

vlastovka

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



**19 % zákazníků
sleduje obsah
konzervačních látek**

Unikátní výzkum... / strana 21

**Fontík – první mléčná žemlička
pro děti / strana 19**

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

NOVINKA V NABÍDCE LESAFFRE ČESKO

Margaríny Milla



Milla fritter

100% čistý, neztužený palmový tuk pro přípravu fritovaných pokrmů a pečiva připravovaného na tuku; vhodný pro fritézy, sklopné pánve a grilovací desky.

- stabilní při vysokých teplotách
- úsporné použití

Balení: karton 10 kg – 4 x blok 2,5 kg v plastové fólii



Milla soft

Jemný, měkký rostlinný tuk neztužený pro univerzální použití do těst k výrobě chleba a pečiva, na smažení, pečení a fritování.

- dobrá křehkost hotového pečiva
- ve srovnání s olejem lepší zachycení plynu a plastičtější těsta

Balení: plastový kbelík 15 kg



Milla creme

Margarín z čistě rostlinných tuků a olejů pro přípravu krémů a lehkých sypkých těst s velice dobrým chováním při rozpouštění.

- díky použití speciálních emulgátorů se dá hodně vyšlehat do pěny a má velmi dobrou stálost
- dobrá stabilita, pevnost v řezu, velký objem

Balení: karton 10 kg – 4 x blok 2,5 kg v plastové fólii



Milla back

Margarín z čistě rostlinných tuků a olejů pro výrobu křehkých, kynutých a různých třeňých těst. Dobře se hodí také pro bílé pečivo.

- dobrá stabilita, dobře váže tekutiny a dá se kompaktně vyšlehat do nadýchané pěny
- velmi dobrá tažnost a vhodnost ke strojovému zpracování

Balení: karton 10 kg – 4 x blok 2,5 kg v plastové fólii



Milla block

Univerzální margarín z čistě rostlinných tuků a olejů vhodný k výrobě křehkých, kynutých a různých třeňých těst. Dobře se hodí k použití v teplé i studené kuchyni.

- dobrá stabilita, dobře váže tekutiny a dá se kompaktně vyšlehat do nadýchané pěny
- bez konzervantů

Balení: karton 10 kg – 4 x blok 2,5 kg v plastové fólii



Milla zieh

Margarín z čistě rostlinných tuků a olejů obzvláště vhodný pro listová těsta, ale i pro croissanty a plundrové pečivo.

- velký objem a rovnoměrné dělení listů
- dlouhotrvající čerstvost pečiva, stabilní aroma při pečení

Balení: karton 10 kg – 4 x blok 2,5 kg v plastové fólii



Milla ziehplatte

Tažný margarín z čistě rostlinných tuků a olejů pro výrobu listových a plundrových těst.

- dobrá stabilita, dobrá plastičnost a odolnost vůči vysokým teplotám
- racionální zpracování deskovou formou

Balení: karton 10 kg – 5 x plát 2 kg v plastové fólii



Milla plunderplatte

Margarín z čistě rostlinných tuků a olejů vhodný pro jemné, aromatické croissanty, plundrová a listová těsta.

- dobrá stabilita, dobrá plastičnost a odolnost vůči vysokým teplotám
- jemná chuť, dobré tavení a dlouhotrvající čerstvost pečiva

Balení: karton 10 kg – 5 x plát 2 kg v plastové fólii

Výhradní distributor pro ČR: Lesaffre Česko, a.s., Hodolanská 32, 772 00 Olomouc

S jarem se vrátila i Vlaštovka!

Doufám, že jste ve zdraví přežili zimní měsíce, předvánoční zmatky, následné vánoční přejídání a nakonec bouřlivé oslavy nového roku. Mám pro vás dobrou zprávu: Jaro je už vážně na spadnutí. Dny jsou delší a život se zdá být veselejší. A je tu také druhé číslo Vlaštovky, které vás má opět inspirovat, informovat a bavit. Co jsme tentokrát připravili?

Pokračujeme v seriálu o českých, moravských a slezských pekárnách. Dozvíte se, jak na to jdou v Pekařství Jan Hankovec a ve firmě Vašíček – pekařství a cukrářství.

Opět jsme soutěžili – dospělí hráli bowling a děti malovaly obrázky. Bowlingový turnaj byl součástí vydatného předvánočního večírku spojeného s křestem prvního čísla Vlaštovky. Dětská soutěž v dokončení obrázků NOLI, které nám poskytlo Dětské centrum 1990, už také zná svého vítěze, který se raduje z dětského domečku. A soutěžit se bude i v Paříži, kde se utkají nejlepší pekaři z celého světa, na výstavě Europain 2008. O tom všem najdete více na následujících stránkách.

V tomto čísle se také dozvíte něco o dalším z mnoha zahraničních poboček skupiny Lesaffre, tentokrát o firmě Lesaffre Polska.

Minule jsme přinesli malý průzkum na téma BIO pečivo. Pokud vás tento trend zaujal a ještě nejste mezi hrstkou těch, kteří už pečou BIO, najdete v tomto čísle více informací, jak na to.

Další díl seriálu o droždí vás možná přesvědčí, že nejsou kvasnice jako kvasnice. Tihle „rozmnožovací atleti“ nejsou všichni desetibojaři jako Roman Šebrle. Například pan Železný určitě umí také rychle běhat, ale oštěp mu jde přece jenom nejlépe. Kromě „desetibojařského droždí“, které funguje v podstatě vždy a všude, existují ještě specialisté na „oštěp“ a „skok do dálky“ – v našem případě na kyselá těsta a těsta s vyšším obsahem cukru. Více najdete uvnitř čísla.

Z našich novinek tentokrát představíme mléčnou směs, surovinu pro přípravu výrobků pro dospělé i pro děti. A jak jsme slíbili minule, budeme se věnovat droždí v tekuté podobě pro velké pekárny.

Představíme také naše kolegyně a kolegy z pobočky v Králově Dvoře.

Přeji vám příjemné čtení.

Tomáš Pošík



Soutěž Noli / Pečeme BIO – semináře
/ Mistrovství světa pekařů

4 tiskové zprávy

Soutěž v bowlingu / Křest Vlaštovky
/ Vánoční večírek zaměstnanců

6 personalistika

Expedice Králův Dvůr

6 o firmě

Lesaffre Polska S.A. / Polská pobočka Lesaffre

7 představujeme

Pekařství Jan Hankovec
/ Vašíček – pekařství a cukrářství

9 rozhovor

Tekuté droždí pro průmyslové pekárny

15 pekařina

Zkuste to pěšmo, kolmo, lodmo, lyžmo
s CK Kudrna

16 životní styl

Speciální droždí

17 droždí

Čokoláda a čokoládové polevy

20 technologie

Co zajímá zákazníci při nákupu chleba
a pečiva? Unikátní výzkum
/ Kdy uvádět tzv. výživová tvrzení?

21 ekonomika

Radíme: pekařská prodejna

24 radíme

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, Dita Müllerová, René Müller, Tomáš Podivinský, Zdeněk Složil

Fotografie na titulní straně: 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., Hodolanská 32, 772 00 Olomouc

Číslo a den vydání: 2. číslo, vydáno

Evidenční číslo: MK ČR E 17878

Uzávěrka tohoto čísla byla 29. 2. 2008

Soutěž „Namalujte si svůj NOLI obrázek“ slavila úspěch!

V minulém čísle Vlaštovky jsme vás informovali o probíhající spolupráci mezi společností Lesaffre Česko, a.s. a Dětským centrem 1990 v Topolanech u Olomouce.

V rámci této spolupráce jsme v roce 2007 uspořádali soutěž s naší značkou čerstvého domácího droždí NOLI. Na vnitřní straně obalů nacházeli spotřebitelé obrázky vytvořené klienty Dětského centra Topolany. Tyto kresby si mohli všichni zájemci stáhnout z našich internetových stránek www.noli.cz buď v podobě černobílých nedokončených obrázků nebo jako barevnou tapetu do svého počítače. Soutěž byla určena především dětem rodičů, kteří si zakoupili droždí NOLI a stáhli si kresby z internetu. Tyto obrázky mohli dokončit děti i jejich rodiče podle vlastní fantazie a hotové zaslat zpět na adresu naší společnosti.

Každý, kdo zaslal obrázek a splnil další podmínky soutěže, byl odměněn kuchařkou s droždím NOLI a barevnými pastelkami. Všechny obrázky byly navíc zařazeny do závěrečného slosování o dětský plastový domeček. Slosování hlavní výhry soutěže



Došlé obrázky před slosováním



Zleva Ing. Martínek a T. Podivinský s vylosovaným obrázkem



Vítězný obrázek

proběhlo 14. 12. 2007 v prostorách Dětského centra v Topolanech. Vítěze z velkého množství účastníků vyloso-

val Ing. Martínek z Dětského centra 1990 za přítomnosti Tomáše Podivinského z Lesaffre Česko, a.s. Autorem vítězného obrázku byl pětiletý Tomáš Rydval z Hrádku nad Nisou. Plastový domeček mu byl zaslán ihned po slosování soutěže, aby se z něj mohl



Tomáš Rydval se svou výhrou

těšit ještě před Vánocemi.

Pro rok 2008 plánuje společnost Lesaffre Česko, a.s. ve spolupráci s Dětským centrem 1990 další podobné akce. Až do konce června můžete například soutěžit ve skládání pexesa a vyhrát pexeso s obrázky klientů z Topolan nebo domácí pekárnu Moulinex. Více se dozvíte na www.noli.cz.

text / Ondřej Cedidla

foto / archiv Lesaffre Česko, a.s.

Pečeme BIO – pekařské semináře

Že má smysl uvažovat o rozšíření sortimentu o BIO chléb a pečivo jsme vás informovali už v minulém čísle Vlaštovky. Podle průzkumu téměř 1/4 spotřebitelů, kteří nakupují pečivo, má zájem o BIO výrobky a je ochotna si za ně připlatit i vyšší cenu. Další 1/4 dotazovaných uvedla, že zájem o BIO pečivo má, ale pouze v případě, že cena bude totožná s cenou pečiva konvenčního.

Výzkum odhalil potenciál pro výrobce i prodejce pečiva. Společnost Lesaffre Česko, a.s. – dodavatel surovin pro výrobu chleba a pečiva, připravila **ve svém Pekařském centru (tzv. Baking centru) v Olomouci semináře** na téma „Pečeme BIO“.

Co bude jejich obsahem? Jak se na ně přihlásit?

