

vlastovka

Časopis pro partnery a zaměstnance společnosti Lesaffre Česko, a.s.



**25,2 % lidí je
ochotno si za BIO
pečivo připlatit**

Unikátní výzkum... / strana 22

**Sponzorujeme dětské centrum
A jezdíme na kole... / strana 4**

**Jak se žije pekařům v Čechách
a na Moravě?
Zeptali jsme se jich... / strana 9**



Tekuté droždí ze spolehlivého zdroje



• PRAKTICKÉ

Je konec s neustálým otevíráním chladicího boxu! Dávkoč chlazeného tekutého droždí Kastalia umístěný hned vedle hnětacího zařízení zůstává kdykoliv po ruce a v pohotovosti. Díky jeho systému doplňování je navíc manipulace s droždím snížena na minimum.

• BEZPEČNÉ

Systém chlazení nepřetržitě kontroluje teplotu.
Nový a hygieničtější způsob dávkování zabraňuje rozptýlení droždí po pekárně.
Systém chlazení zaručuje lepší možnost skladování droždí,
garantuje jeho čerstvost a optimální kvalitu.

• EFEKTIVNÍ

Přesný systém dávkování.
Kromě přesnějšího dávkování má tekuté droždí také tu výhodu,
že se lépe vmísí a zapracuje do těsta, čímž optimalizuje průběh kynutí.

Právě k Vám přiletěla první Vlaštovka!

Ne, ještě není jaro, na to si budeme muset trochu počkat. Ale právě čekání na lepší počasí si můžete zkrátit, pokud se trochu začtete do následujících stránek. To, co právě držíte v ruce, je totiž první číslo časopisu Vlaštovka. Skupina podniků Lesaffre má vlaštovku ve svém logu, tak proto to jméno... Proč vlastně vydávat vlastní firemní časopis?

Odpověď je jednoduchá: Když se chlubíme, že jsme „partner pekařů“, udělejme tedy něco pro pekaře. Něco, co je bude inspirovat a také bavit. Tak proč ne právě časopis, který nebude jenom sbírkou reklamních hesel a vytahování se, že právě my jsme ti nej nej nej, ale místo toho přinese zajímavé informace z pekařského světa, a navíc snad i pobaví.

Po půlroční práci na prvním čísle jsme nyní mírně nervózní. Bude to úspěch, nebo propadák? Snažili jsme se vytvořit časopis, který budete rádi číst. Posuďte sami.

V tomto čísle Vám mimo jiné představíme dvě české pekárny formou rozhovorů s jejich majiteli. Nechali nás nahlédnout do zákulisí svých pekáren, kde se vyrábí všechno to výborné pečivo, které denně jíme.

Také se podíváme na soutěže – ty seriózní, i ty jen tak pro zábavu. Pekaři soutěžili nejen v pečení, ale také na horských kolech. A naši zaměstnanci a jejich děti absolvovali během sportovního odpoledne hned několik volných disciplín a fotograf se činil...

Představíme Vám jednu ze zahraničních poboček skupiny Lesaffre – firmu s nevyslovitelným názvem Lesaffre Magyarország. Asi tušíte, že naše kroky povedou do Maďarska.

O pečení a pečivu je i část věnovaná novinkám a trendům, které už dorazily i k nám. Přinášíme exkluzivní výzkum na téma BIO.

A samozřejmě se budeme také věnovat droždí, těm neposedným kvasničným buňkám, které daly před více než 150 lety vzniknou firmě Lesaffre. Droždí je totiž nejen historie, ale také budoucnost. Už jste slyšeli slovo Kastalia?

A protože práce není všechno, věnovali jsme prostor také zcela nepracovním tématům, která mohou zajímat každého z nás. Tentokrát zkusíme paintball.

Přeji Vám příjemné čtení.

Tomáš Poďivinský

Závody horských kol / Podporujeme DC 90
Topolany / Pohár Louis Lesaffre

4 tiskové zprávy

Umění odpočinku

6 personalistika

Trochu jinak o firmě

6 o firmě

Lesaffre Magyarország / Maďarská
pobočka Lesaffre

7 představujeme

Prostějovská pekárna MaM / Pekárna PANE

9 rozhovor

Kastalia – tekuté droždí

15 pekařina

Pošlete nám inzerát

15 burza

Už jste zkusili hrát paintball?

16 životní styl

Malé ale silné

17 droždí

Jaká byla letošní úroda?

20 technologie

Vánoční vídeňská štola

21 receptury

BIO potraviny – unikátní výzkum / Spolehlivý
a praktický automobil

22 ekonomika

Křížovka o ceny

26 zábava

Vydává: Lesaffre Česko, a.s.

Informace obsažené v tomto časopise nesmí být kopírovány nebo jinak šířeny bez souhlasu vydavatele.

Členové redakční rady:

Ondřej Cedidla, Marcela Janková, Vendula Malichová, René Müller, Pavlína Pátíková, Tomáš Poďivinský, Zdeněk Složil

Fotografie na titulní straně: Pekařství Leština, autor: AdMark s.r.o.

Design a grafická úprava: AdMark s.r.o., www.admark.cz

Název tisku: Vlaštovka

Periodicita vydávání: čtvrtletně

Místo vydávání: Lesaffre Česko, a.s.

Číslo a den vydání: 1. číslo, vydáno

Evidenční číslo: MK ČR E 17878

Uzávěrka tohoto čísla byla 16. 11. 2007



Pekaři závodili na horských kolech

Společnost Lesaffre Česko, a.s., se stala jedním z hlavních partnerů „Mezinárodního mistrovství České republiky pekařů a cukrářů na horských kolech“. Závod se uskutečnil v sobotu 25. 8. 2007 v Leštině na Šumpersku za krásného počasí. Zúčastnit se mohli všichni zaměstnanci pekárny a cukráren, učni a studenti či zaměstnanci dodavatelských firem pro pekárenský průmysl.



V „Pekařském depu“ bylo stále plno. Pekaři a pekařky „čerpají“ energii před náročným závodem.

K závodu se přihlásilo přes 100 účastníků. Soutěžili v několika věkových kategoriích na tratích 30 a 50 km. Závodilo se také mezi pekařskými družstvy. Společnost Lesaffre Česko dlouhodobě podporuje akce, které dokážou stmelit pekaře a nabídnout jim tak i něco jiného, než pouze pracovní povinnosti. Cyklistika je sport, který dokáže dokonale spojit zábavu s pohybovou aktivitou. Naše firma je ráda, že mohla takovou akci podpořit.

Pro všechny účastníky kategorie Pekař/Pekařka připravila společnost Lesaffre Česko „Pekařské depo“. Jednalo se o stánek s občerstvením, zábavou a masáží. Pekaři cyklisté tak mohli načerpat energii před a po závodě.

Cyklistický závod pro pekaře a pekařky je již velice oblíbenou akcí. Počet účastníků rok od roku narůstá. Velké díky patří organizátorům z Cykloklubu Leština, obci Leština a zejména

Jiřímu Chlebníčkov, propagátorovi horské cyklistiky mezi pekaři v České republice a také v zahraničí. Více informací o závodě a výsledky všech kategorií najdete na www.cyklomorava.cz



Vyhlášení vítězů třicetiletých pekařských družstev. 1. místo: Lesaffre Česko; 2. místo: Jizerské pekárny A; 3. místo: CK Carla dk2.

text / Ondřej Cedidla

Společnost Lesaffre Česko, a.s. pomáhá handicapovaným

Společnost Lesaffre Česko, a.s., se stala sponzorem Dětského centra 1990 Topolany v Olomouci. Dětské centrum začalo mít finanční problémy, a proto se firma rozhodla podat centru pomocnou ruku. Vytvořila projekt, díky kterému může každý člověk přispět tím, že si zakoupí droždí Noli. Dětské centrum 1990 Topolany je nestátní nezisková organizace, která poskytuje služby handicapovaným dětem i dospělým. „Název Dětské centrum je dost zavádějící, ale pravdou je, že se staráme i o dospělé klienty,“ říká Ing. Jaroslav Martínek, zástupce centra. Dětské centrum zahrnuje speciální školu – mateřskou, základní a odborné učiliště – zaměřené na zahradnické nebo keramické práce. Dále zahrnuje Chráněné dílny, Stacionář a Centrum denních služeb. Rozsah poskytovaných služeb je tedy opravdu velký. Od letošního roku začalo mít ale DC Topolany finanční potíže. Stát zrušil část dotací, které

centrum dříve dostávalo. Stalo se tedy zcela závislé na sponzorech. Společnost Lesaffre, a.s., neváhala a navázala s DC spolupráci. „Společnost Lesaffre Česko, a.s., se stala jedním z našich nejvýznamnějších sponzorů,“ potvrdil Ing. Martínek. Lesaffre Česko, a.s., při té příležitosti zavedla nový obal droždí Noli, na kterém je vždy otištěn jeden z 42 obrázků, které malovaly handicapované děti z DC Topolany. Tyto obrázky jsou zveřejněny i na webové stránce www.noli.cz, kde je možné stáhnout si je jako tapetu plochy. Na vnitřním obalu droždí Noli se pak spotřebitel dozví, že zakoupením droždí přispěl na provoz a rozvoj Dětského centra Topolany.

Navíc byla připravena soutěž pro děti, která spočívá v tom, že si rodiče stáhnou ze stránek www.noli.cz obrázky předmalované handicapovanými dětmi. Tyto obrázky dají svým dětem, aby je domalovaly, a pak už je stačí jen poslat do naší firmy. Každý, kdo zašle obrázek, automaticky získává balíček dárkových předmětů NOLI.

V příloze časopisu Vlaštovka najdete vánoční pohlednici, kterou pro nás namaloval jeden z klientů Dětského centra 1990 Topolany.



Pohár Louis Lesaffre – vítězem Polsko, čeští pekaři čtvrtí!

Vyrovnaná kvalita soutěžních družstev a vysoká úroveň organizace, tak by se dalo stručně charakterizovat právě skončené středoevropské soutěžní klání národních pekařských družstev Pohár Louis Lesaffre. Vítězem se stalo družstvo polských pekařů. Čeští pekaři skončili čtvrtí.

Ve dnech 16. – 19. 9. 2007 se v Poznani v Polsku uskutečnilo středoevropské výběrové kolo pro postup na Mistrovství světa pekařů 2008 v Paříži. Soutěže se zúčastnily 4 pekařská družstva z Česka, Maďarska, Polska a Slovenska.

Vítězem se stalo družstvo pekařů z Polska, druhé místo obsadilo Slovensko, třetí byli maďarští pekaři a čtvrté místo obsadili pekaři z Česka. Na první pohled nelichotivý výsledek pro český team. Jak můžeme tedy hodnotit výsledek českého

teamu?

Výkony všech čtyř družstev byly nesmírně vyrovnané. Bodový odstup prvního Polska od Česka byl 12 bodů. Ztráta českých pekařů na třetí maďarský team byl pouze 1,44 bodu! Bodové odstupy byly těsné, to však neznámá, že vítězství Polska byla náhoda. Porota hodnotila během soutěže i takové detaily, jako je čistota na pracovišti, spolupráce mezi členy teamu či pracovní rytmus. Pokud chtělo družstvo vyhrát, muselo se soustředit nejen na vlastní pečení, vzhled, chuť, tvar a hmotnost pečiva, ale také na tyto detaily.

Český team ve složení Libor JÍRŮ (pekárna Adélka, a.s.), Libor FORMAN (pekárna Japek, s.r.o.) a Bohumil KUBÍČEK (pekárna Nopek, a.s.) určitě neklamal. Kvalita výrobků a práce, kterou předvedli členové teamu, byla vysoká. Pro lepší výsledek je však potřeba ještě delší přípravy a soustředění se na detaily. Ostatní družstva působila velice profesionálně. Teamy byly dobře připraveny a stály za nimi národní pekařské svazy. Za kvalitu hovoří také způsob sestavování národních družstev. Např. polské družstvo pekařů vzniklo z národních postupových kol, kterých se zúčastnilo na 200 pekařů.

