów, które w ostatnich latach zrobiły w Polsce prawdziwą furorę. Jeszcze dekadę temu kojarzone głównie z podróżami, obecnie stało się elementem codziennej oferty w większości cukierni i piekarni.



Co istotne, ciasto listkujące świetnie sprawdza się w ofercie codziennej: od śniadaniowej po popołudniową. Klienci chętnie kupują je nie tylko w cukierniach, ale też w kawiarniach czy hotelach. To produkt, który naturalnie łączy świat piekarni i cukierni.

Czy ciasto listkujące to trudny produkt?

Odpowiedź brzmi: tak i nie. Z jednej strony proces przygotowania nie jest skomplikowany – polega na laminacji, czyli wielokrotnym przekładaniu ciasta i masła. Standardowo stosuje się ok. **25-30% masła względem mąki**. Najlepsze masła do laminacji zawierają ok. **82% tłuszczu i mają niższą zawartość wody**, co poprawia warstwowanie.

Z drugiej strony ciasto listkujące wymaga dużej dyscypliny technologicznej i nakładu pracy rąk. W innym przypadku – specjalistycznego sprzętu.

Najczęstsze trudności:

- ➔ Temperatura – zarówno ciasta, jak i otoczenia. Zbyt ciepło = masło wypływa, warstwy sklejają się i zamiast lekkiego croissanta powstaje płaski wypiek.
- ➔ Czas pracy – ciasto wymaga przerw i odpoczynku w chłodzie. Skrócenie procesu oznacza utratę jakości.
- ➔ Masło i mąka – nie każde masło nadaje się do laminacji, potrzebny jest surowiec o odpowiedniej plastyczności. Podobnie z mąką – musi utrzymywać strukturę. Uwaga! Na rynku dostępne są także specjalistyczne margaryny oraz dedykowane płyty tłuszczowe stworzone z myślą o ciastach listkujących, które charakteryzują się odpowiednią plastycznością i temperaturą topnienia, co przekłada się na doskonały efekt końcowy.

Na pierwszy rzut oka brzmi to jak wyzwanie dla mistrzów, ale praktyka pokazuje, że każdy rzemieślnik, który zrozumie zasady i zapewni odpowiednie warunki, może nauczyć się tej technologii. To nie magia, lecz proces o jasno określonych zasadach.

Zalety ciasta listkującego

Dlaczego warto inwestować czas i sprzęt w ten typ wypieków?

Okiem eksperta



Jacek Zięba
Bunge Polska

TŁUSZCZ – kluczowy element ciasta listkującego

Wybór odpowiedniego tłuszczu do laminacji jest absolutnie fundamentalny. To właśnie precyzyjne wałkowanie ciasta i jego wielokrotne składanie z warstwami specjalistycznej margaryny typu Puff Pastry tworzą tę charakterystyczną, delikatną strukturę. Dzięki margarynom przeznaczonym do ciast listkujących, o ściśle określonej plastyczności i temperaturze topnienia, możemy uzyskać idealne rozdzielanie warstw – podkreśla Jacek Zięba technolog w firmie Bunge Polska – To właśnie one gwarantują ten upragniony efekt – chrupkość na zewnątrz, miękkość w środku i wyraźnie widoczne listki, które są jego kwintesencją.

Laminacja nadaje wypiekowi niepowtarzalną kruchość i lekkość, czyniąc go prawdziwym arcydziełem cukierniczym, które zachwyca strukturą i smakiem. Przykładem jak istotny jest ten proces, może być Rogal Świętomarciński – dodaje Jacek Zięba – Doskonale rozumiemy wagę każdego detalu w procesie przygotowaniu perfekcyjnego rogalu i dlatego na rynku dostępne są nasze produkty dedykowane do ciast listkujących Maestra Puff Pastry NH MB oraz Maestra Puff Pastry Delicate z esencją masła. Kluczem do jego niepowtarzalności, jest mistrzowsko przygotowane ciasto, ale również znakomite nadzienie z białego maku.



1. Efekt wizualny – nic tak nie przyciąga uwagi jak złocisty croissant z wyraźnymi warstwami. Taki produkt „sprzedaje się oczami”.
2. Uniwersalność – sprawdza się w wersjach słodkich i wytrawnych. W jednej pracowni można przygotować rogaliki z nadzieniem malinowym oraz kieszonki z fetą i szpinakiem.
3. Trendy i możliwości – klienci kojarzą wypieki francuskie ze światowymi trendami. Obecność croissanta czy cruffina w witrynie świadczy o tym, że cukiernia idzie z duchem czasu. Takie produkty świetnie nadają się do upsellingu w kawiarniach (np. croissant + kawa w zestawie).
4. Marżowość – to produkty premium pozwalające uzyskać wyższą cenę detaliczną. Klient wie, że płaci za coś więcej niż zwykłą drożdżówkę.