Semináře budou zaměřeny na praktické ukázky a návody zavedení BIO výroby do pekáren, na představení pekařských směsí pro výrobu BIO chleba a pečiva a na návody k jejich propagaci. V neposlední řadě bude představen také legislativní rámec výroby BIO produktů. Na seminář byl pozván také zástupce společnosti PRO-BIO, který pekaře seznámí například s povinnostmi, jež je potřeba dodržet při výrobě chleba a pečiva v BIO kvalitě, nebo za jakých podmínek je možné používat logo BIO atd. Bude prostor pro otázky i diskuzi.

Seminář se v olomouckém Pekařském centru uskuteční v těchto termínech: **úterý 8. 4. v 9h**
čtvrtek 10. 4. v 9h



Přihlásit na seminář se můžete buď telefonicky na čísle 606 717 794 nebo 587 419 320, případně e-mailem na chodurkova@lesaffre.cz.



Nejlepší pekaři světa vás zvou do Paříže na velkolepou podívanou – Mistrovství světa pekařů na veletrhu Europain 2008

V září 2007 proběhla na veletrhu Polagra v polské Poznani pekařská soutěž o Pohár Louise Lesaffra. Vítězem se stalo domácí pekařské družstvo, které také bude reprezentovat region střední a východní Evropy na Mistrovství světa pekařů. To se uskuteční na přelomu března a dubna tohoto roku na výstavišti Paris-Nord Villepinte v rámci pekařského veletrhu Europain 2008. Polské národní družstvo se jistě společně s dalšími 11 teamy postará o nevšední zážitek, který budou mít možnost shlédnout všichni, jež pařížský veletrh navštíví.

V minulém čísle Vlastovky jsme vás informovali, že český team na Mistrovství světa pekařů nepojede, jelikož se mu, i přes velké úsilí soutěžících, kvalifikovat nepodařilo. Nicméně, během dovednostních soutěží „Český pekař/cukrář“, které se konaly ve čtvrtek 29. 11. 2007 v Brně, projevil soutěžícím poděkování za snahu a účast marketingový manažer společnosti Lesaffre Česko, a.s., Ondřej Cedidla. Při této příležitosti jim také předal pamětní fotografie



Český pekařský tým při předávání pamětních fotografií, zleva Ondřej Cedidla, Bohumil Kubiček, Libor Forman a Libor Jírů

a zároveň společnost pozvala členy českého pekařského teamu (pana Kubička, pana Formana a pana Jírů) na mezinárodní veletrh Europain do Paříže, kde se uskuteční finále Mistrovství světa pekařů. Součástí je také jednodenní seminář v pekařském centru Lesaffre v Lille. Veškeré náklady, spojené s cestou, ubytováním i stravou, hradí společnost Lesaffre Česko, a.s.



A co byste o nadcházející velké pekařské události v Paříži měli vědět?

Soutěž proběhne u příležitosti pekařské a cukrářské výstavy Europain. Základní informace vám přinášíme ve faktech a číslech:

- termín konání: 29. 3. – 2. 4. 2008
- místo konání: Paříž – Výstaviště Paris-Nord Villepinte, haly 1, 2, 3, 4
- otevírací doba pro návštěvníky: 9:30 – 18:30
- oblasti výstavy: pekařství, cukrářství, čokoláda, zmrzlina a ostatní příbuzné obory
- rozloha výstavní plochy: 80 000 m²
- očekávaný počet vystavovatelů: 600 z 25 zemí
- očekávaný počet návštěvníků: 80 000 odborníků ze 143 zemí

A jak se na Europain 2008 můžete dostat?

Zajistit cestu, ubytování a vstupenky na veletrh je organizačně náročné. Proto můžete využít služeb některých cestovních kanceláří, jako je například CK Primatour (www.primatour.cz; tel.: 596 931 480). Pro více informací o veletrhu můžete také kontaktovat společnost Active Communication v Praze, která v České republice veletrh Europain zastupuje (www.promosalons.com; tel.: 222 518 587).

A ve kterých dnech veletrhu bude probíhat Mistrovství světa pekařů?

- soutěžní dny: neděle 30. 3., pondělí 31. 3. a úterý 1. 4. 2008
- místo konání soutěže: hala č. 4
- každý den budou soutěžit 4 týmy, zahájení v 6h a zakončení v 15h
- oficiální prezentace soutěžních výrobků před porotou: 15:30 – 16:30
- slavnostní vyhlášení vítězů: úterý 1. 4. 2008 v 17h

Skupina Lesaffre Group bude prezentovat novinky ve svém výstavním stánku v hale č. 3. Obchodní zástupci společnosti Lesaffre Česko, a.s. budou na tomto stánku k dispozici v pondělí 31. 3. a v úterý 1. 4. 2008. Jakékoliv otázky ohledně veletrhu Europain 2008 vám rádi zodpovíme na naší emailové adrese info@lesaffre.cz.



Výstaviště Paris – Nord Villepinte



Expozice vystavovatelů na Europainu 2005



Slavnostní vyhlášení vítězů na Mistrovství světa pekařů 2005

Obdarování + soutěž v bowlingu + křtiny Vlaštkovy = Vánoční večírek zaměstnanců

Přestože jsou Vánoce v tuto chvíli už vzdálené, snad vás pár slov o společně strávených chvílích na vánočním večírku příjemně naladí i dnes.

Vánoční atmosféru podpořili téměř všichni účastníci večírku tím, že přinesli svým kolegům dárek. A že to byly dárky vtipné a nápadité, bylo při jejich losování a rozdávání veselo.



Rozdávání dárek

Účast zaměstnanců v tradičním bowlingovém klání byla hojná. V šesti týmech se utkalo celkem 24 hráčů.



Bowling 1



Bowling 2

Velkého úspěchu dosáhl pan Jiří Jašíček – pracovník technické skupiny. Byl členem vítězného bowlingového družstva a navíc se stal i nejlépe hrajícím mužem celého turnaje. Nejvíce bodů mezi ženami získala Dita Müllerová z marketingového oddělení. Jako nejlepší hráč turnaje se pan Jašíček ujal také čestného úkolu, kterým byl křest první Vlaštkovy.



Křest první Vlaštkovy

Změny v obchodním týmu

Na poslední straně Vlaštkovy najdete kontakty na naše obchodní zástupce, pekaře-technologie, marketingovou manažerku a obchodního ředitele. Jsou mezi nimi dvě „nové“ tváře: Jan Krieger a Dita Müllerová. Jan Krieger je od konce listopadu 2007 posilou v týmu pekařů-technologů. Dita Müllerová pracovala v naší společnosti jako koordinátorka pro export a import a od března 2008 přebírá marketingové záležitosti.

o firmě

text / Vendula Malichová

foto / Zdeněk Složil

Expedice Králův Dvůr

Zajímá vás, jak vypadají a co všechno dělají ti, které slyšíte na příjmu objednávek? Chtěli byste se dozvědět víc o lidech, kteří poskytují zákaznický servis, i o těch, kteří nakládají zboží a plánují jeho závoz? Máte představu, co se skrývá pod názvem technická skupina a co dělají na účtárně?

V rubrice „O firmě“ vám jednotlivá oddělení postupně představíme. Začneme pobočkou v Králově Dvoře (asi 40 km západně od Prahy) – kdo pracuje na oddělení expedice a co je náplní jeho práce, nám popsala vedoucí tohoto oddělení paní Jana Mošnová.

VM: Jaká je historie pobočky v Králově Dvoře?

JM: Původně byl sklad společnosti v Plzni, v březnu roku 2000 došlo k jeho přemístění do Králova Dvora. Lokalita byla zvolena tak, abychom se

přiblížili zákazníkům. Z Králova Dvora máme blíže středů republiky, jsme tak schopni lépe uspokojit požadavky zákazníků v regionu Čech. Další výhodou je, že z Králova Dvora je to do Olomouce blíže než z Plzně.

VM: Kdo v Králově Dvoře pracuje?

JM: Na oddělení expedice jsme tři. Zajišťujeme příjem a výdej zboží (fyzicky i v informačním systému), příjem objednávek, plánování závozů. V naší práci se prolínají logistika a obchod, které na sebe navazují. Zákaznický servis zajišťují dva pekaři a jeden obchodní zástupce. Vzájemně se informujeme o potřebách zákazníků a možnostech logistiky. Autodoprava je dodávána, podobně jako v Olomouci, smluvními dopravci.

VM: Jaké je v Králově Dvoře zázemí?

JM: Zboží je skladováno ve dvou chlazených skladech a v jednom skladě suchém. Dále máme k dispozici tři kanceláře.



Zaměstnanci pobočky v Králově Dvoře, zleva Jana Mošnová – vedoucí expedice, Olga Pokorná – příjem a zpracování objednávek / zástup, Adam Novák – skladník / zástupce expedice

VM: Jak to zvládáte?

JM: V malém týmu je nutná úzká spolupráce. Vše zvládáme díky tomu, že se můžeme jeden na druhého spolehnout. Dokážeme se také navzájem zastoupit. Zástupy pro fyzický příjem a výdej zboží řešíme externě. Velkou roli hraje velmi dobrá spolupráce se smluvním dopravcem, který je nejen spolehlivý, ale i vstřícný. Jelikož pro nás jezdí dlouhodobě, zná nejen nás, ale i naše klienty. Většina zákazníků jsou pekaři, kteří, s ohledem na svůj provoz, vyžadují závozy v ranních nebo dopoledních hodinách. Abychom byli schopni jejich požadavky splnit, spolupracujeme s řidiči na chystání nakládek.

V rubrice „Představujeme“ vám přinášíme profily našich sesterských společností. Minule jsme vás seznámili s naší pobočkou v Maďarsku, v tomto čísle se vydáme na sever od naší republiky, do Polska. Některé produkty, dodávané společností Lesaffre Česko, a.s. na domácí trh, jsou vyráběny naší sesterskou společností Lesaffre Polska. Tímto článkem vás nechceme přesvědčovat o kvalitě droždí vyráběného v Polsku, protože věříme, že kvalita se nedokazuje slovy, ale skutečnou kvalitou a funkčností výrobku. Pokusíme se vám spíše představit naši pobočku a její výrobní závod, přiblížíme vám podmínky, ve kterých se droždí vyrábí, a jak se výrobky dostávají na český trh.



Lesaffre Polska S.A.

O společnosti

Lesaffre Polska S.A. je největším producentem pekařského droždí v Polsku. Sídlo společnosti, a výrobní závod zároveň, se nacházejí ve městě Wołczyn na jihu Polska. Firma má dále pobočky ve Varšavě a ve městě Łódź. Výrobní závod ve Wołczyně je jeden z nejmodernějších ve střední Evropě. Část produkce se vyváží do Lotyšska, Litvy, České republiky a na Slovensko.