Společnost Lesaffre Česko, a.s. se podílela na přípravě a zajištění účasti českého teamu pekařů na soutěži Pohár Louis Lesaffre. Děkujeme zaměstnavatelům, kteří do soutěže své zaměstnance uvolnili, tedy pekárnám ADÉLKA, a.s., JAPEK, s.r.o., NOPEK a.s. a Podnikatelskému svazu pekařů a cukrářů ČR.

Více informací o soutěži na www.coupe-louislesaffre.com

COUPE
Louis
LESAFFRE



Vítězný team polských pekařů



Český pekařský team při předávání cen, zleva Libor Jíř, Libor Forman a Bohumil Kubiček



Slavnostní vyhlášení vítězů



Porota hodnotí výrobky českého družstva



Bohumil Kubiček připravuje umělecké dílo – hrad Trosky



Český pekařský team, zleva Libor Jíř, Libor Forman a Bohumil Kubiček

„Umění odpočinku je součástí umění práce“ (John Steinbeck)

Příležitost lépe se poznat na neformálním setkání (bez kravat a podpatků) a ukázat si navzájem, že umíme nejen pracovat, ale i (aktivně) odpočívat – to je dnes již tradiční sportovní odpoledne pořádané pro zaměstnance společnosti Lesaffre Česko, a.s. a jejich rodiny.

Dospělí sportovci předvedli svou formu při hře volejbalu, tenisu a badmintonu.



Maximální nasazení při hře mělo i své následky v podobě pádů. Podaná ruka kolegy přišla vhod nejednomu hráči.

Dvěma kolegům jsme položili otázky týkající se jejich vztahu ke sportu:

Alena Lukášová

(příjem objednávek, fakturace)



Kdo Vás zná, jistě potvrdí, že máte sportovního ducha. Řeknete nám něco o svém vztahu ke sportu?

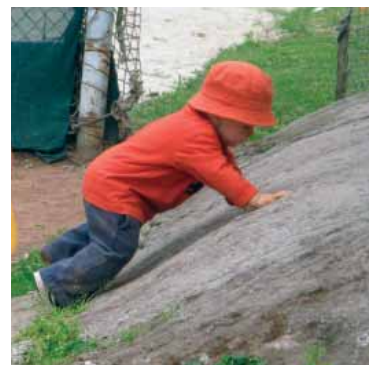
„Dříve jsem se věnovala české házené a atletice (reprezentace střední školy). Dnes jsou to rekreačně běžky, kolo, kolečkové a normální brusle.“

Václav Trefil (vedoucí logistiky)



Na fotce vypadáte více než spokojeně – co byste kolegům doporučil jako „recept na sportovní úspěch“?

„Léta těžké dřiny a odříkání, zmatení nepřítelů tvrdým úderem do vlastních řad, například.“



U malých sportovců vedlo horolezectví, hod diskem a motorky.



A na závěr: občerstvení a odpočinek s kolegy.

o firmě

text / Tomáš Podivinský

Trochu jinak o firmě

Asi proto, že jsem šéf, mi kolegové přidělili úkol napsat článek „o firmě“. Nadpis článku „o firmě“ pro mne vždycky znamená, že to bude nudné čtení. Podívejte se na kteroukoli firemní webovou stránku a pod heslem „o společnosti“ najdete, že se ta či ona firma orientuje na kvalitní výrobky nebo služby, samozřejmě za výborné ceny, a že jediným cílem je spokojenost zákazníků. Tak tohle psát nebudu. Koukněte se na náš web (www.lesaffre.cz) nebo do sbírky listin v obchodním rejstříku.

Ale určitě tam nenajdete, že máme celkem 40 zaměstnanců a z toho je jenom 15 žen. Zatímco finanční a personální oddělení jsou u nás výlučně dámskou záležitostí, v jiných odděle-

ních jsme my muži v přesile. A „nejhorší“ je to v našem technickém oddělení, které se zabývá přestavbou strojů pro továrny skupiny Lesaffre po celém světě: samý chlap. A ve vedení naší české pobočky je jenom jediná žena.

Proč asi? Zeptejte se mojí ženy, ta v tom má jasno. Protože když chce firma prosperovat, musí všichni její zaměstnanci „makat“. A to znamená ne od sedmi do půl čtvrté, a pak padla a na koupaliště. Jenomže školka zavírá v pět (pokud ne dřív). Aha! A babičky už taky nejsou, co bývaly. Mají svou práci, zájmy, a dneska už většinou nebývají vždy připraveným záskokem pro hlídání. Takže: jak potom odjede taková máma na celodenní (nebo několikadenní) služební cestu, když její manžel chodí domů v sedm večer?

Pokud jde o stáří našich zaměstnanců, nejsme extrémně mladá firma. Průměrně nám je 40 let, což sice není moc, ale jsou i mladší. Je to možná trochu překvapení, protože tady v Česku sázejí zahraniční firmy hlavně na mladé (ať už k tomu mají jakýkoli důvod). Lesaffre je ale celosvětově rodinný podnik (i když pouze strukturou majitelů a určitě ne velikostí) a v něm se sází také na tradici a zkušenost.

V rubrice „Představujeme“ vám budeme postupně přibližovat pobočky společnosti Lesaffre. Lesaffre je francouzská rodinná společnost, která byla založena v roce 1853 na severu Francie, ve městě Lille. V současné době tvoří skupinu Lesaffre přes 50 výrobních závodů na droždí.

Budeme vás seznamovat s výrobními závody, které jsou geograficky i výrobně důležité pro Českou republiku, jelikož jsou v nich vyráběny výrobky, které směřují k vám, českým pekařům.

V prvním čísle vám představíme maďarskou pobočku – Lesaffre Magyarország, tedy Lesaffre Maďarsko. Společnost sídlí v Budapešti, na břehu řeky Dunaje.



Lesaffre Magyarország

Historie – výroba droždí v Budapešti již od roku 1876

Její historie je spojena s rokem 1876, kdy byla zahájena výroba droždí v Budapešti. Z původního místa byla továrna v letech 1908 – 1910 přestěhována na její současné místo – do části města zvané Budafok.

Podobně jako české podniky, i ty maďarské potkalo znárodnění, a to v roce 1946. V roce 1971 se droždárna stala součástí národního koncernu, tzv. Buszesz, který zastřešoval také výrobu lihu, likérů a jiného alkoholu.

V roce 1992 byl koncern Buszesz privatizován rakouskou společností Mautner Markhof a brzy poté, v roce 1995, byla z koncernu vyčleněna společnost Budafok Élesztő-és Szeszgyár Kft, tedy závod Droždárna Budafok, s.r.o.

Důležitým datem v historii společnosti je rok 1996, kdy přešla společnost do vlastnictví francouzské skupiny Lesaffre.

Lesaffre Magyarország – maďarský výrobní závod exportuje do více než 10 zemí

Po vstupu společnosti Lesaffre do droždárny Budafok došlo k výrazné modernizaci výroby droždí v tomto budapešťském závodu. Skupina Lesaffre přinesla své výrobní know-how a investovala do modernizace.

Zaměstnanci společnosti dokázali pozvednout kvalitu droždí nad dosavadní úroveň. Maďarský závod se stal největším výrobcem a distributorem droždí v regionu Střední Evropy. Dnes závod zásobuje více než 10 zemí droždím pro pekárny a malospotřebitele ve dvou základních formách: čerstvé droždí a tekuté droždí.



Centralizovaná výroba droždí vyhovující národním specifikům

V Budapešti se vyrábí droždí pro více než 10 zemí. Nejedná se o jeden typ droždí, který by byl dodáván všem. Každá země dbá na specifika pekařské výroby. Do hry vstupují typické národní



receptury lišící se obsahem cukru, kyselostí těsta, použitými technologiemi atd.

Maďarský závod vyrábí pro český trh mimo jiné čerstvé pekařské droždí VIVO balené v pytlích po 15 kg. Výroba pytlovaného droždí je obtížná vzhledem k tomu, že droždí má tendenci se přehřívat a tedy samovolně způsobovat nechtěné kynutí. Odborníci na fermentaci a balení však dokáží droždí vyrobit a zabalit tak, aby si výrobky udržely svou kvalitu. Na českém trhu je

tak společnost Lesaffre jedna z mála firem, která dokáže tento výrobek nejen vyrobit, ale také zajistit jeho kvalitu.

Další výrobek, který je produkován v Budapešti pro český trh, je tekuté droždí Kastalia.

**SMĚS Z ŘADY INVENTIS NA VÝROBU KOBLIH S VÝRAZNOU CHUTÍ
A JEMNÝM VANILKOVÝM AROMA**



KOBLIHOVÁ SMĚS

Přednosti:

- vysoká kvalita hotových výrobků
- při smažení koblihy nesají olej
- hotové koblihy jsou vláčné a udržují si dlouhou čerstvost

Dávkování: 30 % Koblíhové směsi

„Jako cenový základ se u nás bere chleba, rohlík a mléko. Letos extrémně narostly ceny obilovin a žito se dokonce musí dovážet.

Ze všech stran je cítit obrovský tlak na cenu. Pokud se nějaká čokoláda prodává místo 9 Kč za 11 Kč, je to každému jedno. U rohlíku ale každý ví, zda stojí korunu nebo dvě.“

Nejen o těchto věcech jsme si u výborné kávy a skvělých koláčů povídali s panem Františkem Ma-kovcem, majitelem prostějovské pekárny MaM.



Prostějovská pekárna MaM

Jak vznikla Vaše firma?

Pekárna MaM vznikla v roce 1991 jako první soukromá pekárna na okrese. Podnikat jsem začal s manželkou. Moji rodiče a prarodiče byli řezníci a rodiče manželky zpracovávali mléko. V této době jsme řešili, co s objektem, ve kterém se nyní pekárna nachází. Původně zde žila moje matka sama a my jsme se přistěhovali později. Řešili jsme, co budeme z potravinářství dělat tak, aby to nebylo ekonomicky náročné. Malou mlékárnu ne, malý pivovar také ne, vybrali jsme si pekařinu. Zdálo se nám to jednoduché, abychom to rozjeli.

Takže jste s pekařinou začali bez jakýchkoli předchozích zkušeností?

Ano a začátky byly velmi krušné, protože jsme neměli zkušenosti ani my a ani naši zaměstnanci. První roky byla fluktuace zaměstnanců doslova šílená

a s velkým vypětím jsme to táhli sami s manželkou. Nakonec se nám to podařilo rozjet. Velká část zařízení byla pořízena na úvěr. Začali jsme se postupně rozvíjet. Rozrůstala se nám odběratelská síť a postupně se nám podařilo zásobovat celý okres.

Zásobovali jste pouze nezávislý trh, nebo i nějaké sítě?

V polovině devadesátých let se u nás v Prostějově začal stavět Kaufland – jako jeden z prvních supermarketů ve městě. Pochopitelně, že i k nám se doneslo, že to prodejcům v jiných městech, kde byly supermarkety postaveny, přináší velké problémy. Supermarkety totiž na sebe začaly strhávat velkou část kupní síly zákazníků, kteří zase chyběli v malých prodejnách. Těm se rapidně zmenšil odbyt a menším obchodníkům nastaly velké ekonomické problémy.

Rozhodli jsem se, že se pokusíme

těmto problémům předejít a začali jsme se zajímat o možnosti dodávek do Kauflandu. Nakonec jsme výběrové řízení vyhráli.

Jak spolupráce probíhala?

Postupně jsme začali dodávat nejenom do Prostějova, ale i do Kroměříže a Olomouce. Bylo to pro nás velice náročné a postupem času jsme zjišťovali, že je to pro nás neúnosné. Netýkalo se to výrobní kapacity, ale ze strany odběratele se neustále měnily podmínky obchodního vztahu oproti podepsané smlouvě, která byla v takové obecné rovině. Začalo to být to pro nás strašně ekonomicky zatěžující a nevýhodné.

Po dvou letech spolupráce jsme Kauflandu vypověděli smlouvu. Během několika měsíců jsme se dostali na vyšší úroveň a k dnešnímu dni máme šest vlastních prodejen a denně od nás vyjíždí 7 vozidel.



Kolik máte v současné době zaměstnanců a jak jste velká firma?

Přímo v pekárně pracuje asi 30 lidí, několik v cukrárenské dílně, včetně prodavaček to bude okolo 80 zaměstnanců.