Dlaczego warto wprowadzić do oferty?

Po pierwsze – konsument oczekuje nowości. Piekarnie i cukiernie, które zatrzymały się na klasycznych pączkach i drożdżówkach, szybko tracą atrakcyjność. Ciasto listkujące pozwala podążać za trendami i wyróżnić się. Po drugie – to inwestycja w rozwój zespołu. Na-

uka laminacji uczy precyzji, cierpliwości i technologicznego podejścia. Dla młodych pracowników to świetna szkoła rzemiosła. Po trzecie – to produkt medialny. Rogale, cruffiny czy palmiery świetnie wyglądają na zdjęciach. W dobie social mediów atrakcyjność wizualna jest niemal tak samo ważna jak smak.

Ciasto listkujące i czekolada – duet idealny

Ciasto francuskie i czekolada to połączenie naturalne – maślana, lekko słona baza i słodycz czekolady tworzą duet, który zawsze znajdzie amatorów.

Najpopularniejsze rozwiązania

- Croissant z ganache’em – klasyk w wielu odmianach: malina + biała czekolada, orzech laskowy + mleczna, kawa + ciemna.
- Rollsy z pałeczką termostabilnej czekolady – proste i efektowne.
- Ciasta warstwowe – listkujące blaty przełożone czekoladowym kremem pâtissier.
- Monoporcje – ciasto francuskie jako chrupka baza musów czekoladowych.

Na co zwrócić uwagę?

- Biała czekolada łączy się z owocami i orzechami – daje niemal nieograniczone możliwości.
- Mleczna świetnie współgra z kawą, karmelem i orzechami.
- Ciemna jest bardziej wymagająca – dobrze smakuje z wiśnią czy porzeczką, ale źle znosi marakuję (nadmiar kwasowości).

Trudności technologiczne

- Do wypieków konieczne są czekolady termostabilne – zwykła tabliczka się rozpułynie.
- Nadzienia kremowe należy dodawać po wypieku i wystudzeniu.
- Trzeba uważać na balans – ciasto francuskie jest ciężkie i maślane, dlatego nadzienie nie może dodatkowo „przytłaczać”. Świetnie sprawdzają się akcenty owocowe (malina, limonka), które odświeżają smak.

Ciasto listkujące to produkt wymagający technologicznie, ale jednocześnie otwierający ogromne możliwości. Jego popularność nie jest przypadkiem – łączy w sobie efektowność, uniwersalność i potencjał biznesowy.

■ [receptura →](#)



RECEPTURA

ROGAŁ ŚWIĘTOMARCIŃSKI



FOT. WWW.POLONIST.COM

TECHNIKA WYKONANIA

CIASTO DO ROGALA ŚWIĘTOMARCIŃSKIEGO

Do produkcji rogała świętomarcińskiego używa się ciasta drożdżowego półfrancuskiego. Jest to ciasto drożdżowe, które po wyrośnięciu i chłodzeniu wałkuje się z margaryną, dzięki czemu powstaje ciasto półfrancuskie, które w trakcie wypieku staje się delikatne, z charakterystycznym listkowaniem. Zgodnie z recepturą, nazywaną „trzy razy trzy”, na 2/3 ciasta nakłada się warstwę margaryny i składa się je „na trzy” tak, że powstają trzy warstwy ciasta przełożone dwoma warstwami tłuszczu. następnie rozwałkowuje się je i ponownie składa jeszcze dwa razy „na trzy” lub jeden raz „na cztery”. W ten sposób zyskujemy charakterystyczne dla ciasta półfrancuskiego uwarstwienie.

NADZIENIE

Nadzienienie rogała wyrabiane jest przede wszystkim z białego maku, do którego dodawane są: cukier, okruszki ciasta biszkoptowego, masa jajowa, margaryna, rodzynki, orzechy owoce w syropie lub kandyzowane (czereśnia, gruszka, skórka pomarańczowa) oraz aromat migdałowy.

WYKOŃCZENIE

Rogal świętomarciński jest posmarowany pomadą i posypyany rozdrobnionymi orzechami. Ma kształt półksiężyca, a w przekroju jest owalny. Masa rogała waży od 200 do 250 g. Rogal wpisuje się w kwadrat o boku ok. 14 cm, jego wysokość w najgrubszym miejscu wynosi około 7 cm, a szerokość około 10 cm. Powierzchnia skórki ma barwę od ciemnożółtej do jasnobrązowej.