Společnost Lesaffre vstoupila na polský trh s droždím v roce 1995. Z počátku byly výrobky společnosti na polský trh importovány z Francie a dodávány polským pekařům prostřednictvím distributorů. S výrobou pekařského droždí na polském území začala společnost v roce 1999. Od roku 2002 se společnost jmenovala Lesaffre Bio-corporation Sp. z o.o., ale v roce 2007 svůj název

změnila na nynější Lesaffre Polska S.A. V současné době je společnost tvořena závodem na výrobu droždí ve Wołczyně, závodem na výrobu zlepšujících přípravků a pekařských přísad v Łódži a pekařským centrem ve Varšavě. Je zde zaměstnáno přibližně 300 osob. Mezi aktivity společnosti patří také nepřetržitý vývoj a výzkum v oblasti biotechnologií, jejichž cílem je dosáhnout vysoké kvality a efektivity při výrobě droždí a ostatních surovin, které se používají v pekárenském průmyslu.

Výrobní závod ve Wołczyně

Jak už bylo výše zmíněno, patří závod ve Wołczyně k největším a nejmodernějším závodům na výrobu droždí ve střední Evropě. V letech 2003 až 2006 došlo k jeho kompletní rekonstrukci. Cílem bylo zvýšit výrobní kapacitu a dosáhnout vysoké kvality



výrobků. Byly implementovány výrobní postupy a standardy společnosti Lesaffre. Výsledkem jsou dodávky kvalitního droždí v různých formách a baleních, a to nejen pro trh domácí, polský, ale také pro trhy zahraniční.

Kvalita

Čerstvé pekařské droždí vyráběné ve Wołczyně splňuje kvalitativní požadavky polských a zároveň i evropských norem. Společnost Lesaffre Polska S.A. je držitelem certifikace HACCP. Všechny kontroly i fyzikálně-chemické a bakteriologické analýzy jsou prováděny dle definovaných specifikací HACCP.

Kvasinky typu *Saccharomyces cerevisiae* používané pro výrobu droždí nejsou geneticky modifikované. Kultury kvasinek pocházejí z laboratoří společnosti Lesaffre.

Droždí z Polska pro český trh

Výrobní závod ve Wołczyně produkuje také několik výrobků pro český trh. Můžeme zmínit např. čerstvé pekařské droždí VIVO a FALA nebo droždí pro domácí použití NOLI. Novinkou wołczyňské výroby je droždí VIVO zelené, které je vhodné pro přípravu těst s vyšším obsahem kyselin, jako jsou těsta pro klasický nebo toastový chléb. Více o této novince se můžete dočíst v rubrice „Droždí“, kde představujeme speciální druhy droždí.



Tekuté droždí ze spolehlivého zdroje



• PRAKTICKÉ

Je konec s neustálým otevíráním chladicího boxu! Dávkač 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.

• 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.

• 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.

LESAFFRE ČESKO

Stoletou tradicí se v bývalém okrese Kolín mnoho firem pyšnit nemůže.

„Velký dík patří dědovi a babičce současných majitelů za jejich pracovitost, smělost a bezbřehé obchodní schopnosti, které zásadním dílem přispěly k dobrému jménu firmy. Současný tým zaměstnanců včetně mne dělá vše pro to, aby další stovka neudělala té první ostudu.“

S Romanem Nádvorníkem, ředitelem společnosti, jsme hovořili o radostech i strastech pekařů.



Pekařství Jan Hankovec

Firma se stoletou tradicí – to není tak běžné. Můžete nám popsat historii vzniku?

Firmu založil dědeček současných majitelů v roce 1901. Od svého vzniku se výroba vyznačovala širokým sortimentem kvalitního běžného a sladkého pečiva. Z malého pronajatého krámků a výrobních prostor na rohu Pražské ulice postupně vznikl obchodní dům se zaměřením na prodej potravinářských výrobků. Těsně před začátkem první světové války byla výroba přesunuta do nově postavené výrobní budovy v ulici Na Valech, což umožnilo rozšířit sortiment i výrobu. V těchto prostorách peče firma dodnes. Rozvoj rodinného podniku přerušilo znárodnění v roce 1949. Od 1. října 1991 provozují pekařství vnuci zakladatele firmy – Ing. Marie Blažková, rozená Hankovcová, a pan Jan Hankovec, kteří pokračují v tradici založené svým dědečkem.

Kolik máte v současné době zaměstnanců?

Jsme středně velká pekárna, zaměstnáváme 45 stálých zaměstnanců a 20 lidí u nás pracuje na dohodu.

Jaký máte sortiment?

Každá pekárna má svou filosofii. Naše spočívá v tom, že se soustředujeme na velice úzký sortiment. Nosným programem je náš klasický kolínský rohlík. Ten děláme ve dvou provedeních o hmotnosti 46 g a 56 g. Dále jsou to kolínské housky, jak ražené, tak ručně pletené. Samostatnou kapitolou, kterou jsme teď rozšířili, je sortiment celozrnného a tmavého pečiva. No, a zbývají ještě bagety, vky a různý doplňkový sortiment. Celková výrobní kapacita firmy je tvořena ze dvou třetin rohlíky. Jsme středně velká pekárna a co se týká produkce, tak jde průměrně o 130 – 140 tisíc kusů denně vyrobeného, vyexpe-

dovaného a prodaného pečiva.

Kde všude je možno Vaše pečivo zakoupit?

Prodáváme v okruhu do 50 kilometrů od Kolína, oblast ohraničuje Český Brod, Sázava, Kutná Hora a Týnec nad Labem. Přímo v Kolíně máme dominantní postavení. Specifikem je Praha, kde zásobujeme 14 obchodů. Jinak, co se týká našich odběratelů, dodáváme 70 – 80 % produkce do maloobchodu, tzn. do privátních maloobchodů.

Dodáváte pečivo i do řetězců?

Spolupracujeme pouze s Jednotou, a to ještě v omezeném množství. Pro tento rok jsme podepsali smlouvu s Billou na zásobování čtyř jejích poboček.

Máte vlastní prodejny?

Máme prodejce, kteří s námi spolupracují na bázi franchisingu. Přímo v areálu v Pražské ulici

máme vlastní prodejnu, která nemá ve středoevropském měřítku konkurenci. Tady nabízíme 30 druhů chleba, 7 druhů světlého pečiva, 7 druhů tmavého pečiva a sladké pečivo počítáme v řádu stovek druhů. Máme jednu obrovskou výhodu – místo v Kolíně, které si nikdo nekoupí, tradici, kterou si také nikdo nekoupí, a nabízíme klasický rohlík, na který jsou lidé dlouhá léta zvyklí.

Jak často zavážíte zboží?

V Kolíně zavážíme prodejny 4x denně. Je to samozřejmě všechno proto, aby měl zákazník pečivo na pultě čerstvé. Některé lokality zavážíme 3x denně, standard je 2x denně. Naučili jsme zákazníky na odpolední závoz, aby měli pořád čerstvé pečivo. Začínáme vyrábět někdy v osm hodin večer, první rohlíky začínají padat asi v deset a auta vyjíždějí po jedné hodině ráno. Čerstvé pečivo je samozřejmě náročnější na finance, na rozvozní plány, ale ten poměr mezi nočním a denním pečivem se rapidně změnil.



Jak se vyrovnáváte s tlakem maloobchodu na ceny?

V tom jsme asi specifičtí. Razíme si svou obchodní politiku. Co se týká naší prodejny, ceny jsou nastaveny tak, aby zákazník dostal to nejlepší. Kvalita musí být pochopitelně oceněna, máme skvělou obsluhu, pečivo balíme do vlastních papírových sáčků, udržujeme vysokou kulturu prodeje. Co se týká expedovaných výrobků, které distribuujeme v řádu 250 – 270 odběratelům denně, tak se snažíme být zhruba ve středu cenové hladiny. Hlídáme si ceny dodávek velkých pekáren i pekáren privátních.

Jak často nabízíte zákazníkům novinky?

Snažíme se každý rok přijít s nějakou novinkou, ale je tam to „ale“. Hlídáme si objemy výrobních kusů a „novinka“ pro nás v podstatě ve výsledku znamená jen to, že vyměníme kus za kus. Lidé toho více nesnědí, jedná se jen o čistou záměnu, víceméně zpestření sortimentu – v navýšení počtu výroby se to neobjeví.

Díky úzkému sortimentu, který děláte?

Přesně tak.

Má teda pro Vás smysl realizovat něco jako „pekařský marketing“? Případně nějaké akce na podporu prodeje?

Nikde se nepodbízíme cenami. Víme, že tudy cesta nevede. Spolupracujeme s jednou aranžérskou firmou a jsme schopni každému obchodníkovi zpracovat návrh výloh, regálů a následně jej realizovat. Zákazník, když pak přijde do takového obchodu, ví, že pečivo dodává pekařství Hankovec. Jdeme cestou marketingu zacíleného na konkrétního odběratele a konkrétního zákazníka.

Věřím tomu, že každý bude chtít mít v budoucnu svého pekaře...

Takže takovým způsobem budujete značku Hankovec?

Přesně tak. Značku budujeme cílevědomě – počínaje čistotou přepravy, přes identické označení vozů a přepravek, až třeba po hlavíčkový papír. V každé zavážené oblasti se snažíme mít minimálně každé dva obchody označené. Konkrétně v Praze máme asi 8 označených prodejen a ohlas je tak velký, že si zákazníci myslí, že po Praze máme mnohem více obchodů. Všechny prodejny mají stejný design a vše je podřízeno zákazníkovi. Myslím si, že značka Hankovec má svou hodnotu a v naší branži a lokalitě už je poměrně známá.

Jste jedni z mála v republice, kteří si uvědomují sílu značky.

Já vím, co to obnáší, a vím, že je to jediná možná cesta. Je totiž úplně jedno, jestli prodáváte hře-

bíky, auta nebo rohlíky, značka se musí dostat do podvědomí lidí. Nevím, jestli na to pekárny našeho charakteru nemají lidi nebo prostředky, v pekařině to však dělá málokdo...

Když jsem přišel do Vaší prodejny, všiml jsem si, že své zboží prodáváte s určitou „přidanou hodnotou“. Je to jen ve Vaší prodejně nebo se snažíte vzdělávat i své odběratele, aby věděli, jak pečivo zákazníkům prodávat?