My jsme taková menší střední pekárna, i když na okrese budeme určitě patřit do první trojky. Roční obrát máme do 50 milionů korun, přičemž pekařina z toho představuje tak 85 %, zbytek připadá na cukrářskou dílnu.

Od roku 1997 jsme začali (v souvislosti s povodněmi) vozit pečivo i do Olomouce, kam zavážíme do dnešního dne. Jezdíme i na Kojetínsko, což je bývalý okres Přerov. Do Olomouce a okolí jezdí denně zhruba 3 auta. Samozřejmě některé auto je plné, některé méně plné, některé poloprázdné. Nicméně odběrných míst je tady dost. Naopak sem do Prostějova zajíždí spousta cizích pekařů.

Kolik druhů pečiva denně vyrábíte?

Naše strategie byla dělat všechno, pokud se to vyplatí. Menší pekárna zvládne udělat 100 ks jednoho druhu koláče a 300 ks jiného druhu...

V podstatě děláme všechno od chleba konzumního až po chleby speciální. Pečivo od bílého přes cereální. V pečivu je to 60 nebo 70 druhů, přesně to zase nevím. Jsou speciální věci, které se dělájí jednou, dvakrát či třikrát týdně. Ještě jedna věc – pro vás asi potěšující. V roce 1991 jsme

začali vyrábět croissant. Přesně si to nepamatuji, ale zhruba vloni, předloni jsme skončili u přípravků firmy Lesaffre. To je konečně směs, které nelze nic vytknout..

V čem spatřujete přínos směsí?

Obrovsky to šetří čas a zjednodušuje to výrobu, což je pochopitelné. Zjednodušit si výrobu je pro nás jako výrobce nutné jak z hlediska technologie, tak z hlediska strojního zařízení. Dobrých lidí bude vždycky málo a požadavky budou větší. Vždycky se budu snažit zaměstnancům ulehčit práci. A navíc ekonomický přínos je zřejmý...

Zmínili jste, že máte i cukrářskou dílnu.

V současné době cukrářiny děláme podstatně méně, než jsme dělávali před 10 roky. Zaměřili jsme se jen na výrobu pro vlastní prodejny. Děláme asi 30 druhů základního sortimentu.

Jaké jsou trendy ve spotřebě pečiva?

Díky naší malé prodejní síti šesti prodejen pozorujeme poslední dobou, že zákazníci začínají dbát více na kvalitu a čerstvost pečiva. Když jsme začínali, tak byl nejsilnější expediční den pátek, dnes je taky. Zajímavé je, že podobně jako v pátek je to i v pondělí. Přesto, že během víkendu tráví část zákazníků čas v supermarketech, hypermarketech, tak v pondělí si přijdou nakoupit čerstvé pečivo. U normálních rohlíků je cena diktována obchodními řetězci. Chleba musím mít speciální, abych ho prodal za lepší cenu. Speciální není zadarmo, technologie nebo vstupy jsou nákladnější. Toto ale zákazník akceptuje – chápe, že u speciálních výrobků je větší podíl ruční práce a na pultě musí být ten výrobek zákonitě dražší.

Máte nějaký výrobek, který je Vaší srdeční záležitostí?

Ano, určitě je. Není mnoho výrobců, kteří mají ochranné známky na své výrobky. My jsme měli ochranné známky na dvou našich chlebech. Jeden se jmenoval Křupák a druhý Twiggy. Oba chleby jsou půlkilové.

Křupák má poměr žita, pšenice a speciálního koření v určitém poměru. Odlišuje se od běžného konzumního chleba. Twiggy se zase odlišuje těstem, složením, ale i vzhledem. Nechali jsme si vyrobit speciální ošatky. Chleba je podobný vece – má takový dlouhý štíhlý tvar. Není to ale asi chleba na cestu do práce, který si namažete máslem nebo sádlem. Dále je to vídeňský štrúdl, který jsem navrhl sám. Jedná se o klasický štrúdl z taženého těsta a z čerstvých jablek, která se denně krouhají. Je to opravdu klasický štrúdl, jak se dělá doma s těmi nejkvalitnějšími surovinami.

Jak často obměňujete sortiment a zavádíte novinky?

Obměna sortimentu je pro každého pekaře podle mého názoru nutná. Nový sortiment nabízíme v období, kdy je o pečivo zvýšený zájem. Během roku se pečivo neprodává stejně. Jsou určité prodejní vlny. Po Novém roce je o pečivo malý zájem, odběr je nízký a v tomto období je velmi obtížné vyjít s něčím novým. Naopak březen a duben jsou měsíce s poměrně vysokým prodejem. V červnu a červenci spotřeba klesá. Na podzim v září a říjnu je zájem zákazníka vyšší, roste. Kumuluje se to samozřejmě možná v listopadu a prosinci. Jsou takové dvě až tři vlny. Zavádění nových výrobků proto plánujeme na tyto měsíce.

Realizujete nějaké akce na podporu prodeje? Existuje u Vás nějaký „pekařský marketing“?

Snažíme se inzerovat v okresních novinách. Asi jsme jediní, ještě jsem se s tím nesetkal, aby pekař inzeroval v novinách. Pravidelně jednou za čtvrt roku inzerujeme v Prostějovském večerníku. V Olomouci také něco vyšlo, ale byla to spíše okrajová záležitost. Kromě toho děláme na našich prodejnách ochutnávkové akce. Pokud je zájem u maloobchodníků, děláme ochutnávkové akce několikrát za rok. Tiskneme a vytváříme si informační letáčky. Je to jednoduché: chceme, aby zákazník věděl, co si kupuje.

Co z toho považujete za nej- hodnotnější?

Já si myslím, že jsou to ochutnávky. Velmi záleží na šikovnosti prodáváček na prodejnách, na jejich přístupu. Zákazník musí nový výrobek zkusit, pokud ho neochutná, nezná ho. Výrobek musí být natolik dobrý, aby se k němu vrátil.

Co dnešní trend biopotravin?

Tím jsme se doposud nezabývali, ale jak sledujeme vývoj, tak nás to zřejmě bude čekat. Dříve jsme měli několik podnětů k výrobě – např. bezlepkový chléb. Měli jsme však tak malý okruh zákazníků, že jsme jeho výrobu museli zrušit. Bylo to ekonomicky neúnosné. A navíc tady na Hané je zákazník velice konzervativní.

Jak se díváte na otázku balení pečiva?

Znám zákazníky, kteří si nikdy balené pečivo kupovat nebudou. Já osobně bych byl asi jeden z nich. Na druhou stranu znám spoustu lidí, kteří si výhradně kupují jenom balené pečivo. Přestože ví, že není jednoduché zachovat dlouhodobou trvanlivost u těchto výrobků a že například u jemné-

obrovská. V průběhu let se nám podařilo důležitější zaměstnance ustálit, někteří tady pracují osm i dvanáct let. Víme, co od sebe můžeme čekat. Kvalifikovaných pracovníků je ale stále nedostatek. Zažili jsme Ukrajince, Moldavce, to je velmi krátkozraké řešení a z mého pohledu zoufalý krok, ke kterému se již nikdy nevrátím.

A jako další problém vidím v podstatě čistě administrativní záležitosti. S těmito překážkami se ale musíme poprat všichni.

Co Vás naopak na práci těší?

Jestli se mi něco podaří, prodává se to, znamená to, že prodávám dobře. A to je potěšení – děláte něco, o co je zájem.

Zmínil jste koblihovou vyhláš- ku. Jaký vývoj předpovídáte pekařskému oboru s ohledem na vstup do EU?

Na objektivní názor jsem malý pán a tomu odpovídá můj rozhled i přehled. Vstupem do EU se otevřel trh. Neměl jsem z toho velké obavy. Aby sem pronikl německý, rakouský pekař, tak by musel mít konkurenční výhodu – cenu. Přestože tady mají Rakušané

ve Veleticích u Brna. Druhý syn je tady s námi. Zapracovává se, trvá to roky. Zřejmě to asi jednou povede on – cestu snad bude mít snazší, než jsme měli my. Taková perlička. Když jsem žádal o svůj první úvěr, tak se mne pracovník za přepážkou ptal, čím můžeme úvěr zajistit. Řekl jsem,

p e k a ř s t v í
MaM

že nemovitostí nebo pozemky. To nechtěl. Zeptal se, jestli máme auto nebo barevnou televizi. Odpověděl jsem, že auto máme – 12 let starou Dacii a televizi máme jenom ruskou. Opravdu to tak bylo. On nechtěl ručení pozemkem či nemovitostí. Chtěl zajistit úvěr barevnou televizí. Vážila asi 70 kg...

Co byste popřál ostatním pe- kařům?

Nevím, co bych jim popřál, protože pekařina jsou šílené starosti a šílená dřina – zejména u firem menší a střední velikosti. Něco se stane a okamžitě se to musí řešit. Nemůžeme si dovolit ten luxus, aby od nás zákazník neobdržel čerstvé pečivo. Je to těžké. Každému můžu přát jen to nejlepší. Nechci, aby to znělo obecně, ale hlavně jim přeji zdraví. Lidi si to moc neuvědomují, ale když budou zdraví, tak ledacos zvládnou. A ještě jim přeji trpělivost.

Děkuji za rozhovor a přeji Vám hodně úspěchů.

kontakt:

Pekařství MaM, s.r.o.
František Makovec
Žitná 22, 798 01 Prostějov
tel./fax: 582 362 429
e-mail: f.makovec@atlas.cz

Uveřejněné názory nemusí nutně
vyjadřovat stanovisko vydavatele.

Banka nechtěla ručit pozemkem či nemovitostí. Chtěla zajistit úvěr barevnou televizí...

ho pečiva se kvůli dlouhodobé trvanlivosti musí použít „ěčka“. Důvodem pro nákup baleného pečiva může být jistota, že pečivo nikdo „nepoprskal“, nešahal na ně bezdomovec. Tento zákazník dbá na hygienu tak úpěnlivě, že oželí čerstvost, křupavost a sází na trvanlivost. Vzpomínáte, když vyšla tzv. koblihová vyhláška? Podle mého názoru je zabalená kobliha nedůstojná. Samozřejmě, že to lze, kobliha má být ale pocukrovaná, zabalená začne vadnout. Není to čerstvá kobliha.

Setkáváte se při své práci s ně- jakými překážkami?

Když jsme začínali, tak největší problém byla stabilizace pracovníků. Každý, kdo sem přišel, musel být zapracován a vše jsme ho museli učit. Fluktuace byla

a Němci prodejny i řetězce, tak si to s vysokou cenou nemohou dovolit, protože jsou s cenou pracovní síly úplně někde jinde. Z toho jsem obavy neměl. Naopak dost našich pekárů dováží do Rakouska a Německa. Dokázali na tom vydělat a má to pro ně přínos. Myslím si, že my jsme na to malí a zatím na to nemáme.

Naopak v severní části republiky (Ostravsko, východní Čechy) je problém s Poláky. Poláci vozí levněji. Nevím proč, ale Poláci dokáží být ve všem levnější – ať je to průmyslový výrobek nebo potraviny.

Vychováváte si nástupce, který po Vás jednou pekárnu převe- zme?

Máme dva syny. Jeden se osamostatnil a má vlastní pekárnu



Mezi Jičínem a Mladou Boleslaví se nachází malebné městečko Dolní Bousov.

Když jedete od Jičína, tak na náměstí zahnete doprava a po pár metrech narazíte na rodinnou pekárnu Pane. S jejím majitelem, panem Rostislavem Jakubcem, jsme si povídali o radostech i strastech pekařského řemesla.

Nutno podotknout, že pan Jakubec přímo sršel entuziasmem a nápady...

Pekárna PANE

Vzpomenete si na začátky Vaší firmy?

Naše firma byla založena ke konci roku 1991. Hned po založení firmy jsme koupili zdevastovaný objekt bývalého skladu obilí a po rekonstrukci jsme 1. 6. 1992 zahájili vlastní výrobu.