Do dekoracji używa się białej pomady z posypką. Ciasto ma barwę kremową, a nadzienie jest beżowe (od jasnego do ciemnobieżowego). Wypieczone ciasto jest elastyczne w dotyku, listkujące, na przekroju porowate z widocznymi warstwami. Bliżej środka zwoje przełożone są masą makową. W środku rogal wypełniony jest masą makową w odczuciu wilgotną. Smak i zapach są charakterystyczne dla wyrobu, pochodzą od zawartych w nim surowców – ciasta drożdżowego i masy makowej – słodkie i zarazem lekko migdałowe.

CIASTO

Ciasto drożdżowe **10 kg**Margaryna do wałkowania **2 kg**

NADZIENIE

Mak biały **3 kg**Okruszyki cukiernicze **2 kg**Cukier **3 kg**Margaryna **0,5 kg**Orzechy **0,5 kg**Rodzynki **0,5 kg**

Owoce w syropie

lub kandyzowane **0,5 kg**Masa jajowa **1,5 kg**

Aromat migdałowy do smaku

WYKOŃCZENIE

Pomada **1,5 kg**Orzechy **0,5 kg**



■ Natalia Aurora Urbanek



VIRALOWE TABLICZKI, czyli czego pragną łasuchy...

Mleczna, gorzka, biała, a może... po prostu dubajska? Współczesny rynek słodczy pokazuje, że odpowiedź na pytanie o ulubioną czekoladę nie jest tak oczywista jak kiedyś. Konsumenci szukają nie tylko smaku, lecz także emocji, doświadczenia i produktu, który wpisze się w ich styl życia – od potrzeby oszczędzania, przez dbałość o zdrowie, aż po chęć bycia częścią najnowszych trendów.

Mały format – wielki trend

Rosnące koszty życia i zmieniające się nawyki sprawiają, że małe porcje czekolady – minitabliczki, drażetki czy zestawy degustacyjne – cieszą się rekordowym zainteresowaniem. Aż 72% konsumentów

w 2024 roku obawiało się wzrostu cen żywności, a niemal połowa planowała oszczędzać (Euromonitor). Miniprodukty pozwalają więc pogodzić potrzebę przyjemności z kontrolą wydatków i kalorii.

Dlaczego właśnie wersje „mini” zdobywają serca konsumentów? Dzieje się tak z kilku powodów. Po pierwsze, mają wymiar emocjonalny – mały kawałek czekolady

traktowany jest jako nagroda bez wyrzutów sumienia. Po drugie, odpowiadają na potrzeby ekonomiczne, bo mniejsze opakowania obniżają próg wejścia w segment premium, a paczki zbiorcze okazują się bardziej opłacalne. Po trzecie, świetnie wpisują się w codzienne rytuały: małe czekoladki to drobne prezenty i sposób na dzielenie się. Wreszcie, ich sezonowe edycje – np. świą-



Czekolada dubajska zyskuje nowe oblicza. Na zdjęciu wersja z mango i rokitnikiem stworzona przez Sylwię Halamę (Capuccino Cafe)



Czekolada jako element zestawu prezentowego lub podziękowania. Tabliczka Alicji Lopes z Choco Malina



Konsumenci oczekują efektu wow i wywołania silnych emocji. Z pewnością tego dostarczy tabliczka "pomidorówka" marki Beskid Chocolate

teczone – utrzymują popyt nawet w trudniejszych gospodarczo czasach. Nic dziwnego, że segment bite-sized chocolate rośnie dziś szybciej niż tradycyjne formy.

Europejski konsument: przyjemność, zdrowie i etyka

Na europejskim rynku czekolada pozostaje przede wszystkim synonimem przyjemności – według danych Innova Market Insights aż 41% konsumentów sięga po nią po to, by się rozpieszczać. Równocześnie rośnie znaczenie świadomych wyborów. Coraz więcej kupujących chce znać źródło pochodzenia kakao i oczekuje, że marki będą podkreślać swoje działania w obszarze zrównoważonej produkcji.

Ważną staje się także czysta etykieta – naturalne składniki, brak konserwantów, certyfikaty bio czy oznaczenia bezglutenowe. Popyt napędza też funkcjonalność: coraz chętniej wybierane są czekolady bez dodatku cukru, wzbogacone o białko, błonnik, probiotyki czy adaptogeny. Równolegle rozwija się trend premiumizacji – konsumenci kupują rzadziej, ale chętniej sięgają po produkty o wyjątkowych smakach. Popularnością cieszą się pistacje, knafeh, imbir, a także odważne nuty kwiatowe, pikantne czy inspirowane alkoholami.