To je trochu choulostivější otázka, protože pro tuto práci potřebujete partnera a protože je to hodně o penězích. Bohužel u spousty prodejen, které ještě zásobujeme, je úspěchem, že si pořídily fax... Takže dělat si nějaké iluze v této rovině je asi zbytečné... Snažíme se alespoň o to, aby zákazník od nás dostal pečivo v čistých přepravních. Ukazujeme tím, že tak by se měli chovat i oni na svých prodejnách. V naší prodejně, jak jsem již říkal, balíme pečivo do vlastních papírových sáčků. Na každý výrobek máme jiný sáček. Cena sáčku je sice poměrně vysoká, ale můžeme si

to dovolit promítnout do konečné ceny výrobku tady na prodejně. Bohužel na jiných prodejnách je to všechno zase o ceně – nejnižší cena, nejnižší náklady. Co děláme tady, si nemohou dovolit třeba vesnické obchody, kam míří 60 % našeho odbytu.

Co pečivo v bio kvalitě? Jste poblíž Prahy, kde je určitě o tohle zboží zájem...

Co se týká bio potravin, je to jedna z věcí, o kterých uvažujeme. Vzhledem k administrativním krokům a určitým byrokratickým překážkám to není záležitost roku či dvou, ale výhledově se na tento segment chystáme. Podíl spotřeby biopotravin se neustále zvyšuje. Jsem přesvědčen, že i naše prodejna je k distribuci bioproduktů vhodná. Pokud tady bude zákazník a ochota si takové zboží koupit, tak do toho půjdeme.

Jaký vidíte obecně největší problém v pekařině?

To je úplně jednoduchá otázka. Jsme jedna z mála pekáren, která ještě zaměstnává české lidi. A právě lidi jsou největší problém. V každém místě je nějaký průmyslový kolos, u nás je to například automobilka, kde jsou mzdy pokřivené, a pak nejsou v pekařině zajímavé výdělky. Naštěstí to není až tak náš případ. Každý rok se snažíme spolupracovníkům peníze přidávat. Letos opět. A v žádném případě se nejedná jen o nějaké symbolické sumy. Pokud srovnám hrubé výdělky, tak máme v pekařském odvětví nadstandardní platy. A dobré platy u nás dostanou i prodavačky.

Co pekařský dorost?

Ted' se nám podařilo získat jednoho 19 letého mládence, a to je za posledních 8 let první vlaštovka... Skončil školu, nedoučil se, protože chtěl pracovat. V pekařině se dají věci naučit a zkušenosti předat. V podstatě děláte denně stejné úkony. Potřebujeme právě takové lidi, kteří chtějí pracovat. Co se dorostu týče, to je kapitola sama pro sebe. Mladí lidé se do pekařiny moc nehrnou.

Jak se to dá napravit?

Všechno je to zase otázka peněz. A taky toho, že se to moc nedá ovlivnit. Sám mám 18 letého syna a vím, že dnešní generace je úplně někde jinde, než jsme bývali my.

V naší firmě to řešíme tak, že lidé u nás mají nadstandardní podmínky. Málokterá pekárna si může dovolit zaměstnancům vyplácet plat navíc. Málokdo si může dovolit dávat lidem delší dovolenou, benefity ve formě solných jeskyní, plavání, masáží, koncertů atd. To vše našim lidem poskytujeme a děláme všechno pro to, aby se u nás cítili dobře. Někdy je to ale hodně těžké, uvedu jednoduchý příklad: vybudovali jsme v patře nové luxusní šatny, které s jinými pekařskými provozy nemají srovnání. Největší problém ale byl, že lidé museli šlápnout o 20 schodů výš. Řešte to teď nějak...

A co nějaká pekařská lobby?

Nejsme přátelé žádných spolků, skutečnost je taková, že co si nevybojujeme a nevyřídíme sami, tak to nemáme. Snažíme si jít svou cestou, přičemž vám každý pekař potvrdí, že problémy v oboru jsou obrovské. Rok 2007 byl katastrofální, zejména co



se týká růstu cen surovin. Vždy jsme ceny upravovali jednou, a to na začátku roku. Například loni všichni pekaři zdražovali již na začátku roku a pak ještě v září nebo v říjnu. My ne, osobně jsem naše odběratele navštívil a situaci jsem jim vysvětlil: „Podívejte se, chceme být seriózní, víme, že jakmile vám ceny zvedneme, tak vy je budete muset taky zvednout nebo snížit marže.“ Takže jsme dva nebo tři měsíce táhli tenhle blázeň na svých bedrech. Samozřejmě jsem věděl, že čím déle udržíme ceny, tím lépe na druhou stranu pro nás. Každý obchod má dva až tři pekaře a k těm, kteří nedokázali dodávat za nižší ceny, se již obchodníci nevrátili. Můžu říct, že to byla jedna z věcí, která se nám podařila. Na základě tohoto jednání jsme někde dokázali vytěsnit konkurenci. Pro nás to byly tehdy pochopitelně finanční ztráty. Nyní však od nového roku jedeme za nové ceny a k tomu máme docela slušný objem výroby.

Čím to, že mají vaše rohlíky takovou nezaměnitelnou chuť?

To je zase jedna perlička... Když jsem tady nastoupil, panoval názor, že vše staré dáme pryč a nakoupíme nové pece. Já

o samotné pekařině, upřímně se přiznám, do dnešního dne moc nevím. A ani nechci – od toho tady jsou lidé jako vedoucí výroby a další. V pekařině vede cesta výrobku od nákupu surovin, po zpracování, přes výrobu až po rozvoz. Těch možností, že se někde stane něco nepředvídatelného, je spousta. Jste běžně 24 hodin na telefonu, soboty, neděle, svátky. Tehdy, před sedmi lety, jsme se s majiteli dohodli, že si pece ponecháme. Všichni pekaři, kteří pece vyměnili, se totiž dostali do situace, kdy měli chuťově navlas podobné výrobky. Mikroklima v peci, které zásadním způsobem výrobek ovlivňuje, bylo totiž všude stejné. Výrobci nám tehdy říkali, že pec vydrží půl roku, maximálně rok, a to bylo před 8 lety... Pec samozřejmě musí občas prodělat nějakou generálku, ale na druhou stranu tady máme něco, co už si nikdo nekoupí. Tuto devizu musíte mít, musíte se odlišovat, pokud chcete být úspěšní.

Jak vidíte budoucnost pekařského oboru?

Věřím tomu, že každý bude chtít mít v budoucnu svého pekaře, svého řezníka, svého kadeřníka. Pekařina bude „k žití“ vždycky, samozřejmě bude záležet na tom, za jaký konec to každá pekárna vezme. Všichni tady nezůstane. Já jsem na jednu stranu šťastný za velké pekárenské molochy, protože vím, jak to tam chodí. Šance pro nás je obrovská. Jednak díky tomu, že dokážeme pružně reagovat, a jednak díky výrobku, který při výrobě neošidíme. A to je to, čeho oni schopni nejsou.

Děkuji za rozhovor a přeji Vám mnoho úspěchů.

kontakt:

Pekařství Jan Hankovec
Roman Nádvorník
Pražská 3, 280 02 Kolín II
tel.: 321 725 359
e-mail: roman.nadvornik@seznam.cz
www.hankovec.cz

Uveřejněné názory nemusí nutně vyjadřovat stanovisko vydavatele.



„Právě regionální výrobci, pokud přežijí, jsou zárukou, že z pekařiny bude dále poctivé řemeslo. Právě oni nesou svou kůži na trh. Těžko by si mohli jít někam večer sednout na pivo s lidmi, kteří by nebyli spokojeni s jejich výrobky. Tak jako si jdou sednout s řezníky a musí být spokojeni s jejich klobásami, tak musí být i oni spokojeni s jejich chlebem a rohlíky.“ Libor Blaháček, ředitel zábřežské společnosti Vašíček – pekařství a cukrářství, má ve svých názorech ohledně budoucnosti pekařů jasno.

Vašíček – pekařství a cukrářství

Jaká je historie Vaší pekárny?

Firma Vašíček – pekařství a cukrářství peče pro své zákazníky již od roku 1991. Budovu, ve které sídlíme, si původně zakladatel firmy, pan Antonín Vašíček, pronajal a posléze odkoupil od restituentů – dříve zde sídlily Severomoravské pekárny. Od těch si také za pomoci úvěru pořídil strojní zařízení a rozjel pekařskou a cukrářskou výrobu. Bohužel budova i technologie byly ve zcela katastrofálním stavu. Všechny vydělané peníze se proto obratem investovaly do budovy, do vybudování inženýrských sítí, teplovodního topení, oken, stavebních úprav a nové střechy. Bylo nutno investovat i do strojního zařízení, které se kompletně vyměnilo a které slouží dodnes. V současné době zaměstnáváme zhruba 65 lidí. Objemem výroby a množstvím vyráběného sortimentu lze naši

firmu zařadit mezi středně velké průmyslové pekárny a cukrárny. Cukrárna jede na jednu směnu, pekárna na směny tři.

Jaké máte portfolio výrobků?

Jsme pekárna regionálního významu. Vyrábíme běžné pečivo, jemné pečivo, chleba, také výzevné a trvanlivé pečivo. V cukrářské výrobě to jsou všechny výrobky, které zákon zná, včetně zmrzliny... Naše tradiční odbytiště je oblast bývalého okresu Šumperk (Šumpersko, Zábřežsko a Mohelnicko).

Máte nějaké vlastní prodejny?

Ano, máme dvě prodejny. Jedna je tady v Zábřehu na náměstí, kterou provozujeme ve vlastním domě, druhá prodejna je v Šumperku, kde jsme v pronájmu.

Dodáváte pečivo do řetězců?



Do řetězců jsme nikdy nedodávali. Jedinou výjimkou je v současné době Makro v Olomouci, které od nás odebírá trvanlivé a cukrářské výrobky. Mimo vlastní prodejny zásobujeme pouze nezávislý trh.

O jaké Vaše výrobky je největší zájem?

Prodáváme pouze své výrobky a pevně věříme, že zájem je o celé jejich spektrum. Poslední dobou dochází ke zvýšené poptávce po vícezrnném pečivu – my se jen snažíme v každé kategorii nabídnout trhu to nejlepší, co umíme.

Vyrábíte poměrně široký sortiment výrobků. Není lepší, ať již z hlediska finančního či logistického, zaměřit se pouze na určitý segment?