Disponovali jsme jen omezenými finančními prostředky, všechno jsme měli na úvěr. Začátky byly velice krušné – neměli jsme ani vybudovanou síť odběratelů a od okamžiku, kdy jsme začali péci, tak po nás banka chtěla okamžitě splátky. Začínali jsme s minimálním počtem zaměstnanců. Prakticky já a ani manželka nejsme z oboru, takže jsme tady měli jednoho pekaře, který nám pekárnu rozjížděl a zaučoval lidi.

V té době tady každý pekl rohlíky, bylo těžké se s rohlíky prosadit, proto jsme začali zkoušet vyrábět ražené housky. Nakoupili jsme tedy první houskovací jednořádkový stroj a díky našim houskám,

po kterých začala být poptávka, jsme se dostali na trh i mimo Dolní Bousov.

A jaký byl další vývoj?

Díky houskám se nám podnikání dobře rozjelo. Postupně jsme přistavili první a druhou expedici a síla, a protože máme suroviny v patře, tak jsme postavili i výtah. Nakupovali jsme další technologie, nejdříve jednořádkovou kontinuální děličku s předkynárnou a poté, když už kapacitně nestačila, tak dvouřádkovou.

Od roku 2005 máme nejnovější linku na pečivo s kapacitou 4–6 tisíc ks pečiva za hodinu. Obsluhu tvoří pouze dva pracovníci. Pečivo se na konci linky usazuje přímo na plechy. Linka má zabudovaný i posyp a vše je automatizováno. Tím pádem může začínat výroba až později večer a stihneme to vyrobit do rána tak, aby pečivo bylo co nejčerstvější. Linka tohoto druhu tady v Če-



chách nebyla, byla vyrobená přímo na míru.

A co současnost?

Zaměstnáváme okolo 44 lidí. Snažíme se přizpůsobit požadavkům zákazníka. Trend dnešní doby je ten, aby zákazník dostal pečivo pokud možno co nejčerstvější, tzn. přímo upečené na prodejně.

Chceme vytvořit takovou technologii, abychom mohli dodávat pečivo zamražené a na prodejních ho již jen dopékat. Je to směr, kterým se chceme i přes poměrně nákladné investice ubírat.

Jaká je Vaše výrobní náplň?

My děláme hodně výrobků – celý sortiment běžného pečiva, sladkého pečiva, hodně druhů chlebů a vícezrnného pečiva, děláme své listové a plundrové těsto... Prakticky jsme soběstační, neboť neodebíráme žádný sortiment pečiva od někoho jiného.

Kde všude pečivo prodáváte?

Máme 130 odběratelů, dodáváme do Jičína, Lomnice, Kopidlno, Libáně, Mnichova Hradiště, Mladé Boleslavi až po Benátky a samozřejmě tady po okolí Bousova. Kromě toho máme síť vlastních obchodů, nyní připravujeme již desátou prodejnu. Zavážíme několikrát denně. Ve všech svých obchodech již máme dopékačské pece a v tom největším máme

soutěž, kdy si za určité množství směsí od firmy Lesaffre mohl pekař mimo jiné vybrat papírové sáčky na chleba. Je tam totiž popis, z čeho se ten chléb skládá, zákazníkovi to velice pomůže a nám to prodej zaručeně podpoří. Myslím si, že by se sáčky měly dodávat ke směsím automaticky. Určitě by nám to pekařům hodně pomohlo.

O jaký druh Vašeho pečiva je největší zájem?

U nás je to houska a potom samozřejmě klasický chléb, který máme pod názvem bousovský. Začínáme dělat maďarský chléb. Co se týká sladkého pečiva, tak jsou to kynuté koláče, šátečky, koblihy a závin. Z finančního hlediska je poměr mezi klasickým

Papírové sáčky na chleba nám zaručeně podpoří prodej...

i pec na dopékání chleba. Zákazník u nás dostane vždy čerstvé, teplé a křupavé pečivo. Na to se může spolehnout. Do řetězců zatím nedodáváme. Výrobní kapacity na to máme, ale zatím o tom neuvažujeme.

Používáte nějaké směsi?

Snažíme se sledovat vývoj nákupních zvyklostí zákazníků, nové technologie a pochopitelně i to, co by nám, pekařům, usnadnilo práci. Jezdíme na Salimu i na veletrhy do zahraničí. Co se týká směsí a přípravků, tak spolupracujeme se všemi hlavními dodavateli. Od Lesaffre bereme dvě směsi, a to směs na výrobu mrkvového chleba a Zrnopan S, ze kterého vyrábíme tykvoový chléb. Oba dva chleby jsou kvalitní a chutné. Myslím si, že práce s tou směsí je pro pekaře jednoduchá. Mrkvový chléb je z našeho hlediska chutnější, ale zákazníka zarazí ten název... Ono tam pochopitelně té mrkve moc není. Proto se snažíme dělat různé ochutnávky, aby si lidé tyto výrobky vyzkoušeli. Než se však takový výrobek u konzumentů prosadí, tak to trvá poměrně dlouho. Jako dobrý nápad se mi jevila

pečivem a sladkým programem tak půl na půl.



Jak se vyrovnáváte s konkurencí a tlakem na nižší ceny?

Konkurence dodavatelů pečiva je velká, kapacity hlavně těch velkých pekárny nejsou využity, takže se všemožně snaží, aby měly zajištěn odbyt. My musíme držet stejné ceny jako oni, protože v tom základním, co nám tržní housky, nemůžeme přijít za obchodníkem a říci mu, že ty naše housky jsou kvalitnější a ať je od nás začne brát... On si je prostě nevezme. Ceny jdou průběžně nahoru. Mouka, energie, ostatní suroviny... Ceny pekařských výrobků



bohužel nekopírují růst cen u vstupů, které jsou tady na stejné úrovni jako v Německu nebo Rakousku. Tam stojí kilový chleba 40 až 50 korun, tady se prodává okolo 36 korun.

Takže se snažíme s konkurencí bojovat vysokou kvalitou našich výrobků a co nejširším sortimentem a naopak jsme schopni vyrobit a dodat i velice malé množství konkrétního výrobku.

Zmínili jste, že pořádáte ochutnávkové akce... Děláte ještě něco na podporu prodeje?

Výrobky propagujeme zejména v našich obchodech. U nových výrobků děláme již zmíněné ochutnávky, a to ne jednorázově, ale delší dobu. Sledujeme reakci zákazníků. Pokud jim výrobek zachutná, tak jej potom začneme vyrábět. Podobné akce děláme i u některých našich odběratelů. Ochutnávky se nám osvědčily a žádné další reklamní aktivity již nerealizujeme.

Jak často nabízíte zákazníkům novinky?

Novinky nám vždycky nabízí dodavatel surovin. My je nejdříve vyzkoušíme, a pokud se nám to jeví tak, že by po tom mohla být poptávka, případně pokud to v našem sortimentu chybí, tak to vyzkoušíme u našich zákazníků formou ochutnávky. Ročně se jedná tak o dva chleby a z ostatního pečiva přibližně o pět výrobků. Momentálně teď zkoušíme něco z plundrového těsta. Už dva dny ho u nás testujeme a zatím nám to chutná (úsměv)...

Máte nějaký výrobek, který je Vaší srdeční záležitostí?

Určitě je to naše bousovská houska. Protože když se řekne bousovská houska, tak je to mezi lidmi pojem.

A co pečivo v bio kvalitě? Je ze strany zákazníků nějaká poptávka?

Je to zřejmě nevyhnutelný trend, ale bude to trvat hodně dlouho, než se to ujme. Dodáváme třeba kvalitní celozrnné pečivo, i když ne v bio kvalitě, do prodejny v Jičíně, kde chce majitel prodávat bio potraviny a zdravou výživu a jde to strašně pomalu.

My jako firma jsme zatím o bio pečivu neuvažovali, protože je nutné splňovat určité podmínky. V současné době se chceme soustředit spíše na dovybavení našich prodejen dopékačskými technologiemi.

Jaký je Váš názor na balení pečiva?

Zákazník u nás má zafixováno, že co je zabaleno, tak zákonitě není čerstvé. Druhá věc je samozřejmě sladké pečivo, kde balíme podle požadavků zákazníka –

pokud chce firma fungovat i do budoucna, tak nemůže jenom dobře platit lidem, ale musí mít i na další rozvoj a jiné záležitosti. Prostě vím, kolik můžeme dát na mzdy a kolik musíme vydělat na úvěr. Ceny pekařských výrobků jsou skutečně podhodnocené a řekl bych, že je to znehodnocení pekařského řemesla. Dneska prakticky každá pekárna peče téměř nepřetržitě, pokud je na nějaké úrovni. Ti lidé chodí do práce na denní i noční, pracují ve svátky. My jim nemůžeme zaplatit to, co by si skutečně zasloužili. Lidé za tyto peníze do práce

Ceny pekařských výrobků jsou podhodnocené. Lidé přitom chodí do práce na denní i noční a pracují ve svátky...

nepůjdou. Když se mladý člověk rozhoduje, do jakého učení půjde, tak si málokdo vybere pekařinu, protože se samozřejmě zhruba ví, jak se tohle řemeslo platí. A pak do učení na pekaře nechodí zrovna nejlepší žáci. Tohle vše by se mělo změnit.

Já osobně si myslím, že by ministerstvo zemědělství a potravinářů měli dělat nějakou osvětu, aby se zvýšila prestiž pekařského oboru a aby se pečivo dalo prodávat za lepší ceny. Jsem přesvědčený o tom, že 90 % zákazníků by to bralo, pochopili by to. Současná situace ale není vůbec uspokojivá.

My tady spolupracujeme s několika učňovskými školami, podařilo se nám získat dva mladé pekaře, kteří k nám chodili na praxi, práce se jim zalíbila a už jsou u nás zaměstnaní.

Jinak základ firmy tvoří výborní lidé, na které je spolehnout, a já bych jim chtěl touto cestou moc poděkovat.

Co Vás naopak těší?

Těší nás to, že vyrábíme takový široký sortiment pečiva. Jsme hrdí na to, že postupně investujeme tak, jak investujeme, protože si myslím, že vybavení pekárny máme na velice slušné úrovni. A navíc každý den za sebou vidíte spoustu upečeného pečiva a to musí potěšit každého...

Poslední otázka. Vychováváte si nějakého zástupce?

Ano, pekárnu po mně s manželkou převezme jednou dcera. Již dnes na ni mám 100% spolehnout, dobře se zapracovala a dokáže nás v mnoha věcech plně zastoupit.

Mimo rozhovor jste mi řekl, že jste hrdý na to, že jste pekař. Jak vidíte budoucnost tohoto oboru? A co byste vzkázal ostatním pekařům?

Samozřejmě doufám, že obor nezanikne. Prostě vývoj jde poměrně rychle dopředu, a jak se říká,

šťěstí přeje připraveným. I pekař musí sledovat trendy, nesmí usnout na vavřínech. To se týká hlavně investic do technologií. A co bych vzkázal kolegům? Věřím, že se všichni se současnou ne příliš lichotivou situací v pekařství popereme. Věřím, že i naši dodavatelé surovin nějakým citlivým způsobem promítnou zdražování do svých cen tak, aby to pro nás pekaře bylo únosné. Přál bych si, aby pekařské řemeslo získalo mezi lidmi zpět svou prestiž.

kontakt:

PANE spol. s r.o.
Ing. Rostislav Jakubec
sídlo firmy:
Erbenova 1050, 506 01 Jičín
Tel./fax: 326 396 279
Provozovna:
Brodecká 271,
294 04 Dolní Bousov
Mobil: 736 533 464
e-mail: pane@mybox.cz
web: www.pane.regin.cz

Uveřejněné názory nemusí nutně vyjadřovat stanovisko vydavatele.



někteří odběratelé vyžadují balení po dvou či třech kusech – je to rozdílné.

Co se týká reklamních sáčků na chleba, tak si myslím, že to u nás fungovat bude, zejména u speciálních výrobků, jako je například zmiňovaný mrkvový chléb.

V čem vidíte největší problémy ve Vaší práci?