Viralowe tabliczki – czekolada jako dzieło sztuki

Jeszcze niedawno tabliczka czekolady była zwykłym produktem z supermarketu. Dziś to bohater mediów społecznościowych – hashtag #chocolatebar ma już ponad 2,4 miliarda

wyświetleń na TikToku. Efektowny wygląd stał się niemal równie ważny jak smak, a cukiernicy i manufaktury rzemieślnicze prześcigają się w tworzeniu tabliczek, które zachwycają zarówno podniebienie, jak i oko. Pojawiają się warianty dekorowane liofilizowanymi owocami i pistacjami, inspirowane deserami, takimi jak tiramisu czy sernik malinowy, a także odważniejsze kompozycje – z lawendą, chili, matchą czy czekoladą ruby.

Dubaj nadal smakuje

Trend dubajskiej czekolady, który narodził się w Zjednoczonych Emiratach Arabskich, wciąż jest jednym z najmocniejszych. Tabliczka z kremem pistacjowym, tahini i chrupiącym kadayifem stała się virem, a jej popularność nie słabnie. Wręcz przeciwnie – ewoluuje w stronę nowych wariantów smakowych: pojawiają się wersje



z ciemną czekoladą 70%, warianty białe czy edycje wzbogacone przyprawami. Oryginał z Dubaju pozostaje trudno dostępny, co tylko zwiększa jego pożądanie, ale na rynku szybko mnożą się interpretacje – od luksusowych reedycji po tańsze podróbki. Na fali popularności viralowych tabliczek wyrastają też inne hity. Niestety te z serii Labuchoc nie mają nic wspólnego z czekoladą i stanowią przykład złej praktyki marketingowej. Wskazują jednak pewien kierunek, mianowicie inspirowanie się nie tylko smakami, ale konkretnymi bohaterami popularnymi wśród młodego pokolenia. Wersje z ciasteczkiem Lotus wpisują się w modę na chrupiące, karmelowe nuty i słodczyce przywołujące smaki dzieciństwa. Duże zainteresowanie budzi także tzw. tabliczka „anielska” – z dodatkiem pismaniye, czyli tureckiej waty cukrowej w formie cienkich nitek. Jej lekka, włóknista struktura daje nie tylko ciekawy kontrast w smaku, lecz również wyjątkowy efekt wizualny. Tzw. instagramowe tabliczki z marszu stają się lepszym wyborem dla konsumenta, zwłaszcza tego z młodszych generacji. Wszystkie te odmiany łączy jedno: czekolada przestaje być zwykłym produktem, a staje się doświadczeniem. Konsumenci kupują ją nie tylko po to, by zaspokoić apetyt na coś słodkiego, ale również, by podzielić się chwilą przyjemności – i atrakcyjnym zdjęciem – w social mediach.

Nowa ekonomia czekolady: mniej, ale lepiej

Wysokie ceny żywności zmieniają przyzwyczajenia zakupowe. Klienci coraz rzadziej sięgają po tanie, codzienne słodczyce, które dotyka zjawisko shrinkflacji, zamiast tego wolą wybrać coś bardziej luksusowego. W segmencie premium czekolada staje się małą nagrodą, swoistym rytuałem, a nie masowym produktem. Konsumenci są gotowi wydać więcej, jeśli w zamian dostaną pełnię doznań – bogaty smak, jakość i atrakcyjną formę. Maleje natomiast tolerancja dla produktów, których ceny rosną, a gramatura się kurczy.

Dokąd zmierza czekolada

Przyszłość rynku pokazuje jasno: warto inwestować w małe i sezonowe edycje,

które dają poczucie wyjątkowości oraz odpowiadają na codzienne potrzeby. Niezbędne staje się też budowanie opowieści wokół jakości i odpowiedzialności – guilt-free consumption, czysta etykieta oraz etyczne źródła to mocne argumenty sprzedażowe. Marki powinny umiejętnie łączyć ekonomię z luksusem: oferować zarówno paczki zbiorcze do codziennej konsumpcji,

jak i małe, eleganckie opakowania w wersji prezentowej. Warto eksperymentować ze smakami, najlepiej w małym formacie – to tani i bezpieczny sposób na testowanie innowacji. Kluczowe jest jednak jedno: czekolada musi nie tylko dobrze smakować, ale i doskonale wyglądać, bo to właśnie estetyka napędza jej popularność w social mediach. ■

CO NA RYNKU CZEKOLADY SPRZEDAJE SIĘ NAJLEPIEJ?