Naše strojní vybavení to umožňuje. Zákazníkovi se snažíme nabídnout kompletně celý sortiment, aby nemusel vyhledávat dalšího výrobce. Nicméně, máte pravdu, budoucnost malých pekáren

Snažíme se vkládat naši lásku a profesní um do všech svých výrobků...

vidím právě ve specializaci s důrazem na tradiční místní výrobky. My jsme ale pekárna střední a tomu musí odpovídat i široké portfolio výrobků, které máme.

Jak se vyrovnáváte s tlakem na nižší ceny?

Konečná cena na pultě prodejny se odvíjí od ceny pšenice, která vzrostla více jak dvojnásobně. Cena mouky vyletěla nahoru již začátkem září loňského roku. Samozřejmě, že ceny na trhu určují dominantní výrobci a menší výrobci pak reagují úpravou svých cen tak, aby byly srovnatelné. My jsme ceny zvyšovali až v polovině listopadu, kdy to již pro nás bylo ekonomicky neúnosné. Myslím si, že situace je velice podobná tomu, co se nyní děje v pivovarsnickém průmyslu. Zvyšování cen tedy stojí na pevném základě a k tomu si musíme připočítat tlak na mzdy, které jsou v našem oboru jedny z nejnižších. S tím koresponduje velký nedostatek zaměstnanců vyučených v pekařském oboru. Vidím to sám v počtu učňů na učilištích, neboť jezdím ke zkouškám do Jeseníku, do Valašského Meziříčí a do Olomouce a vidím, jak jsou třídy prázdné. Není náhodou, že je ve třídě pouze šest učňů, což je za-

lostně málo. Stoupají ceny energií, pohonných hmot... Myslím, že růst cen pekařských výrobků je opodstatněný.

Jsou schopni nezávislí výrobci a prodejci konkurovat velkým pekařským uskupením a „hypermarketové“ politice cen?

Myslím si, že už dávno neplatí, že cena výrobků je v hypermarketech nižší než u regionálních výrobců nebo ve specializovaných prodejnách. To již dávno není pravda. Řetězce nyní dosáhly takové dominance na trhu, že běžně je cena výrobků ve specializovaných prodejnách nižší než v řetězcích. Tohle zákazníci určitě zaregistrovali. Myslím si, že u regionálních výrobců jednoznačně vyhrává to, že dodávají

zboží čerstvé. Přpravují ho jen několik kilometrů nebo prodávají přímo ve výrobě. Řetězce jsou zásobovány z delších vzdáleností a tomu musí adekvátně odpovídat i technologie výroby.



Jaké je ve Vaší firmě procentuální zastoupení pekařiny a cukrařiny?

Z finančního hlediska je to cca 90 % pro pekárnu a 10 % pro cukrárnu. V cukrárně je nižší produktivita způsobená vysokým podílem ruční práce. Taktéž vyrábíme podle určitých zásad, používáme například pouze živočišné máslo, živočišnou smetanu, přičemž tyto suroviny patří mezi ty dražší. Cukrařina momentálně



přešlapuje na místě. Je to určitě ovlivněno i obecně snižující se spotřebou sladkostí. Ceny nejsou tam, kde bych si představoval.

Zmínil jste se o učních... Jak získáváte nové zaměstnance?

Spolupracujeme s Odborným učilištěm Jeseník. Jedná se o dobrou dlouholetou spolupráci. Učňům u nás poskytujeme možnost odborného výcviku. Co se týká odborné způsobilosti, tak na cukrárně máme 100 % vyučených cukrářek. Na pekárně jsme na tom hůře, nicméně na vedoucích pozicích jsou lidé, kteří jsou minimálně vyučení v oboru, což považuji za jeden z důležitých

faktorů k fungování a dalšímu rozvoji firmy.

Co nové technologie – ulehčují Vám práci?

Přes vysoce moderní zařízení, které pravidelně modernizujeme, preferujeme například u chleba tradiční výrobu: tvarování těsta ručním válením a pečení na principu akumulace tepla z přírodních materiálů pece a jeho předávání pečeným výrobkům.

Máte nějaký výrobek, který je Vaší srdeční záležitostí?

Nerad bych uvedl jen jeden, protože by ostatní žálili. Snažíme se vkládat naši lásku a profesní um do všech svých výrobků.

Jak často zavádíte novinky?

Zkoušíme neustále nové a nové výrobky, a to jak nové tvary, tak i jejich složení. Považuji za velký úspěch, když se nám z deseti zamýšlených výrobků podaří uvést na trh jeden. Pořádáme na svých prodejnách ochutnávky, k novým výrobkům jsou k dispozici letáky, školíme obsluhující personál. Nejsou to ale žádné velké marketingové projekty, které by odpovídaly objemu námi vyráběných výrobků. Obecně mohu říci, že výrobky, které uvádíme na trh, jsou předem konzultovány s dominantními odběrateli. Oni jsou zrcadlem trhu, který zásobujeme.

Lze vysledovat nějaké nové trendy ve spotřebě pečiva?

Samozřejmě. Zákazníci se nebojí nakupovat kvalitní, byť dražší výrobky. Přesto je potřeba, aby měl zákazník možnost dostatečného výběru z každého segmentu pečiva.



V minulém čísle Vlaštovky jsme zveřejnili průzkum, kdy 25 % respondentů bylo ochotno připlatit si za pečivo v bio kvalitě...

Lhal bych, kdybych řekl, že o tom neuvažujeme.

Jaký je Váš názor na balení pečiva?

Počátkem devadesátých let začal obrovský boom balení pečiva – bohužel do materiálů jako je polypropylen. Osobně si myslím,

že z ekologického hlediska to není dobrá cesta. Určitě bych si dokázal představit nebalené výrobky v papírových sáčkích, které jsou recyklovatelné daleko snadněji, než ty umělé. Otázka balení je poměrně složitá. Dnes, pokud chcete prodávat, tak musíte balit. Zákazník si to žádá. Trend je takový a uvidíme, co nám trh a legislativa ukáže a jakým směrem se to bude ubírat dále. Balený chleba je z části regionální záležitost. Konkrétně v Olomouci, kam dodáváme, jsem předpokládal, že bude více zájem o balený chleba, stejně jako je tomu i u nás v Zábřehu. Opak je ale pravdou, převažuje nekrájený nebalený chléb.

Hladina cen pekařských výrobků je hodně nízká, výdělky v našem oboru zdaleka neodpovídají nějaké průměrné úrovni mezd...

S jakými překážkami se setkáváte?

Hladina cen pekařských výrobků je hodně nízká, výdělky v našem oboru zdaleka neodpovídají nějaké průměrné úrovni mezd. Panuje tvrdá konkurence a Češi se projevili jako vysoce spotřební národ, kdy si velice rychle oblíbili nakupování v hypermarketech. Zahraniční řetězce nastolily tvrdý boj a bohužel ten boj vedou právě přes pečivo, zejména přes rohlíky, které jsou nejvíc vidět. A tím právě trpí celý náš obor. Je obecně známo, že v ČR převažuje obrovské množství řetězců a boj mezi nimi je často mnohem tvrdší než někde v západní Evropě. Například v Polsku se tradice a zvyky v nakupování nezměnily tak tragicky jako u nás, kde pekařina dostala „na zadek“ tím, že hladina cen je jinde, než by být měla. S tím souvisí pochopitelně výdělky i získávání nových pracovních sil. Myslím si, ač nejsem zastáncem žádné regulace, že by zde měl stát nějakým způsobem zasáhnout. Někde jsem četl, že životní úroveň nebo vyspělost národa se měří podle toho, jakým způsobem společnost tráví svůj volný čas. A trávení volného času v nákupním centru není pro rodinu s dětmi zrovna to „pravé

orechové“, což u nás se bohužel děje běžně.

Jak vidíte obecně budoucnost pekařského oboru, potažmo Vaší firmy?

Myslím si, že tradice stravování a její kořeny jsou hluboké. A když budou takové větve, jako jsou kořeny, tak nám to všem vydrží hodně, hodně dlouho. A jak vidím budoucnost naší firmy? Mám kolem sebe dobré lidi, na které se mohu spolehnout. To je základ úspěchu. Samozřejmě je potřeba mít chuť poznávat nové věci a učit se jim. A rozhodně musíme sázet na kvalitu. Když říkám, že se nestydím podepsat pod výrobek, tak to není klišé. To je věc, na kterou

sázím všechno – svou budoucnost i budoucnost zaměstnanců a jejich rodin. Děláme svou práci poctivě – na tom to stojí a padá. S tím souvisí i další věci, například, že vyrábíme z tradičních surovin a v maximální možné míře se snažíme vyhýbat používání konzervantů. Poctivá práce, kvalita a to, že ctíme budoucnost, jsou nosné pilíře naší práce. Všechno ostatní je vedlejší.

Děkuji za rozhovor a přeji Vám mnoho úspěchů.

kontakt:

Vašíček
– pekařství a cukrářství, s.r.o.
Libor Blaháček
Sušilova 50, 589 01 Zábřeh
pekárna:
tel.: 583 415 943
cukrářská výroba:
tel.: 583 415 845
www.vasicekzabreh.cz

Uveřejněné názory nemusí nutně vyjadřovat stanovisko vydavatele.

Tekuté droždí pro průmyslové pekárny

Minule jsme vám představili systém Kastalia. Zařízení pro chlazení a dávkování tekutého droždí je určeno zejména pro **řemeslné** pekárny, které mají spotřebu droždí od 50 do cca 400 kg čerstvého droždí týdně. V tomto čísle pro vás máme informace o zařízeních, určených pro použití tekutého droždí v průmyslových pekárnách.

Společnost Lesaffre nabízí různá řešení využití tekutého droždí pro průmyslové pekárny v podobě tzv. **instalací** (systém složený ze zařízení, která umožňují skladování, dávkování a také sanitaci použitých potrubí tekutého droždí). V následujícím článku nejprve shrneme výhody tekutého droždí obecně, poté vám představíme dva **základní** typy instalací.

Výhody tekutého droždí pro průmyslové pekárny:

- automatika = menší pracnost
- vysoká přesnost dávkování
- malé množství odpadu při použití droždí
- vysoká úroveň hygieny a čistota pracovního prostředí

V průmyslových pekárnách se můžeme setkat v zásadě se dvěma typy instalací – tzv. **tankovými nebo kontejnerovými**. Oba typy se liší především použitým způsobem skladování droždí a to podle zpracovávaného množství.

Instalace tekutého droždí ve vaší pekárně?