Největší problém vidím v kvalitních a spolehlivých zaměstnancích. Snažíme se jim vytvářet slušné pracovní podmínky. Otázka je samozřejmě finanční ohodnocení. Samozřejmě bychom jim velice rádi dobře zaplatili, ale musíme si na to vydělat. Takže

Kastalia – nový systém dávkování a chlazení tekutého droždí, který usnadňuje pekařům práci

Lesaffre Česko, a. s., uvádí na trh nový chladicí systém pro skladování a dávkování tekutého droždí. Jedinečná kombinace tekutého droždí Kastalia a systému, který droždí chladí a zároveň umožňuje i jeho pohodlné dávkování, je revoluční novinkou na trhu s pekařským droždím. Inovace vychází z dlouholetých zkušeností společnosti Lesaffre a je odpovědí na neustále se zvyšující požadavky pekařů na hygienu a optimalizaci práce se surovinami vstupujícími do výrobního procesu.

Inovace, která je revolucí v používání pekařského droždí

Kastalia je systém, který umožňuje zcela nový přístup v používání pekařského droždí. Systém se skládá z dávkovače, který je zároveň i chladicí jednotkou. Tekuté droždí ve speciálním kartonu se umístí do dávkovače, který ho zároveň i chladí na optimální teplotu. Systém Kastalia tak může být jednoduše umístěn v blízkosti hnětačů a být pekařům k dispozici. Pekař nemusí přecházet při každém použití droždí do skladovacích prostor a může si tak lépe zorganizovat svou práci.

Vyjímečné vlastnosti tekutého droždí

Tekuté droždí Kastalia je chlazené na teplotu +4°C. Udrží si tak všechny své kvality; je stabilní a díky tomu je i kynutí těsta pravidelné a dostatečné. Systém je hygienický a přesný,

způsob dávkování umožňuje pracovat bez rizika úrazů či kontaminace. Ztráty při dávkování jsou sníženy na minimum. Pro dávkování se používá umělohmotná nádoba se stupnicí. Tekuté droždí se jednoduše smíchá s ostatními ingrediencemi, příprava těsta je zkrácena a kynutí je rovnoměrné. Výhody tekutého droždí umožňují výrobu pečiva vysoké kvality.

Výhody tekutého droždí Kastalia:

Je praktické!

Je konec s neustálým otevíráním lednice! Dávkovač chlazeného tekutého droždí Kastalia umístěný hned vedle hnětačového zařízení zůstává kdykoliv po ruce a v pohotovosti. Díky jeho systému doplňování je navíc manipulace s droždím snížena na minimum.

Je bezpečné!

Systém chlazení nepřetržitě kontroluje teplotu. Nový a hygieničtější způsob dávkování zabraňuje rozptýlení droždí po výrobě. Systém chlazení zaručuje lepší možnost skladování droždí, garantuje jeho čerstvost a optimální kvalitu.

Je efektivní!

Zachovává přesný systém dávkování. Kromě přesnějšího dávkování má tekuté droždí také tu výhodu, že se lépe vmísí a zapracuje do těsta, čímž optimalizuje průběh kynutí.



V příštím čísle

se na tomto místě dozvíte více o výhodách tekutého droždí v průmyslových pekárnách.

Připravujeme pro vás rubriku BURZA

V této rubrice máte možnost zdarma inzerovat nabídky či poptávky z oblasti pekárenství. Podklady zasílejte e-mailem na patikova@admark.cz, mobil 602 715 149.

Zveřejnění je zcela zdarma!



V této hře, plné adrenalinu, napětí a dobrodružství není důležitá pouze fyzická kondice, ale také schopnost rychle a správně se rozhodovat. Paintball je hra, ve které záleží nejen na štěstí a schopnostech hráčů, ale i na týmové spolupráci. A hlavně – paintball je skvělá zábava!

Už jste zkusili hrát paintball?

Při paintballu je nejdůležitější rychlost, postřeh, taktika, spolupráce a dobrá muška. Samotná hra se dá různě modifikovat a tak se nikdy nestává nudnou.

Existuje nespočet variant hry, ale většinou mají jedno společné. Vždy hrají dva týmy proti sobě. Cíle se mohou lišit. Jednou musíte získat vlajku soupeře, jindy bráníte vlastní, jindy musíte eliminovat všechny protihráče. Počet hráčů v týmu je libovolný a je omezený jen velikostí hrací

plochy. Hráči mohou dvě dvojice proti sobě, ale proběhly i hry, do kterých se zapojilo více než 500 hráčů na každé straně. Hra má časový limit (obvykle 10 minut, záleží na velikosti hrací plochy a počtu hráčů), takže se nemusíte bát dlouhého čekání, když dostanete zásah hned na začátku.

Paintballové zbraně sice vzdáleně připomínají skutečné pušky a pistole, ale pracují na principu stlačeného vzduchu nebo oxidu uhličitého. Vystřelují želatinové kuličky naplněné barvou. Jejich mířený dostřel je 30 až 45 metrů a většina z nich pracuje na poloautomatickém principu (jedno stisknutí spouště = jeden výstřel). Ústňová rychlost kuliček je 80 – 90 metrů za vteřinu.

Paintballové kuličky mají tenkou skořápku ze želatiny, která skrývá barevnou náplň. Ta je nejedovatá, neleptavá, vodou rozpustná a biologicky nezávadná. Snadno ji smyjete čistou vodou nebo mýdlem, a to jak z těla, tak z oblečení.

Když kulička hráče zasáhne, rozbije se a označí ho jasnou barvou. Označený hráč je vyřazen ze hry.

Velký důraz se při paintballu klade na bezpečnost. Všichni hráči

i rozhodčí musí povinně nosit speciální paintballovou masku, která chrání obličej a oči. Hřiště pro paintball jsou různá, přírodní nebo uměle vytvořená. Některá hřiště mají pevná vlajková stanoviště. Na jiných se stanoviště, překážky a někdy dokonce i směr hry mění každé tři měsíce. Pokud hřiště postrádá vegetaci, provozovatelé využívají staré pneumatiky, dřevěné palety a překliž-



ku pro vytvoření pevností, bunkrů a jiných míst pro hráčovo schování. Na dobře postaveném hřišti budete po celý den objevovat nové možnosti pro hru, aniž by se stala jednotvárnou.

Pravidla paintballu a spoustu dalších informací najdete na internetu – třeba na www.paintball.cz

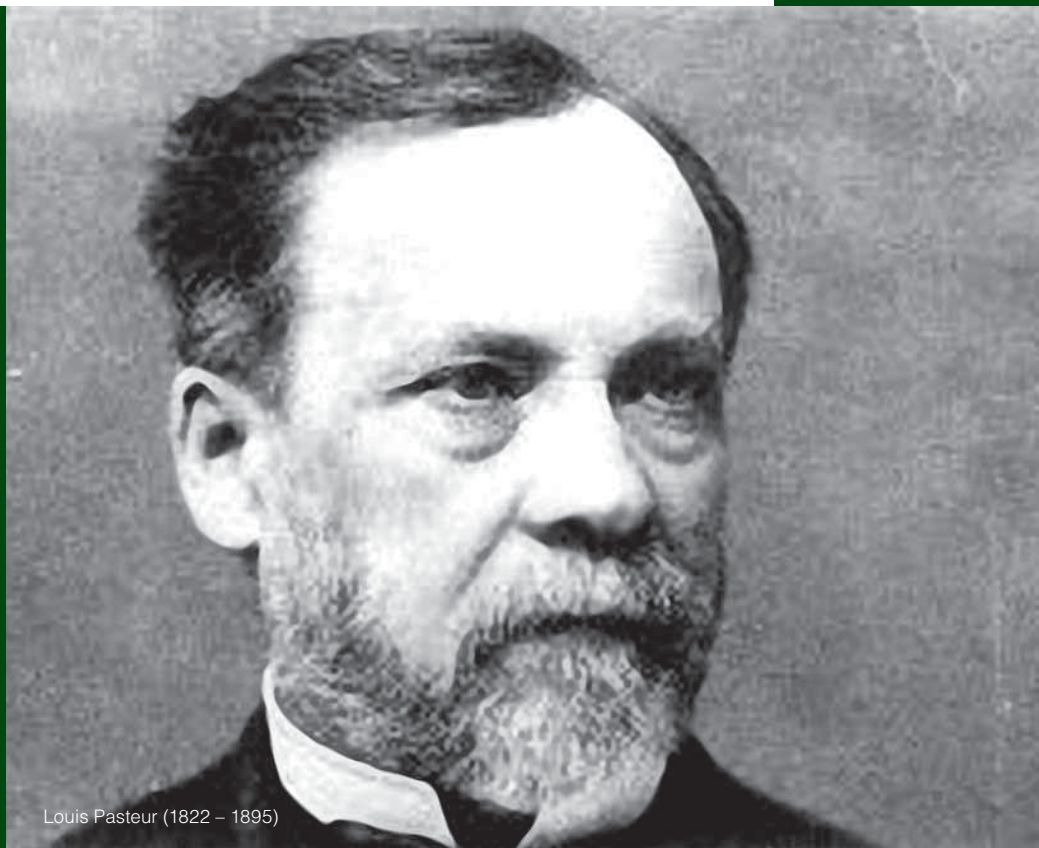
Co je lidskému oku sotva viditelné a přesto se s tím v určité formě setká každý z nás pravděpodobně alespoň jednou denně?

Co žije zpočátku v malé laboratorní zkumavce a za pár dní mu nestačí ani 100 m³ nádrž?

Co je malé a viditelné pouze pod mikroskopem, ale silné tak, že dokáže oživit těsto?

Pro ty, kteří ještě neuhodli...

správná odpověď zní samozřejmě „DROŽDÍ“.



Louis Pasteur (1822 – 1895)

Malé ale silné... Uhádnete, co to je?

Droždí neboli kvasnice je výrobek, bez kterého se neobejde výroba základní lidské potraviny – pečiva. U zrodu droždí stojí žijící mikroskopické organismy, které se nazývají *Saccharomyces cerevisiae* neboli pивní kvasinky.

Tyto buňky se běžně vyskytují ve vzduchu a usazují se na stěnách rostlin i potravin. Patří mezi houbové organismy, které se v cukerném prostředí za přítomnosti vzduchu přirozeně množí. Jejich důležitou a výjimečnou vlastností je to, že dokáží přirozeně přeměnit cukr přítomný v mouce na alkohol a oxid uhličitý. A právě oxid uhličitý vzniklý alkoholovým kvašením způsobuje nakypření těsta, které je tolik důležité proto, aby mělo pečivo požadovaný objem a chuť. Ty samé organismy mohou přeměnit také cukr z hroznů nebo chmele na alkohol a jsou

tudíž nepostradatelné i při výrobě vína nebo piva.

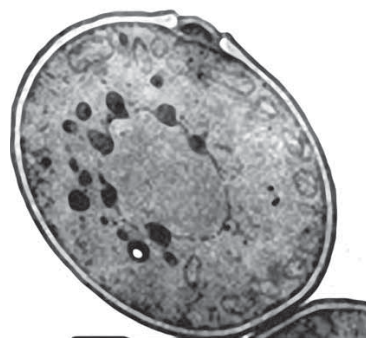
Jak to vlastně bylo?

Svůj první chléb člověk upekł před více než 6000 lety. Všeobecně se má za to, že se tak stalo ve starém Egyptě. Dlouho předtím se *Homo sapiens sapiens* živil jen tím, co nasbíral nebo ulovil. Z lovce a sběrače se stal v neolitické době zemědělec, který začal s plánovitým pěstováním rostlin a v jeho každodenním jídelníčku se objevily obilné kaše a placky.

Egyptané znali nejprve nekvašené chlebové placky, ale časem vypožorovali, že těsto vyrobené z mouky, vody a soli, které ponechali působení kvasinek ze vzduchu, přirozeně nakype. Takto

spontánně zkvašené těsto bylo po upečení v peci lehké, vzdušné a s chutnou kůrkou. Tento nevysvětlitelný proces, který pomáhá při výrobě pečiva, vína nebo piva, pojmenovali později vědci slovem „fermentace“.