Okazuje się, że wciąż prym wiodą czekolady mleczne i premium, ale także te z krótkim składem i oryginalnymi dodatkami. Klienci szukają nowości, emocji oraz wyjątkowych historii, a cena – choć istotna w segmencie masowym – w przypadku niszowych produktów schodzi na dalszy plan.



■ **Krzysztof Dymny,**
Muzeum
Czekolady
Poznań

UNIKATOWOŚĆ I TRENDY

Największą sprzedaż wciąż notują czekolady mleczne, ale wyraźnie rośnie zainteresowanie tabliczkami gorzkimi. Klienci coraz częściej szukają krótkiego składu i oryginalnych dodatków, których nie znajdują w sieciowych sklepach. Hitem są owoce liofilizowane, nietypowe smaki, jak matcha, papryka, czy edycje sezonowe.

W naszej działalności cena nie gra pierwszej roli – produkty są niszowe, więc klienci traktują je raczej jako doświadczenie premium. Zupełnie inaczej działa to w dużych koncernach, gdzie konsumenci potrafią bardzo mocno reagować na różnice cenowe.

Kupujący zwracają uwagę na wygląd, skład i świeżość. Wprowadzając nowości, staram się iść krok dalej niż trend – tworzę smaki, które nie mają odpowiedników: czekoladki o smaku rogała marcińskiego, musztardowo-pistacjowe czy pomelo w czekoladzie. Nie boję się eksperymentów – jesienią 2024 r. wprowadziliśmy np. „dubajski baton”. W mojej ocenie kluczem do sukcesu są jakość, kreatywność i ciągły rozwój.

Na rynku widać jednak inną tendencję: duże firmy oszczędzają, zmniejszając gramatury i oferując tzw. wyroby kakaowe, przypominające dawne „czekoladopodobne”. To wyraźny podział – z jednej strony pozostaną drogie, dobre czekolady, a z drugiej tanie wyroby cukiernicze. Karob nie wydaje się atrakcyjny dla koncernów. ■



■ **Tomasz Dudek**
dyrektor
operacyjny
w Sweet Decor

PRODUKTY PREMIUM

Rynek czekolady obserwuję od kilkunastu lat i widzę, jak bardzo się zmienił. Dziś klienci – zwłaszcza właściciele cukierni i pracowni – stawiają na marki premium i jakość. Polska mocno się rozwinęła i naprawdę nie mamy się czego wstydzić. Dla tych, którzy chcą zacząć swoją przygodę z czekoladą stworzyliśmy mniejsze opakowania czekolad, które mają konkurencyjną cenę, a zachowują doskonałą jakość: mleczną, białą i deserową. To alternatywa dla mniejszych pracowni i pasjonatów, którzy do tej pory kupowali czekoladę w marketach. Chcieliśmy dać im produkt wysokiej jakości, ale w konkurencyjnej cenie – i to się sprawdziło. Sprzedaż w naszym sklepie znacząco wzrosła.



Krzysztof Stypułkowski
właściciel
Manufaktury
Czekolady

UŚMIECH I DOBRE EMOCJE

Ludzie często rozmawiają o złocie czy bitcoinie, ale dziś to kakao bije wszelkie rekordy cenowe. Surowiec, który jeszcze 3 lata temu wydawał się stabilny, stał się droższy niż ktokolwiek mógł przewidzieć. Gdybyśmy wtedy wiedzieli, jak bardzo w górę pójść ceny, pewnie każdy producent zabezpieczyłby się, robiąc ogromne zapasy. Tym bardziej, że kakao i masło kakaowe można przechowywać długo. Paleta masła kakaowego kosztowała kiedyś 28-32 tys. zł, dziś płacimy 90 tys., a niedawno było to nawet 125 tys. zł. To więcej niż za paletę telewizorów! Nie tylko surowce podrożały. Praktycznie podwoiła się cena pracy, mocno wzrosły też koszty energii. Jak sobie z tym radzić?

Szukając nisz i innowacyjnych rozwiązań. Często realizujemy zlecenia na unikatowe receptury jako podwykonawcy, wspierający innych rzemieślników z sektora spożywczego i nie tylko. Jako manufaktura możemy pozwolić sobie na tworzenie niewielkich partii dedykowanych małej grupie odbiorców. Tak stworzyliśmy, np. czekoladę z mlekiem wielbłądzim, pomagając producentowi tego mleka w przekonaniu klientów do spróbowania czegoś nowego. Dużym zainteresowaniem wciąż cieszą się czekolady bez mleka czy cukru, a także tabliczki 100%. Co ciekawe, w Skandynawii podaje się je dzieciom jako produkt wspierający ochronę zębów przed próchnicą. Wysokoprocentowa czekolada jest też coraz bardziej doceniana w Polsce za swoje prozdrowotne właściwości.