Máte zájem dozvědět se více o instalacích tekutého droždí? Kontaktujte nás! Navštívíme vás, vyslechneme si vaše představy o používání tekutého droždí ve vaší pekárně a případně navrhne zdarma projekt instalace, včetně možností financování. To vše nezáväzně a bezplatně.

Jsem vám k dispozici na:

tel.: 602 752 624

e-mail: slozil@lesaffre.cz

Zdeněk Složil – obchodní ředitel
Lesaffre Česko, a.s.



Instalace č. 1 – systém za použití nerezových tanků

Ukázka instalace tekutého droždí pro velké průmyslové pekárny. Instalace sestává ze dvou nerezových tanků, které je možno podle přání zákazníka, a podle dispozičních možností, instalovat vně nebo uvnitř pekárny (oba způsoby mají své přednosti a nedostatky). Tento typ je určen především pro průmyslové výroby s vysokou spotřebou droždí. Tanky jsou potrubním systémem napojeny na mísící zařízení. Dávkování probíhá automaticky a tekuté droždí se smíchá přímo v mísícím zařízení se všemi ostatními ingrediencemi (mouka, sůl, atd.) Instalace se skoro vždy skládá z následujících částí: skladovací tanky, ovládací a řídicí jednotka, čerpadla, chladicí jednotka, potrubní rozvody a zařízení pro čištění (tanků, rozvodů a chladicí jednotky). Droždí se v tankích skladuje při teplotě mezi +2 až +4 °C. Většina částí instalace je vyrobena z nerez. Dávkování se provádí prostřednictvím ventilů a průtokoměrných sond pro zajištění přesnosti. Dávkovací zařízení se nastavuje a ovládá pomocí řídicí jednotky. Popsaná instalace se umísťuje do prostor uvnitř pekárny, podobné instalace je však možné vybudovat také v exteriéru.



Instalace č. 2 – systém za použití plastových kontejnerů

Tento systém je určen pekárnám, které mají nižší spotřebu droždí. Tekuté droždí se přepravuje v plastových kontejnerech, které slouží současně jako skladovací nádoby. Pro přepravu je nutno využívat chladicí kamiony, stejně jako pro čerstvé lisované droždí. Zásobovací cyklus je přizpůsoben potřebám zákazníka. Zásobní kontejnery se uchovávají v chlazené skladovací jednotce. Odtud se kontejner připojí potrubním systémem k řídicímu bloku dávkování a k mísící jednotce. Technicky je instalace v podstatě stejná jako v předchozím případě. Liší se pouze velikostí skladovacích prostor (tank vs. kontejner) a případně odlišnou dimenzí potrubí. Úroveň automatizace závisí na požadavku zákazníka a ovlivňuje finanční náročnost celé investice.



Tradičně i netradičně cestují každoročně ti, kteří se vydají za poznáním s Klubem cestovatelů a romantiků Kudrna. Tato cestovní kancelář právě začíná připravovat vše pro svoji 16. sezónu a nabízí neotřelý způsob poznání rozmanitých koutů naší zeměkoule.

Zkuste to pěšmo, kolmo, lod'no, lyžmo s CK Kudrna

Pokud toužíte zhlédnout krásy starého kontinentu, můžete využít netradičních cest za přírodními šperky Francie, Korsiky, Bulharska, Chorvatska i Slovinska, Balkán na mnoho způsobů, rumunské hory, ale i rakouské, slovinské a italské Alpy. Mimo turistických skvostů snad všech evropských zemí můžete navštívit např. i Mexiko, Maroko, Jemen nebo Mongolsko. Navíc můžete projet kromě všech koutů Evropy například již zmíněné Maroko nebo Himaláje na kole. Veškeré informace získáte v oblíbeném, a více než stostránkovém, katalogu zájezdů, který je nabízen zdarma každému, kdo si o něj napíše nebo zavolá přímo do cestovní kanceláře.



Všechny zájezdy se vyznačují neopakovatelnou atmosférou. Pro větší sepejetí s místní kulturou, hlubší poznání cizích krajín a pro intenzivnější zážitky se nocuje většinou ve vlastních stanech, ale ani chatky nebo penziony nejsou výjimkou. Samozřejmostí bývá tzv. „kudrnovská polopenze“ - na většinu zájezdů se vozí kudrkučič, který dvakrát denně vyvaňuje v polní kuchyni. V programu nechybí zajímavé taškařice, o hladký průběh zájezdu a blaho všech zúčastněných se starají profesionální průvodci, znalci navštěvovaných zemí.

Ale Kudrna, to nejsou jenom zájezdy. Například na podzim se koná tradiční sportovně-recesistický závod „Koulení kola z Lednice do Brna“ nebo mezinárodní pochod „Jede Kudrna okolo Brna“, v zimě pak setkání cestovatelů „Scuk u štatlu“. Několikrát do roka je možné navštívit keltské festivaly, cestovatelské besedy, přednášky a promítání.

A pokud se ocitnete v Brně, tak vězte, že přímo v podchodu hlavního nádraží naleznete další cestovatelskou oázu. „Vobchůdek“ je nekonečná zásobárna map,



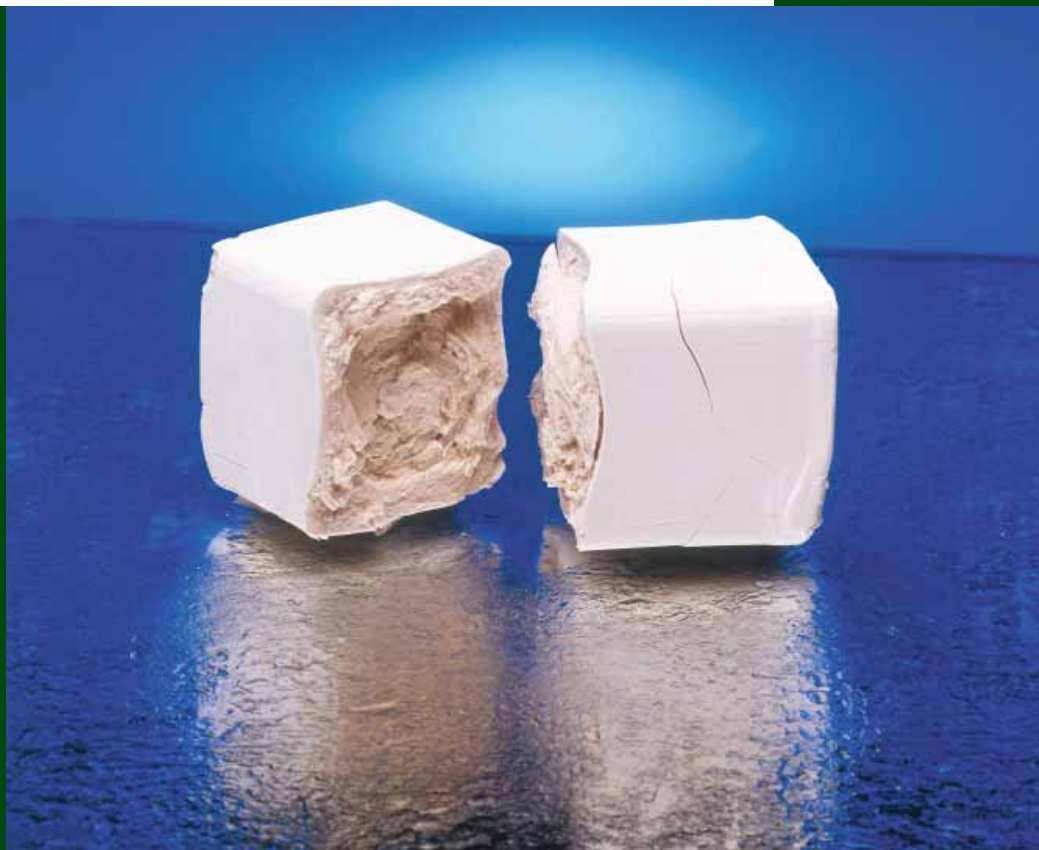
průvodců, zpěvníků, cestopisů, časopisů a dalších nezbytností, bez kterých se na cestách neobejdete. Uspokojující odpovědi na všemožné otázky, aktuální informace, přehledy zájezdů a mnohem více se můžete dozvědět na internetových stránkách této cestovní kanceláře.

A když správně vyluštíte křížovku na str. 26, můžete vyhrát poukaz pro 1 osobu na zájezd právě s touto cestovní kancelář.

Kontakt:
CK Kudrna
Dornych 33
663 14 Brno
www.kudrna.cz
tel.: 542 216 764

Speciální droždí... kdo to kdy slyšel?

Otázka je na místě. Co vůbec znamená, jak se odlišuje od klasického čerstvého pekařského droždí, a k čemu je dobré, vám představíme v následujícím článku.



Speciální droždí

V prvním čísle časopisu Vlastovka jsme vás seznámili s historií pekařství a s objevem pивních kvasinek, díky kterému byla zahájena průmyslová výroba droždí a díky němuž vznikly první droždárny. Od roku 1860, kdy byla ve Vídni založena první droždárna, prošlo droždářství dalším vývojem. Z původně tekutých kvasnic se přešlo na droždí lisované, které je dosud v pekařském řemesle používáno nejčastěji. Zavedení výroby lisovaného droždí však nebylo zdaleka posledním mezníkem ve vývoji těchto mikroskopických organismů, nazývaných *Saccharomyces cerevisiae*. Technologický pokrok v droždářském průmyslu šel ještě dále, a kromě čerstvého droždí v lisované formě, se dnes můžeme setkat také s droždím sušeným nebo s tekutým droždím chlazeným. Mimo to, že má droždí různé konzistence, má také různé způsoby použití. Protože

každá země má svá specifika ve složení a konzumaci pečiva, musel se přizpůsobit i droždářský průmysl a začít vyrábět speciální droždí.

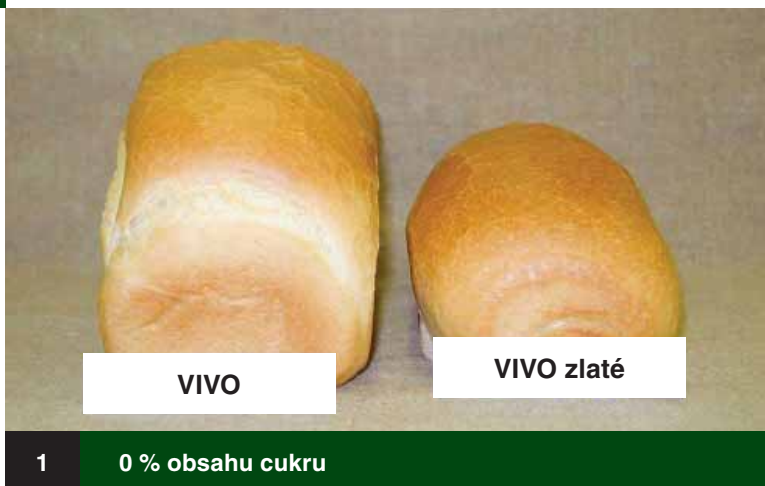
V České republice existují kromě klasického droždí pro běžné pečivo také droždí pro těsta s vyšším obsahem cukru a kyselosti.