Výroba kvašeného chleba se pak snadno rozšířila z Egypta i do okolního světa. Kvašený chléb



buňka *Saccharomyces cerevisiae*

se naučili péct Židé, kteří byli ve vyhnanství a v egyptském zajetí. Řekové převzali pečení chleba jednak od Židů prostřednictvím Féniciánů, ale také se s jeho výrobou seznámili řečtí obchodníci na svých cestách do Egypta. Díky své šikovnosti vylepšili Řekové techniku pečení chleba a začali

Už ve starověku bylo známo, že těsto ponechané při určité teplotě mění své vlastnosti, stává se houbovitým a má chuť příjemně nakyslou. Pečivo z něj pak bylo lépe stravitelné než z těsta, které těmito změnami neprošlo. Také se přišlo na to, že při přípravě chleba pomáhá ke zlepšování

výhodu, že se brzy kazily. Proto se objevovaly snahy prodloužit jejich trvanlivost hlavně odstraněním větší části vody a koncem 18. století vznikaly první drobné závody na jejich zpracování pro pekařské účely.

Ke zjištění charakteru sedlin

a přítomnosti mikroorganismů, našich známých kvasinek *Saccharomyces cerevisiae*, došlo teprve počátkem 19. století po zdokonalení mikroskopu a mikroskopické techniky. Velký podíl na vědeckém vývoji patří Louisi Pasteurovi, který v roce 1860 potvrdil, že fermentaci, čili kvašení, způsobují živé organismy, které mají co do činění s pivními kvasinkami. Svým objevem dokázal, že droždí může žít jak za přístupu, tak i nepřístupu vzduchu. V prvním případě umožňuje přítomnost vzduchu pivními kvasinkám se množit, v druhém případě u nich absence vzduchu vyvolává fermentační proces.

S poznáním kvašení a kvasných pochodů, které se hojně použí-

valy zvláště v lihovarnictví, se objevily snahy připravit kvasinky jinými cestami i jako výrobek. A tak spatřil světlo světa drožďařský průmysl a lisované pekařské droždí. Vlastní vznik se datuje rokem 1860, kdy byla ve Vídni založena první drožďárna. První pokusy o průmyslovou výrobu droždí byly ještě před tímto datem učiněny v Holandsku a Anglii, kde byl způsob výroby znám jako „pěnový“ nebo „holandský“. První výrobky však byly tekuté, a proto měly v dané době řadu nevýhod. S lisováním droždí na obyčejných ručních lisech se setkáváme až po roce 1800. Pro „vídeňský“ způsob výroby droždí se jako suroviny používalo mleté kukuřice a žitného a sladového

Pamatuj si dobře:

„Olomalt!“



je jméno, jež každý zkušený pekař musí znát, protože „Olomalt“, sladový výtažek a „Olomalt“, sladová moučka jsou přísady, jimiž se docílí znamenitého pečiva. Pečivo s OLOMALTEM těší se velké oblibě a přináší všem užitek.

**AKCIOVÁ
DROŽDÁRNA
A LIHOVAR**
dr. S. Singer & Hamburger,
OLOMOUC,
oddělení: sladové přípravky

kromě pšenice používat i ječmen a žito. Stejně rychlý pokrok udělali i Římané, které do té doby přezdívali „kašožrouty“. 30 let před naším letopočtem měli už Římané přes 300 pekárny a římské pekaři vynikali svou fantazií při výrobě těch nejrůznějších druhů a tvarů chleba. Z Říma se přeneslo pečení moučného těsta do Galie a Germánie a s Římany se dostali do kontaktu i staří Slované, kteří přišli na naše území v 6. století.

Od kvásku k droždí

Zjištění změn, kterým podléhá těsto připravené z mouky, vody a soli, je tedy velmi staré a je spojeno s vývojem pekařství.

těsta zbytek z předcházejícího pečení, tzv. kvásek. Kváskem, který se uchovával v dílce, se těsto zakvašovalo ještě ve středověku.

Až v 17. století byly částečně odhaleny příčiny změn kypření těsta. Stalo se tak proto, že byly ke kypření těsta použity pivovarské usazeniny. Sedlina vzniklá při přípravě piva zkyprňovala těsto nejen stejně dobře jako za použití kvásku, ale i mnohem rychleji. Přesto byly pivní sedliny označeny za zdraví škodlivé a teprve v roce 1670 bylo zákonem povoleno pečení chleba za použití usazenin z piva. Tyto pivovarské kvasnice používané v pekařství byly tekuté a měly bohužel tu ne-

ČISTÉ LIHOVÉ
DROŽDÍ

■

Hejčínský cukrovar,
líhovar a droždárna, dříve

Bratří
A.&H. May-ů

akciová společnost
v Olomouci-Hejčíně.

■

Chvalně známé nej-
přednější jakostí, nejvyšší
kvasivosti a trvanlivostí.

Při upotřebení vydatné a úsporné.

Založeno 1853

šrotu. Hustá pěna obsahující kvasnice se po vykvašení sbírala ručně. Tento neefektivní manuální sběr byl postupem času vytlačen používáním odstředivek a původní vídeňský způsob výroby droždí byl nahrazen progresivnějším „větracím“ způsobem, při kterém se využilo poznatku, že kvasinky se intenzivně množí za přístupu vzduchu. Kolem roku 1900 se přišlo na to, že místo obilí, jakožto základní suroviny pro výrobu droždí, je možné použít melasu, která je vedlejším produktem při zpracování cukrové řepy. Koncem

19. a začátkem 20. století se metody výroby droždí stále vylepšovaly. Snahou těchto způsobů bylo co nejdokonalejší využití surovin v nejkratším možném čase, optimální využití kapacity droždárny a dosažení maximální výtěžnosti droždí.

A jak je to dnes?

I když je dnešní výroba droždí založena na vědeckých poznatcích a pro její úspěšné zvládnutí se využívají moderní technologická

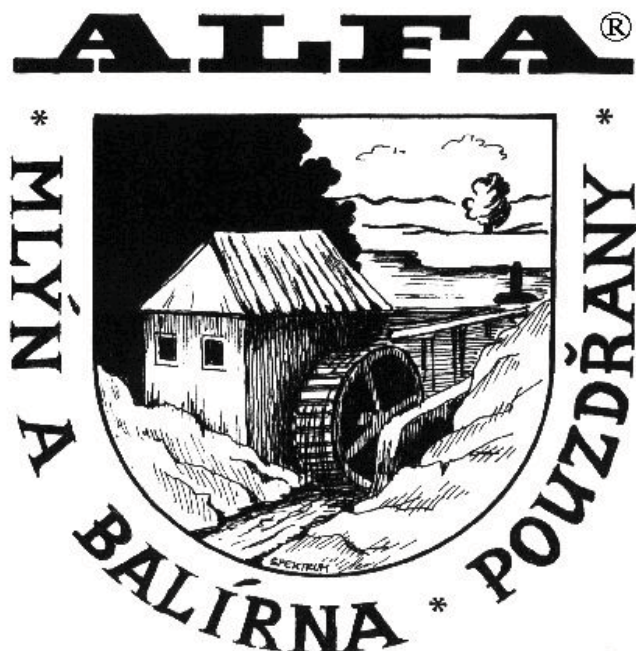
zařízení, její princip je v podstatě velmi jednoduchý:

- Proces výroby začíná v laboratoři v malé zkumavce o objemu několika mililitrů, kde je nasazena čistá kultura kvasinky *Saccharomyces cerevisiae*.
- V prostředí, které obsahuje cukr (z melasy), za přítomnosti kyslíku a přídavku živin, kvasinková buňka velmi rychle roste a rozmnožuje se.
- Postupně se v několika fermentačních stupních získává požadované množství droždí.
- Po skončení fermentace se zbytky melasy a živin z růstového prostředí oddělí na separátorech a tím se získá tzv. kvasničné mléko.
- Z kvasničného mléka se odstraní část vody na vakuových filtrech a droždí je vylisováno do velkospotřebitelského nebo malospotřebitelského balení.
- Zabalené droždí je umístěno v chlazeném skladě a následně expedováno zákazníkům v chlazených vozech.

Malé, ale silné... tak teď už víte, co dává život těstu. V dnešní době se v České republice spotřebuje ročně přes jeden milion tun chleba, rohlíků, vánoček a ostatních druhů kynutého pečiva. I přes nepopíratelný rozvoj v pekařských technologiích tedy zůstává pekařské droždí jednou z nejdůležitějších přísad v pekařském průmyslu.

Použitá literatura a prameny:

- Kettnerová, M.: Historie drožďářství v Olomouci – 2001.
Grégr, V.: Chemie a technologie drožďářství – 1957.
Broncová, D.: Historie pekárství v českých zemích – 2001.



Na naše otázky odpovídal ing. Marek Feith, ředitel firmy ALFA mlýn a balárna Pouzdřany.

Jaká byla letošní úroda?

Můžete nám ve stručnosti představit Vaši produkci?

Naše firma ročně semele cca 8 tisíc tun pšenice a 2 tisíce tun žita. Dále zpracováváme ječmen na kroupy, loupeme hrách, balíme produkty zdravé výživy a vyrábíme vaječné těstoviny. Výrobky expedujeme vlastními nákladními vozidly volně, v pytlích nebo ve spotřebitelském balení.

Jaká byla letošní sklizeň obilí? Můžete ji nějak charakterizovat?

Sklizeň obilovin letos začala s třítýdenním předstihem oproti loňsku. Vzhledem k suchému jaru a létu se sklízely obiloviny s nižší objemovou hmotností přibližně 6,5 miliónů tun obilovin s průměrným výnosem u pšenice zhruba 4,5 – 5 t/ha.

Situace však nebyla ve všech oblastech stejná. Například v Polabí a na Hané sklizeň nabídla rekordní výnosy 7 – 8 t/ha. Naopak na Znojensku nebo na Břeclavsku byly výnosy malé jen 3 t/ha. Celkově se sklizeň v České re-

publice zvýšila asi o 10 % oproti loňsku. Přesto cena obilí začala strmě růst. Příčiny jsou zřejmé: nízká sklizeň v mnoha částech světa, nepříznivé počasí v Evropě a také stav zásob ze staré sklizně.

V současné době dochází k masivnímu vývozu do Německa, Itálie a dalších zemí, kde byla úroda pod normálem. K 20. 9. 2007 je odhad vývozu několik set tisíc tun obilovin. Vyváží se jak potravinářská pšenice, tak i krmná. Na strmý cenový růst pšenice musí pochopitelně pružně reagovat mlynáři a kopírovat ceny nabízené obchodníky. Cena u pšenice se od sklizně zvýšila o 1 500 – 2 000 Kč/t a proto musí dojít k prudkému cenovému růstu pekařských mouk.

A jaká byla letošní úroda pšenice?

Díky suchu má většina pšenic nižší objemovou hmotnost. Z hlediska pekařských vlastností mají pšeničné mouky relativně vyšší

obsah proteinů, což je z hlediska pekárenství příznivé. Pšeničné i žitné mouky mají nižší amylolytické aktivity a proto i nižší stupeň poškození zrn. Může se zpomalovat kvasný proces při zrání těsta. Reologické vlastnosti mouk svědčí o vyšší pekařské kvalitě. Těsta jsou spíše kratší, ale dobře zpracovatelná.

A slovo na závěr?

Chtěl bych podotknout, že mlýny v ČR ročně zpracují cca 1,2 mil. tun potravinářské pšenice a 120 tis. tun potravinářského žita. Začínáme se obávat, jak bude domácí trh zabezpečen dostatečným množstvím kvalitní suroviny. Česká republika nemá k dispozici žádné administrativní nástroje pro ochranu vnitřního trhu a nelze tedy počítat s jakoukoliv tržní regulací. Skokové změny mouk bude třeba promítnout do cen finálních pekařských výrobků.

Uveřejněné názory nemusí nutně vyjadřovat stanovisko vydavatele.

Vánoční vídeňská štola

Rádi byste svým zákazníkům připravili jedinečný pekařský výrobek – pochoutku, kterou si zpřijemní vánoční čas? Rozšířte svůj sortiment výrobků o Vánoční vídeňskou štolu. Potěšíte své zákazníky.

Vánoce v pekárně již dávno nejsou pouze o vánočkách a cukroví. Lidé rádi zkoušejí nové výrobky a zpestřují si vánoční stůl. Vyzkoušejte Vánoční vídeňskou štolu, vaši zákazníci ji budou milovat!