Jednym z naszych projektów był Las Vegans – koncept, który miał opierać się na trzech filarach: weganizmie (bo brakowało wówczas smacznych, mlecznych, wegańskich czekolad), ekologii (opakowania w pełni biodegradowalne) oraz certyfikacji bio. Z perspektywy czasu widać, że rynek nie przyjął tego tak, jak zakładaliśmy. Wegan wcale nie jest tak wielu, choć są bardzo aktywni i głośni – to oni dominowali rozmowy na targach i w dyskusjach. Niestety statystyki sprzedaży pokazały, że realny popyt był ograniczony. Być może także dlatego, że projekt zbiegł się w czasie z trudnymi wydarzeniami, jak pandemia czy wojna.

Czego zatem szukają konsumenci? Przede wszystkim chcą być zaskakiwani. Kupują nie tylko czekoladę, ale też uśmiech i dobre emocje. Pięknie wykonana, wysokiej jakości tabliczka może być droga, ale wciąż pozostaje relatywnie tanim prezentem, zwłaszcza jeśli niesie ze sobą historię – o wyjątkowym ziarnie, o limitowanej edycji, artystycznym opakowaniu. Co ciekawe, to także doskonały prezent dla mężczyzny. Idąc tym tropem, stworzyliśmy markę czekoladowych narzędzi. Ten pomysł, początkowo zaskakujący, okazał się hitem – do dziś nasze narzędzia cieszą się popularnością, a przez lata były jednym z topowych produktów eksportowych, trafiając m.in. do Włoch, Kanady czy Japonii. I znów – kluczem okazały się emocje i efekt „wow”, kiedy ktoś brał do ręki młotek czy klucz wykonany z czekolady.

Nasze czekolady oczywiście podrożały wraz ze wzrostem cen kakao, ale nie tak bardzo, jak powinny. Zadziałał tu zwykły lęk o utratę klientów. Jako producenci bean-to-bar jesteśmy w gorszej pozycji niż ci, którzy bazują na gotowej czekoladzie od dużych pośredników – oni potrafią ochronić swoich klientów w kryzysie. Dlatego coraz poważniej myślimy o nawiązaniu stałej współpracy z dużym podmiotem, dla którego moglibyśmy produkować czekoladę pod jego marką. ■

Najlepiej sprzedaje się czekolada mleczna, ale coraz większym zainteresowaniem cieszy się też ruby. Konsumenci doceniają, że jej kolor jest naturalny, a nie uzyskany barwnikiem. To właśnie nowość – coś, co zaskakuje – napędzają sprzedaż. Ruby doskonale wpisuje się w ten trend. Widzimy także powrót mody na styl „dubajski”, czyli łączenie czekolady z pistacją – i to zarówno w tabliczkach, jak i w cukiernictwie. Dodam też, że sytuacja cenowa się uspokaja – od początku roku kakao potaniało o około 30%. Czekolada też będzie tanieć, co na pewno odczuje rynek. ■



carotex

A TURPAZ COMPANY

PollenAroma i Carotex
łączą wiedzę, doświadczenie
i zaplecze technologiczne,
oferując wyjątkowe aromaty
spożywcze cenione przez
profesjonalistów



Doskonałe aromaty
oraz aromaty barwiące
dla mistrzów cukiernictwa



www.carosmak.pl

winterhalter®

Bez kompromisów - higiena w piekarniach bezglutenowych



Produkcja pieczywa i słodkości bez glutenu wymaga perfekcji. Klienci sięgający po takie produkty kierują się nie tylko smakiem, ale przede wszystkim bezpieczeństwem, bo nawet śladowa ilość glutenu (poniżej 20 ppm) może wywołać u nich poważne dolegliwości zdrowotne. To ogromna odpowiedzialność, którą biorą na siebie właściciele piekarni i cukierni.



Profesjonalne organizacje, takie jak Polskie Stowarzyszenie Osób z Celiakią i na Diecie Bezglutenowej, zalecają takim zakładom stosowanie najwyższych standardów higieny i oddzielnych procedur produkcyjnych.