První z nich – **VIVO zlaté** – je osmotolerantní čerstvé pekařské

droždí, které je vhodné téměř do všech receptur na výrobu jemného pečiva, jakým jsou například vánočky, sladké rohlíky, mazance, závin, šátečky, apod. V pekařských recepturách obsahujících vyšší množství cukru dochází k oslabení účinku droždí vlivem rozdílného osmotického tlaku vně a uvnitř buňky. Osmotolerantní droždí tento tlak vyrovnává a umožňuje běžnou produkci oxidu uhličitého, který způsobuje správné nakypření těsta. Aby bylo působení speciálního droždí maximálně účinné, musí receptura obsahovat minimálně 8 % cukru. Proto není toto droždí vhodné pro klasická těsta, ve kterých se cukr nevyskytuje.

Fotografie č. 1 na následující straně dokazuje, že při 0 % obsahu cukru v receptuře je mohutnost vykynutí pečiva s klasickým droždím větší než při použití speciálního droždí.



DROŽDÍ	balení	karton	běžné těsto	sladké těsto	kyselé těsto
	1 kg 15 kg	10 kg	ANO	ANO vyšší dávka	ANO vyšší dávka
	500 g	10 kg	NE	ANO nižší dávka	NE
	500 g	10 kg	ANO	NE	ANO nižší dávka

Ale už na fotografii č. 2 a č. 3, kde bylo do receptur použito 10 % nebo 20 % cukru, můžeme vidět rozdíl ve vykynutí mezi klasickým droždím a droždím speciálním.



Druhým speciálním droždím je **VIVO zelené**, které se doporučuje pro přípravu těst s vyšší kyselostí způsobenou použitím suchých a tekutých kvasů nebo konzervačních činidel, a proto najde své uplatnění v těstech chlebových a v těstech pro výrobu toastového chleba. Stejně tak jako cukr, má i kyselé prostředí v těstě za následek nízkou produkci oxidu uhličitého, tolik důležitého pro kynutí těsta. Speciální droždí reaguje na kyselé prostředí lépe než droždí klasické a není tedy nutné zvyšovat jeho množství. Ba právě naopak, jeho použitím se může docílit až 20 % úspory v dávkování.

Mezi hlavní výhody obou typů těchto speciálních droždí patří především ekonomická úspora při dávkování. Dalším pozitivem je fakt, že při jejich použití vykazuje nakynuté těsto lepší stabilitu, větší objem a hotové výrobky mají vyrovnanou kvalitu. V neposlední řadě dochází také k optimalizaci skladovacích prostor. Balení, skladovací podmínky a záruční doba jsou podobné jako u klasického čerstvého pekařského droždí. Jelikož však dávkování ovlivňují různé faktory, mezi nimiž můžeme jmenovat například teplotu těsta nebo druh vyráběného pečiva, je stanovení dávky speciálního droždí značně individuální. Proto je důležité konzultovat optimální dávkování s pekařskými technologiemi.

fontík

**Zajímáte se o rozšíření nabídky svých pekařských výrobků?
Nabídněte zákazníkům mléčnou žemličku Fontík!**

Fontík je:

- chutná a voňavá mléčná žemlička, která navíc skvěle vypadá!
- pečivo obsahující energii a vápník, tolik důležitý pro správný růst dětí!
- pečivo, které budou děti milovat a jejich rodiče kupovat!
- první značka pečiva pro děti!

Chcete vyzkoušet mléčnou žemličku Fontík? Pak zkontaktujte naše pekaře - technology. Předvedou vám výrobu mléčných žemlíček. Při první objednávce Mléčné směsi získáte tzv. startovací balíček. Obsahuje různé formy posypů a polev. Vyzkoušíte formy výrobku a poznáte, o který mají vaši zákazníci největší zájem. Jednoduše se poté rozhodnete pro ten nejlepší způsob zdobení.

Lesaffre Česko, a.s. vám dodá:

- pekařskou směs „Mléčná směs“ pro výrobu mléčných žemlíček,
- k prvnímu pytli tzv. startovací balíček, abyste mohli vyzkoušet výrobu a různé zdobení pečiva,
- k dalším dodávkám směsi originální nástroje podpory prodeje:
letáky a plakáty, wobblers a samolepky sem tam.

Originální marketingová podpora

I pečivo potřebuje správnou a funkční reklamu. Vaši zákazníci se o novém pečivu musí dozvědět, vyzkoušet ho a nadále kupovat, a proto jsme pro mléčnou žemličku Fontík připravili originální marketingovou podporu.

- 1/ Značku - zákazníci vždy svou žemličku poznají a budou si pamatovat její jméno.
- 2/ Letáček s informacemi o žemličce Fontík. Letáčky umístíte do stojánku ve svých prodejnách.
- 3/ Plakát s logem a informacemi o novince.



Plakát



SEM-TAM



Wobblers



Leták

To vše zdarma! Podmínkou využití propagačních materiálů je pouze dodržovat předepsanou recepturu. Formu zdobení výrobků už necháme na vás. Pouze vám poradíme, jaké jsou možné způsoby zdobení výrobků. Rozhodnout se můžete dle požadavků dětí a maminek. Nabídněte jim to, co budou mít nejraději!

Navíc se budeme starat o to, aby značku Fontík znaly děti a jejich maminky. Budeme inzerovat v časopisech pro ženy a děti. Připravíme webové stránky a různé soutěže pro ty nejmenší! To vše proto, aby maminky a jejich děti měly o Fontíka zájem a kupovaly ho ve vašich obchodech!

**Kontaktujte naše pekaře,
viz zadní strana
časopisu.**

LESAFFRE ČESKO

Mléčné žemličky Fontík

Těsto:

Mléčná směs	2 500 g	25 %
Pšeničná mouka	10 000 g	100 %
Margarín - Milla back	1 500 g	15 %
Droždí	600 g	6 %
Voda	4 500 g	45 %
Celkem	19 100 g	

NOVINKA





Na naše otázky odpovídala
Mgr. Taťána Rýznarová ze
společnosti CARLA.

Čokoláda a čokoládové polevy

Jste významným dodavatelem čokoládových hmot a polev...

Naším cílem je dodávat na trh čokoládové hmoty a polevy nejvyšší kvality a tím pomoci našim zákazníkům k obchodním úspěchům. Spojením nejmodernější technologie s tradičními recepturami, poctivá příprava a snaha o co nejlepší výsledky, to vše nám umožňuje vyhovět požadavkům zákazníka a přitom za všech okolností dodržet kvalitu.

Jakým způsobem dbáte na kvalitu?

Nezbytnou podmínkou a předpokladem je pečlivý výběr surovin potřebných k výrobě. Z celosvětové nabídky renomovaných firem vybíráme a nakupujeme tuky s přesně definovanými fyzikálně-chemickými vlastnostmi. Výběrem správné kvality rostlinného tuku a jeho aplikací dosahujeme u našich polev požadovaných technologických a senzorických vlastností. Stejně tak je tomu i s výběrem nejvyšší kvality kakaových prášků, kakaové hmoty a másla, emulgátorů a špičkových aromat. Pekařské a cukrářské polevy jsou žádány pro svou

přilnavost, pružnost, snadné krájení a pro svou typickou čokoládovou chuť a vůni.

Má čokoláda nějaký vliv na lidský organismus?

Málokdo ví, že čokolády se jako léčebného prostředku užívalo už ve 4. století, kdy Mayové poprvé začali pěstovat kakaovník. Aztékové považovali čokoládu za účinný prostředek proti vyčerpání a slabosti. Čokoláda má tedy blahodárný vliv na lidský organismus nejen pro svůj lahodný chuťový profil, ale i pro svůj uklidňující vliv. Po léta se ve světě čokoláda prodávala v lékárnách jako lék. Byla také oceňována pro svou výživnou hodnotu a dodnes je považována za afrodiziakum a hluboký zdroj inspirace... Vědecké výzkumy potvrdily, že čokoláda v přiměřeném množství prospívá zdraví.

Jak se vyrovnáváte s požadavkem na určitou chuť čokolády či polevy?

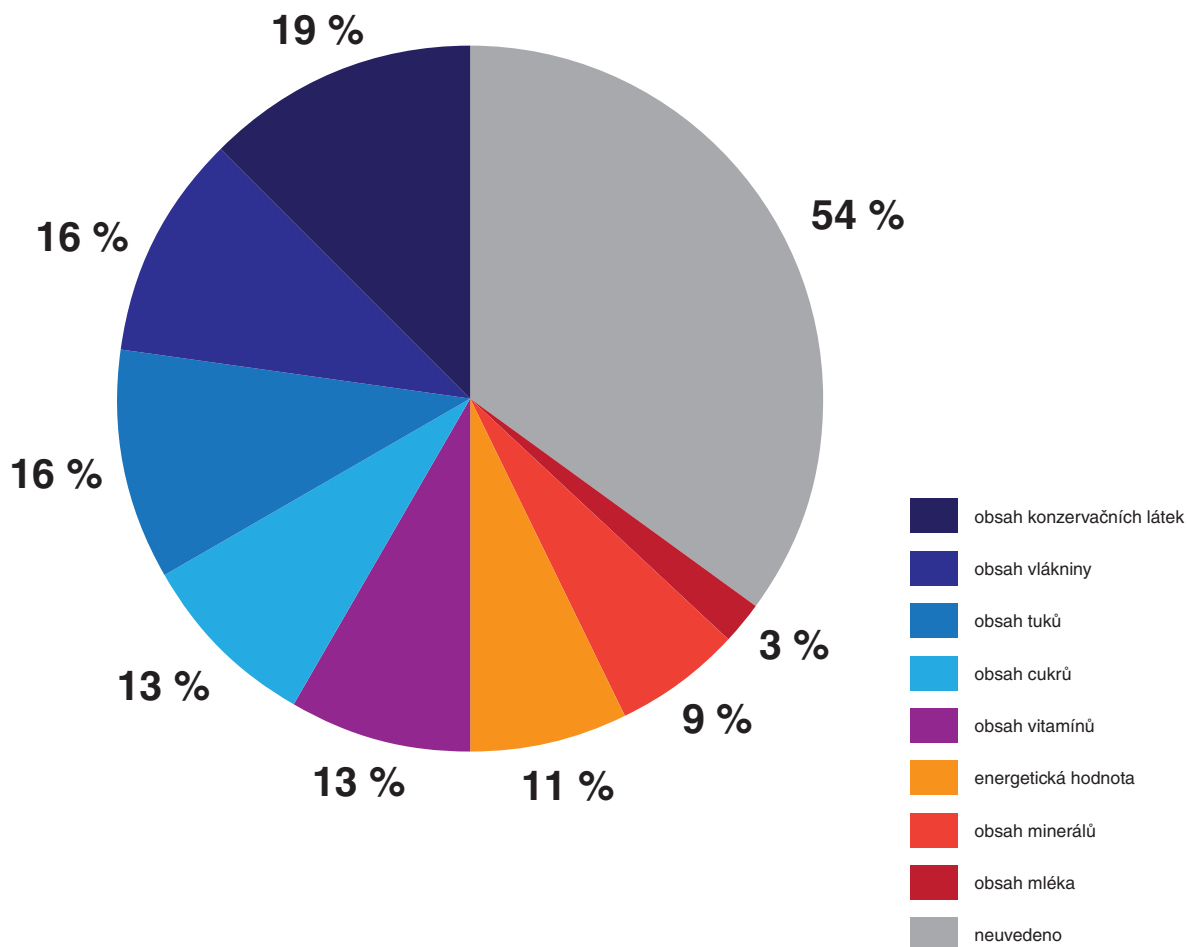
Dnes již umíme připravit receptury zákazníkovi na míru – s ohledem na