Recepturu sestavili pekaři – technologové společnosti Lesaffre Česko, a.s. O přesném znění receptury, a zejména o správném tvarování štol, jsme se také poradili s kolegy – pekaři v našem sesterské závodě – Lesaffre Austria ve Vídni. Představujeme

vám tak recept a postup, se kterým upečete opravdu výborné štol. Dva výrobky z našeho sortimentu – směs Croissant mix a zlepšující přípravek Magimix soft – vám výrobu zrychlí a usnadní.

POSTUP VÝROBY	Typ mísičního zařízení	Spiral
	Total	68°C
	Mísení	3 + 5 min.
	Teplota těsta	25°C
	Dělení	550 g
	Zrání	20 min.
	Tvarování	štola
	Kynutí	50 – 90 min., 35°C / 75 %
	Pečení	10 min./180°C, 35 min./160°C
	Potřít rozpuštěným máslem a posypat nevlhnutím cukrem	

TĚSTO		
Surovina	Hmotnost v gramech	Dávka v % na množství mouky
Pšeničná mouka	1 000	100
Voda	200	20
Droždí	70	7
Croissant mix (pekařská směs)	150	15
Cukr	100	10
Máslo	200	20
Citropasta	5	1
Magimix soft (zlepšující přípravek)	50	5
Vejce	20	2
Rozinky	300	30
Kandované ovoce	300	30
Rum	100	10
Hmotnost	2 495	



Z těsta vytvarujte oválné bochánky o váze přibližně 550 gramů a nechte je zrát přikryté 20 minut



V 1/3 bochánku vytvořte pekařským válečkem podélný žlábek



Rozšířte žlábek na plochu cca 5 – 8 cm



Vyválenou část přeložte dovnitř žlábků

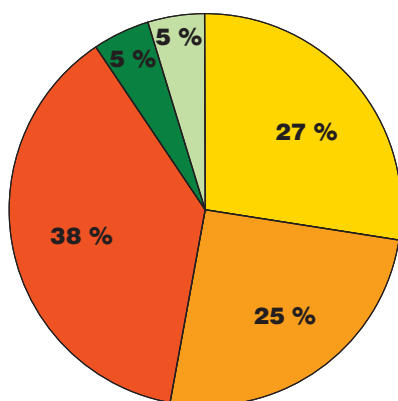


Válečkem vytvořte druhý žlábek



Jemným stlačením bochánku po jeho bocích získáte konečný tvar štol

Upřednostnil(a) byste, konkrétně při nákupu pečiva či chleba, pekařské výrobky se značkou BIO produkt?



- ano, ale pouze pokud by BIO pečivo bylo za stejnou cenu jako ostatní pečivo,
- ano, a za BIO pečivo jsem ochotna (ochoten) si připlatit,
- ne, při nákupu pečiva a pekárenských výrobků se neřídím značkou BIO,
- nevím, co značka znamená, co si pod značkou BIO představit,
- nevím

Pečivo v bio kvalitě? Ano!

Unikátní výzkum

Exkluzivní výzkum chování českého spotřebitele pro náš časopis Vlaštovka realizovala společnost GfK Praha, s.r.o.

V letošním říjnu realizovala společnost GfK exkluzivně pro náš časopis rozsáhlý výzkum zaměřený na nákupní rozhodování české veřejnosti v oblasti tradičního pečiva a pečiva v bio kvalitě. Reprezentativnímu vzorku populace v rozsahu 500 respondentů ve věku 15–79 let byla položena otázka:

Upřednostnil(a) byste, konkrétně při nákupu pečiva či chleba,

pekařské výrobky se značkou BIO produkt?

A co jsme se dověděli?

Pro ty z vás, kteří nemilujete grafy, jsme pro vás připravili shrnutí v níže uvedených bodech. Ostatní si mohou grafy detailně prostudovat.

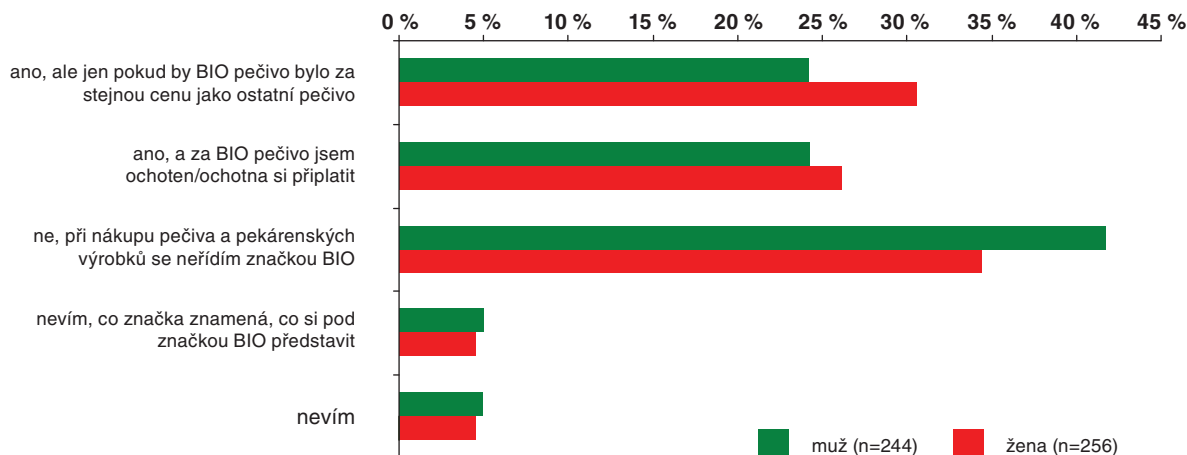
- Polovina dotázaných by upřednostnila při nákupu pečiva či chleba pekařské výrobky se značkou BIO produkt
- Čtvrtina dotázaných připouští, že by byla za značku BIO ochotna si připlatit
- Více žen než mužů by upřednostnilo při nákupu pečiva či chleba

pekařské výrobky se značkou BIO produkt (ženy 57 %; muži 48 %)

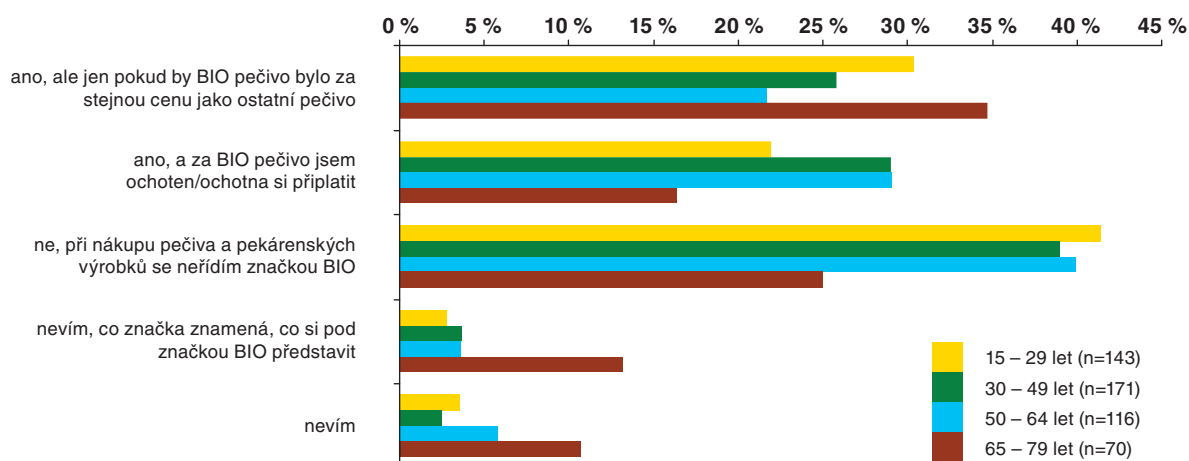
- Největší podíl osob, které si pod názvem BIO neumí nic představit, nebo neví, čemu by dal(a) přednost, je mezi lidmi staršími 65 let (24 %) a lidmi se základním vzděláním (20 %)
- Největší podíl osob, které se při nákupu pečiva a pekárenských výrobků neřídí značkou BIO, je mezi lidmi se středoškolským vzděláním a bez maturity/vyučenými (43 %)
- Nejvíce osob ochotných si za značku BIO připlatit je na jižní Moravě (29 %) a nejméně v severních Čechách (18 %)

n: celkový počet respondentů 500

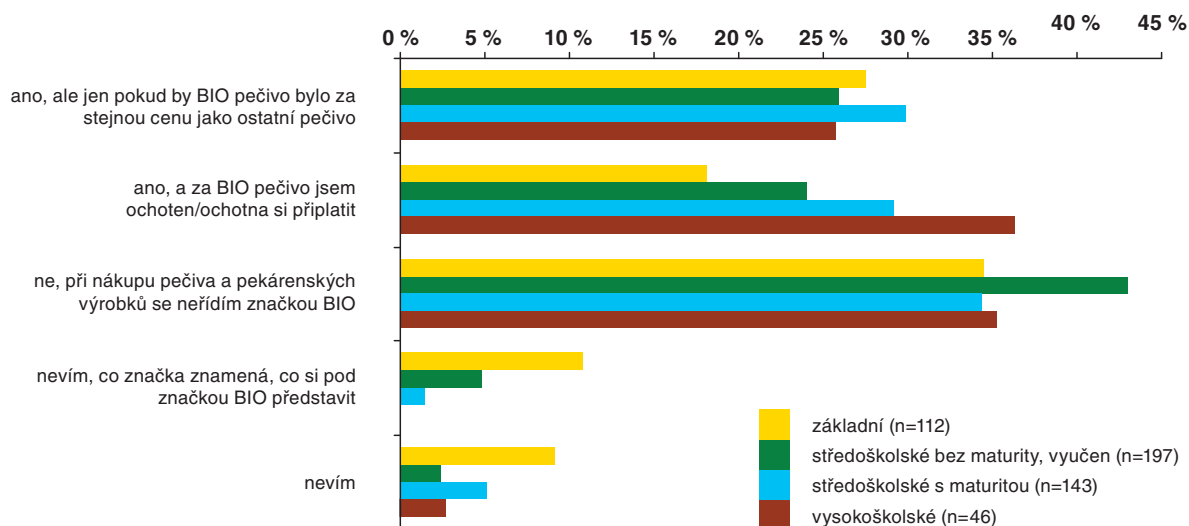
Preference BIO produktů dle pohlaví



Preference BIO produktů podle věku

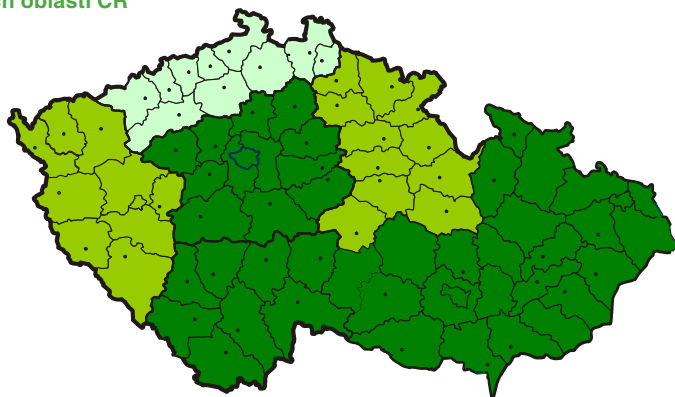
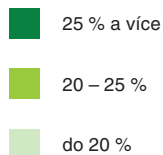


Preference BIO produktů podle vzdělání



Ochota si připlatit za BIO pečivo dle jednotlivých oblastí ČR

Průměr za ČR:
25,2 % respondentů je ochotno
si za BIO potraviny připlatit



Biopotraviny – trend dneška

Trh s biopotravinami celosvětově roste. Kouzlo bio stylu objevují také čeští spotřebitelé, i když si podle jednoho z průzkumů žádnou bio značku nedokázali spontánně vybavit. Již potřetí bylo v České republice vyhlášeno září měsícem biopotravin a ekologického zemědělství.

Nákup biopotravin ve světle výzkumu

Celosvětově tvoří biopotraviny nejrychleji rostoucí segment trhu s potravinami. Společnost pro výzkum trhu a veřejného mínění GfK provedla v červenci 2007 průzkum mezi 500 lidmi od 12 let výše na téma nákupu biopotravin a produktů ekologického zemědělství v ČR.