Oddzielić to, co glutenowe

Gluten bywa określany mianem „wszędobylskiego”. Wystarczy spojrzeć na unoszącą się w tradycyjnej piekarni mąkę, by zrozumieć, jak łatwo o zanieczyszczenia krzyżowe. Dlatego prowa-

dzenie osobnych zakładów lub przynajmniej wydzielonych stref z własnymi piecami, narzędziami oraz naczyniami staje się standardem. To wymagająca inwestycja, ale też jedyna droga, by zagwarantować pełne bezpieczeństwo konsumentom.

Zmywanie - codzienna bariera ochronna

Choć najczęściej myślimy o higienie w kontekście czystych blatów czy sterylnych opakowań, kluczowe znaczenie ma także mycie form, blach i przyrządów. To właśnie na nich mogą pozostać dro-

biny glutenu, niewidoczne gołym okiem, a mimo to niebezpieczne dla osób z celiakią. W praktyce brak widocznych śladów nie oznacza pełnego bezpieczeństwa. Resztki mąki mogą osadzać się w mikroszczelinach naczyń czy na powierzchniach, które wyglądają na czyste. Nawet najbardziej sumienne ręczne mycie nie daje stuprocentowej pewności, że zostały całkowicie usunięte. Dlatego piekarnie i cukiernie stawiające na bezglutenową produkcję muszą działać tak, jakby każda cząsteczka stanowiła zagrożenie. Profesjonalne zmywarki gastronomiczne, pracujące w wysokich temperaturach i z użyciem odpowiednich detergentów, pozwalają przejąć kontrolę nad tym procesem. Każdy cykl mycia przebiega według identycznych parametrów, co eliminuje ryzyko niedokładności i gwarantuje powtarzalny efekt: naczynia są naprawdę wolne od zanieczyszczeń i gotowe do bezpiecznego ponownego użycia.

Technologia wspierająca odpowiedzialność

W piekarniach i cukierniach coraz częściej pojawiają się urządzenia marki Winterhalter, od lat uznawane za sprzęt premium w branży, cenione zarówno za skuteczność, jak i innowacyjność. Profesjonalne programy mycia dopasowane do rodzaju zabrudzeń czy system Connected Wash, umożliwiający pełną kontrolę nad procesem, sprawiają, że właściciele mogą działać bez kompromisów i z pełnym poczuciem bezpieczeństwa.

Co istotne, korzystanie z rozwiązań klasy premium wcale nie musi oznaczać konieczności ponoszenia wysokich nakładów początkowych. Winterhalter, jako pierwsza firma w Polsce, wprowadził model długoterminowego wynajmu zmywarek, który całkowicie zmienił zasady gry. Dzięki temu dostęp do najnowocześniejszych urządzeń stał się realną opcją nie tylko dla dużych zakładów, ale także dla mniejszych, rodzinnych piekarni czy cukierni. Stała, przewidywalna rata obejmuje nie tylko urządzenie, ale również pełną obsługę serwisową, co daje poczucie bezpieczeństwa i stabilności finansowej. W efekcie sprzęt klasy premium przestał być dobrem zarezerwowanym dla nielicznych, to rozwiązanie ogólnodostępne, które wspiera codzienność i rozwój całej branży.

Reputacja ważniejsza niż wszystko

W dobie rosnącej świadomości konsumentów zaufanie staje się najcenniejszym kapitałem. Klient bezglutenowy, który raz się za wiedzie, nie wróci. Dlatego inwestycja w niezawodne technologie higieniczne oznacza nie tylko spełnienie wymogów sanepidu czy norm, to fundament budowania lojalności i spokoju klientów. W piekarni bezglutenowej każdy szczegół ma znaczenie, a profesjonalna zmywarka nie jest luksusem, lecz gwarancją bezpieczeństwa. To właśnie pewność, że w higienie nie ma miejsca na błędy, buduje siłę marki na lata. ■



BARRY CALLEBAUT ŚWIĘTUJE JUBILEUSZE

Barry Callebaut to największy na świecie producent czekolady w modelu B2B z ponad 175-letnim dziedzictwem, obecny w 147 krajach i zatrudniający ponad 13 tysięcy osób. Naszą misją jest tworzenie wyjątkowych doświadczeń czekoladowych i szczęśliwych chwil dla konsumentów na całym świecie.



30 LAT FABRYKI W ŁODZI

Łódzka fabryka Barry Callebaut to jedno z kluczowych miejsc na mapie produkcyjnej grupy. Zakład rozpoczął działalność w 1995 roku, zatem już od trzech dekad dostarcza czekoladę do setek klientów w Europie i na świecie. Zaczęło się od jednej linii produkującej mleczną i ciemną czekoladę. W ciągu pierwszej dekady zbudowano 4 linie do produkcji czekolad płynnych i 2 do produkcji czekolady w formie zestalonej. W tym samym czasie powstała Akademia Czekolady.

Obecnie zakład zajmuje 13,2 ha, pracuje w nim około 200 osób, a jego moce produkcyjne pozwalają na obsługę około 300 klientów: od światowych liderów do małych lokalnych firm z Europy. Powstają tu różne rodzaje czekolady – mleczna, biała i ciemna oraz polewy i wyroby zestalone. Przy ulicy Nowy Józefów w Łodzi unosi się słodki zapach czekolady.

W 2025 roku świętujemy następny kamień milowy – uruchomienie kolejnej linii produkcyjnej, która pozwoli jeszcze lepiej odpowiadać na zapotrzebowanie z rynku.

Łącznie z nią fabryka będzie miała już 12 linii produkcyjnych, a na tym nie koniec.

10 LAT CENTRUM GLOBALNYCH USŁUG BIZNESOWYCH W ŁODZI

Centrum Globalnych Usług Biznesowych (Global Business Services, GBS) Barry Callebaut rozpoczęło działalność w Łodzi w 2015 roku. Początkowo zatrudniało 60 osób, dziś to już blisko 700 pracowników reprezentujących 25 narodowości i pracujących w 7 językach. To najwięk-





To przestrzeń współtworzenia – razem z klientami poszukujemy innowacyjnych rozwiązań, które trafiają na rynek. To prawdziwa kolebka inspiracji, w której zespół profesjonalistów z różnych działów Barry Callebaut z pełnym zaangażowaniem dzieli się wiedzą, pomysłami i praktycznym doświadczeniem, wspierając klientów na każdym kroku w rozwoju ich biznesu.

PODSUMOWANIE

Barry Callebaut – największy na świecie producent czekolady B2B, ponad 175 lat tradycji, obecny w ponad 145 krajach, posiadający ponad 60 fabryk. Zatrudnia około 13 000 pracowników.

Fabryka w Łodzi – działa od 1995 r., jest jedną z największych fabryk Barry Callebaut, w 2025 r. uruchomiła 10. linię produkcyjną czekolady płynnej.

Centrum Globalnych Usług Biznesowych (Global Business Services, GBS) – obecne w Łodzi od 2015 r., zatrudnia blisko 700 osób z 25 narodowości, wspiera globalne procesy m.in. w finansach, łańcuchu dostaw i obsłudze klienta.

Dział Innowacji dla Klientów i Wsparcia Technicznego (Customer Innovation & Technical Services) – jedno z kluczowych centrów, nowoczesne laboratoria i Akademia Czekolady, kolebka współpracy z klientami.

Dział Współpracy z Klientem nad Rozwojem Biznesu (Customer Business Development) – niestrudzenie wraz ze wszystkimi działami w Barry Callebaut poszukuje pomysłów na rozwój biznesu klientów. Barry Callebaut w Łodzi – 30 lat historii w Polsce, w tym 10 lat GBS, 12 linii produkcyjnych włącznie z nowo otwieraną, inwestycja w pracowników i innowacje. ■

sze centrum tego typu w grupie i serce globalnych operacji – odpowiada m.in. za finanse, łańcuch dostaw, obsługę klienta, procesy cyfrowe, zakupy i zasoby ludzkie. To także przykład udanej współpracy biznesu i samorządu. Dzięki wspólnej wyrównaj rozwoju inwestycja sprzed dekady stała się jednym z kluczowych punktów Barry Callebaut na świecie, a dla Łodzi – źródłem setek miejsc pracy, promocji miasta i wsparcia lokalnych inicjatyw. Zarówno Dział Innowacji i Wsparcia Technicznego dla Klientów (Customer Inno-

vation & Technical Services), jak i Dział Współpracy z Klientem nad Rozwojem Biznesu (Customer Business Development) z pełnym zaangażowaniem wspierają rozwój biznesu klientów na każdym etapie współpracy. Dział Innowacji i Wsparcia Technicznego dla Klientów w Łodzi to jedno z kluczowych centrów badawczo-rozwojowych Barry Callebaut. Nasze nowoczesne laboratoria pilotażowe, aplikacyjne oraz Akademia Czekolady umożliwiają tworzenie produktów idealnie dopasowanych do potrzeb klientów i zmieniających się trendów.





EXPO XXI

17 EDYCJA
.....

Warszawa, ul. Prądzyńskiego 14/16

22 - 25
LUTEGO
2026

NAJSŁODSZE
TARGI W POLSCE

EXPO
SWEET
2026

www.exposweet.pl