Pravidelně podle průzkumu nakupují biopotraviny 4 % respondentů, občas téměř polovina dotázaných (přesně 45 %). O biopotravinách slyšelo, ale zkušenost s nimi zatím nemá, 49 % dotázaných. Naopak nikdy o biopotravinách neslyšela 2 % dotázaných. Více nakupují biopotraviny ženy než muži. Preference biopotravin je častější v kategoriích mléčných výrobků, pečiva, těstovin a ovocných šťáv.

Zároveň však podle průzkumu mají Češi velmi nejasnou představu o tom, co se pod označením „bioprodukt“ skutečně skrývá. 80 % dotázaných si nedokázalo vybavit žádnou konkrétní značku bioproduktů. 12 % zase uvádělo značky, které do této oblasti nepatří.

Co jsou to vlastně biopotraviny?

Biopotraviny jsou ekologicky vyprodukované potraviny od zemědělců, kteří se v péči o půdu a rostliny obejdou bez průmyslových hnojiv a pesticidů, herbicidů a fungicidů (tedy jedů proti „nežádoucím“ živočichům, rostlinám a houbám) a kteří poskytují svým zvířatům dostatek péče, kvalitního krmiva a životního prostoru pro pastvu a odpočinek.

Pravé a certifikované biopotraviny jsou v České republice označené



grafickým logem „bio“ (případně jeho schválenými modifikacemi) s nápisem „Produkt ekologického zemědělství“.



Jak získat logo „bio“?

Pravidla pro udělování grafického loga „bio“ jsou na rozdíl od některých značek kvality jasně definovaná zákonem č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství, a nařízením Rady (EHS) č. 2092/91. Grafické logo „bio“ je státní značka ve vlastnictví ministerstva zemědělství. To také pověřuje k činnosti kontrolní organizace, které přímo na ekologických farmách a ve výrobních biopotravin pravidelně kontrolují, zda jsou pravidla ekologického zemědělství dodržována. Pokud ano, obdrží biologický zemědělec nebo výrobce biopotravin osvědčení (certifikát), že se jedná o bioprodukt. Pouze certifikované biopotraviny lze označovat grafickým logem „bio“.

Správně označená biopotravina obsahuje kromě loga „bio“ také kód kontrolní organizace, která daný produkt kontrolovala. V současné době jsou ministerstvem zemědělství k výkonu kontrolní a certifikační činnosti v ekologickém zemědělství pověřeny tři organizace: KEZ, o.p.s., ABCERT

GmbH a Biokont CZ, s.r.o. Podle kódu kontrolní organizace na obale biopotravin lze poznat, která kontrolní organizace daný produkt kontrolovala a certifikovala. Kódy kontrolních organizací jsou následující: CZ-KEZ-01, CZ-ABCERT-02 a CZ-BIOKONT-03

Rezervy ve výrobě biopotravin

Podle tiskové zprávy ministerstva zemědělství z 31. 8. 2007 hospodařilo v roce 2005 v ČR ekologicky 829 podniků, v roce 2006 jich bylo 963 a do května 2007 to bylo již 1146 podniků. Pro srovnání: v Německu se například v loňském roce hospodařilo na 17 557 ekofarmách, v Ugandě na 50 000 kontrolovaných ekologických farmách.

V Česku bylo ke konci roku 2006 certifikováno 152 výrobců biopotravin. Vloni byl v ČR maloobchodní obrát s biopotravinami 760 milionů korun. Méně potěšitelný je však fakt, že dovoz bioproduktů převažuje nad domácí produkcí.

Za co si tedy spotřebitel připlatí, rozhodne-li se pro bio? Především za fakt, že nakupuje produkty méně chemické a přírodně vyráběné. Bio zaručuje jistou kvalitu. A v určitém smyslu je to investice do zdraví.

Spolehlivý a praktický automobil – neocenitelný pomocník pekařů

Důležitým pomocníkem každého pekaře řešícího problém s dopravou je automobil. Spolehlivý partner a přítel na cestách může být VW Transporter. Jeho služby využívají policisté, celní správa, záchranná a horská služba.

Již půl století se můžeme s těmito vozy setkávat na cestách, nyní s pátou generací. Vůz lze pořídit i s pohonem všech kol 4Motion, v čemž má VW oproti konkurenci velké plus. Velmi bohatá škála provedení je uzpůsobena potřebám zákazníků tak, aby vůz vyhovoval jejich používání. Motor TDI se u VW vyznačuje velkou hospodárností, spolehlivostí a dynamikou. Mimořádně tuhá karosérie s airbagem řidiče a ABS je zárukou bezpečnosti.

Přístup do nákladového prostoru je řešen buď přes zadní výklopné, či křídlové dveře a dále přes boční posuvné dveře.

Vůz je odolný vůči korozi (12 let záruka), výborně se ovládá a k jeho řízení stačí vždy řidičský průkaz skupiny B.

Pekaři často využívaná nástavba se může dodatečně upravit českými výrobci.

Transporter představuje slušný poměr ceny a užité hodnoty. Důkazem je stále velká poptávka po starších vozech této značky.



Slosovateľná křížovka o ceny

Tajenku zasílejte do 31. 12. 2007
prostřednictvím e-mailu nebo
pošty.

1. e-mail

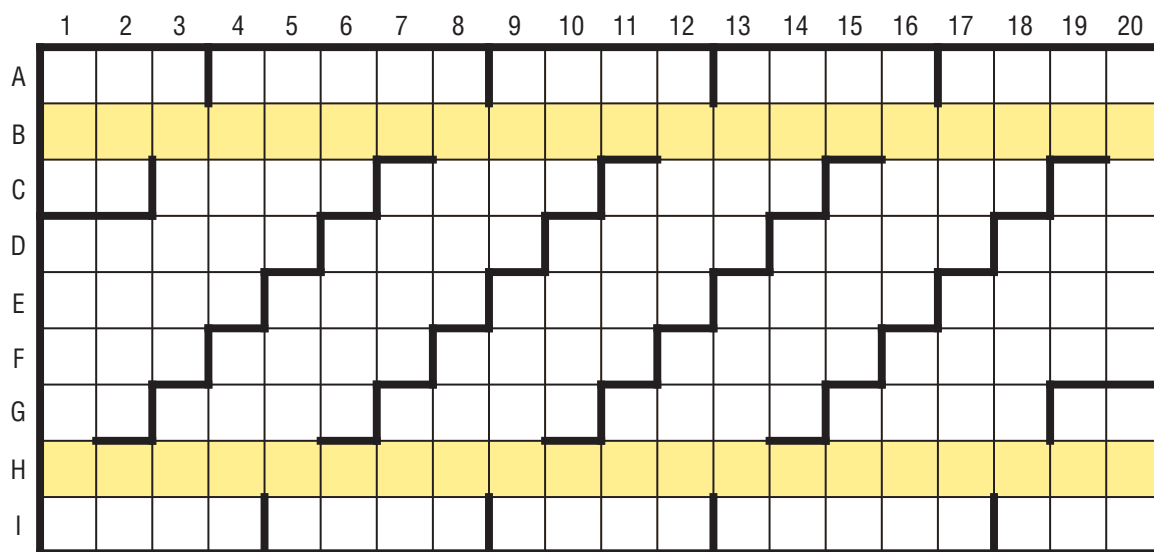
Pošlete tajenku s přesnými kontaktní-
mi údaji na adresu:
redakce@admark.cz,
předmět: vlaštovka_křížovka

2. pošta

Obálku v levém horním rohu označte
čitelným nápisem Vlaštovka a ne-
zapomeňte připojit kontaktní údaje.
Takto označenou obálku zašlete na
adresu:

AdMark, s.r.o.,
Pavlaína Pátíková,
Na Bystřičce 740/26,
772 00 Olomouc

**Tři vylosovaní luštitelé obdrží
zapékací keramickou misku.**



Vodorovně: **A** – Původce nemoci; souhvězdí; pusa; muž; lék k mazání. **B** – 1. část **TAJENKY**. **C** – Zkr. voltampéru; spolek; bál; americká herečka (Cameron); nízká cena; plošná míra. **D** – Rouška; scedit; přechod přes řeku; koryši; druh ohniště. **E** – Hroznovitě květenství; pražský železář; projekt; muži; Zolův román. **F** – Horská jezírka; mimoděk; slitina Fe a Al; syntetický kaučuk; kus horniny. **G** – Zájmeno; ovocné zahrady; krátký hřebík; sondy; zn. tuku; předložka. **H** – 2. část **TAJENKY**. **I** – Dvih; netečný plyn; proudit; Jiráskovo jméno; rodový znak.

Svisle: **1** – Velmi krátké vlny; část sporáku. **2** – Běloveská kyselka; lesklé nátěry; název zn. poloměru. **3** – Svinovací závěs; zkratka identifikace vozidel. **4** – Výrůstek v klásku trav; tmavé plochy na Měsíci. **5** – Hlavní město Lotyšska; radioaktivní prvek. **6** – Izolační lepenka; výrobce televizorů; chem. zn. helia. **7** – Bujný kůň; vory; celní poplatek. **8** – Nenalévat; zn. kosmetiky. **9** – Konto; plavat. **10** – Zkr. strojní traktor. stanice; záblesk; název značky fosforu. **11** – Chem. zn. teluru; hutní výrobek; větší množství. **12** – Letadlo; bratr (básnický). **13** – Zima; nádoba na nošení uhlí. **14** – Louka u lesa; údery; římských 49. **15** – Západočeské město; silné provazy; 12,5 x 8. **16** – Opeřenci; směs koření. **17** – Směti; usazenina. **18** – Latinský pozdrav; návrky sahající přes kotníky. **19** – Sportovní zkratka; mužské jméno; žlutohnědé barvivo. **20** – Orientální pokrývka hlavy; listnáč.

Nápověda: ALIT; ARZE; IPA; LAZ



Pečivo ze směsí Inventis je přesně takové, které si spotřebitelé žádají:

- svým složením podporuje zdravý životní styl,
- svým vzhledem zaujme,
- má různé chutě a vůně,
- je atraktivní.



Vyberte si směsi pro výrobu chleba a pečiva ze sortimentu značky Inventis.

Vaši spotřebitelé si ho oblíbí a budou ho kupovat. A vaše tržby za chléb a pečivo porostou!

Nabízíme vám originální způsoby podpory prodeje hotového pečiva.

Poradíme, pomůžeme, doporučíme a dodáme způsoby, jak zavést prodej pečiva ve vašich prodejnách a následně ho udržet.

www.lesaffre.cz

Jsme tu pro vás. Kontaktujte nás prosím!

**Radim Broda**

vedoucí prodeje – pekárny
(Morava a Slezsko)

tel.: 587 419 302
mobil: 602 358 395
e-mail: broda@lesaffre.cz

**Josef Felgr**

vedoucí prodeje – pekárny
(Čechy)

tel.: 311 637 355
mobil: 606 710 054
e-mail: felgr@lesaffre.cz

**Zdeněk Böhm**

pekař – technolog
(kraj Karlovarský, Plzeňský,
Středočeský, Jihočeský)

tel.: 311 637 654
mobil: 606 730 319
e-mail: boh@lesaffre.cz

**Jan Pavlů**

pekař – technolog
(kraj Pardubický, Olomoucký,
Moravskoslezský)

tel.: 587 419 367
mobil: 606 780 057
e-mail: pavlu@lesaffre.cz

**Zdenek Řehák**

pekař – technolog
(kraj Zlínský, Jihomoravský)

tel.: 587 419 367
mobil: 606 780 172
e-mail: reh@lesaffre.cz

**Tomáš Zapletal**

pekař – technolog
(kraj Vysočina, Středočeský,
Jihočeský)

tel.: 587 419 367
mobil: 606 727 602
e-mail: zapletal@lesaffre.cz

**Ondřej Cedidla**

marketing manager

tel.: 587 419 297
mobil: 602 749 553
e-mail: cedidla@lesaffre.cz

**Zdeněk Složil**

obchodní ředitel

tel.: 587 419 260
mobil: 602 752 624
e-mail: slozil@lesaffre.cz

LESAFFRE ČESKO