požadavek chuťového profilu, na obsah kakaových součástí (25 – 70 %), na jemnost, viskozitu, hranici toku atd. Zpracování čokoládových hmot vyžadujících teplotu je náročnější než práce s polevami na bázi rostlinných tuků, avšak výsledek v podobě finálních výrobků je opravdu dokonalou chuťovou odměnou.

A slovo na závěr?

Náplně a fondánové hmoty jsou dnes již nedílnou součástí potřeb pekařů, cukrářů, výrobců oplatek, trubiček atd. a staly se také jedním z našich výrobních programů. Široká škála náplní dává našim zákazníkům možnost výběru chuťového profilu pro své výrobky. Důsledně je střežen proces výroby fondánové hmoty, jejíž kvalita dosáhla špičkové úrovně. Dále nabízíme a dodáváme svým zákazníkům kakao i další suroviny. S výrobním programem poskytujeme také svým zákazníkům neustále se rozšiřující technologický servis.

Uveřejněné názory nemusí nutně vyjadřovat stanovisko vydavatele.



19 % zákazníků sleduje obsah konzervačních látek

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

Letos v únoru realizovala společnost GfK exkluzivně pro náš časopis rozsáhlý výzkum, zaměřený na nákupní rozhodování české veřejnosti v oblasti chleba a pečiva.

Reprezentativnímu vzorku populace v rozsahu 500 respondentů ve věku 15 – 79 let byla položena otázka:

Jaké informace ze složení výrobků Vás zajímají a do jaké míry ovlivňují Vaše rozhodování při nákupu chleba a pečiva?

A co jsme se dověděli?

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

- 19 % dotázaných uvedlo, že sleduje obsah konzervačních látek, 16 % obsah vlákniny, 16 % obsah tuků, 13 % obsah vitamínů, 11 % energetickou hodnotu, 9 % obsah minerálů a 3 % obsah mléka.

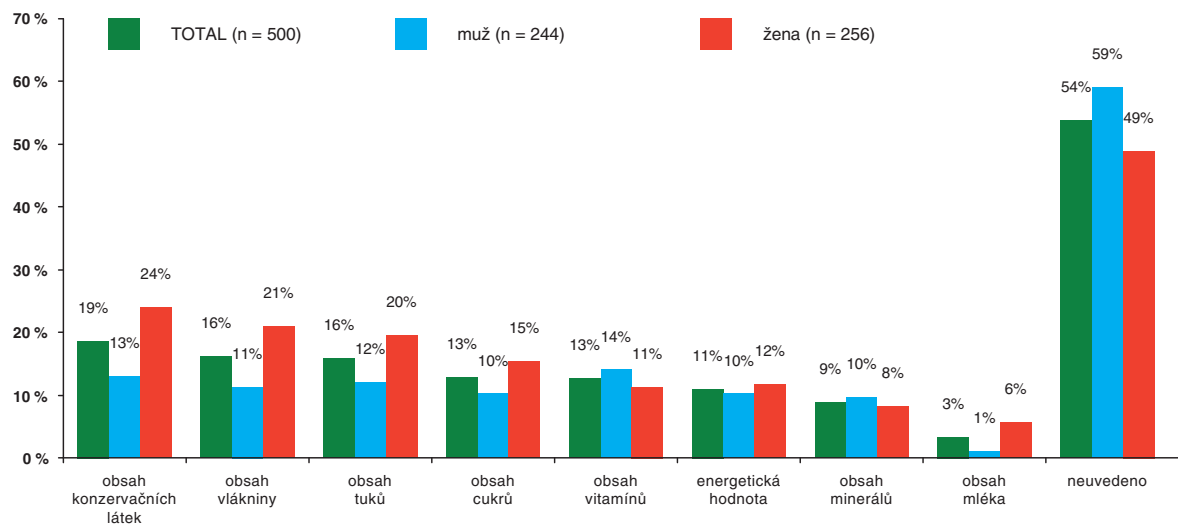
- U většiny zkoumaných typů informací o složení výrobku vyšlo najevo, že je sledují více ženy než muži – výjimkou je obsah minerálů a vitamínů.

- Co se týče srovnání jednotlivých věkových kategorií, nejméně informace na výrobcích sledují dotázaní ve věku 65 – 79 let.

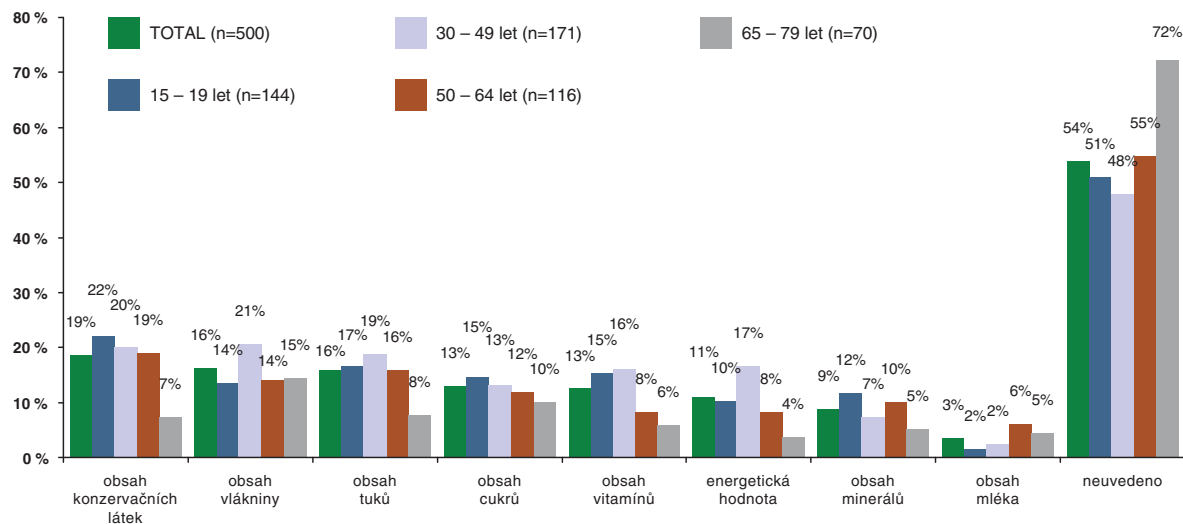
- Obsah konzervačních látek a cukrů nejvíce zajímá dotázané ve věku 15 – 29 let (22 % a 15 %), obsah vlákniny, tuků, vitamínů a energetickou hodnotu sledují nejvíce dotázaní ve věku 30 – 49 let (21 % sleduje vlákninu, 19 % tuky, 16 % vitamíny a 17 % energetické hodnoty).

- Nejméně si informací o složení výrobků všímají lidé se základním vzděláním.

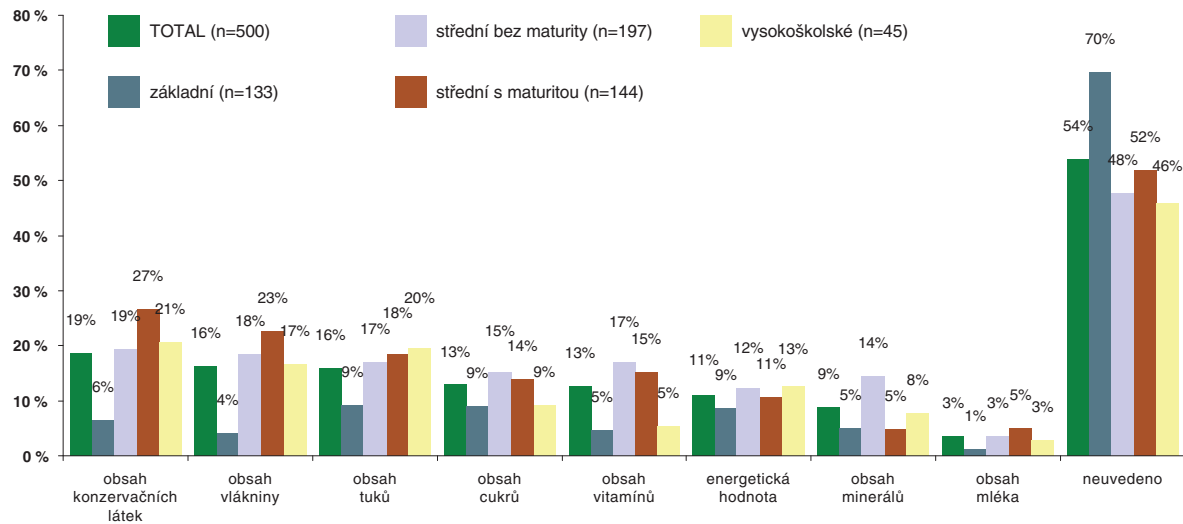
Sledování informací dle pohlaví



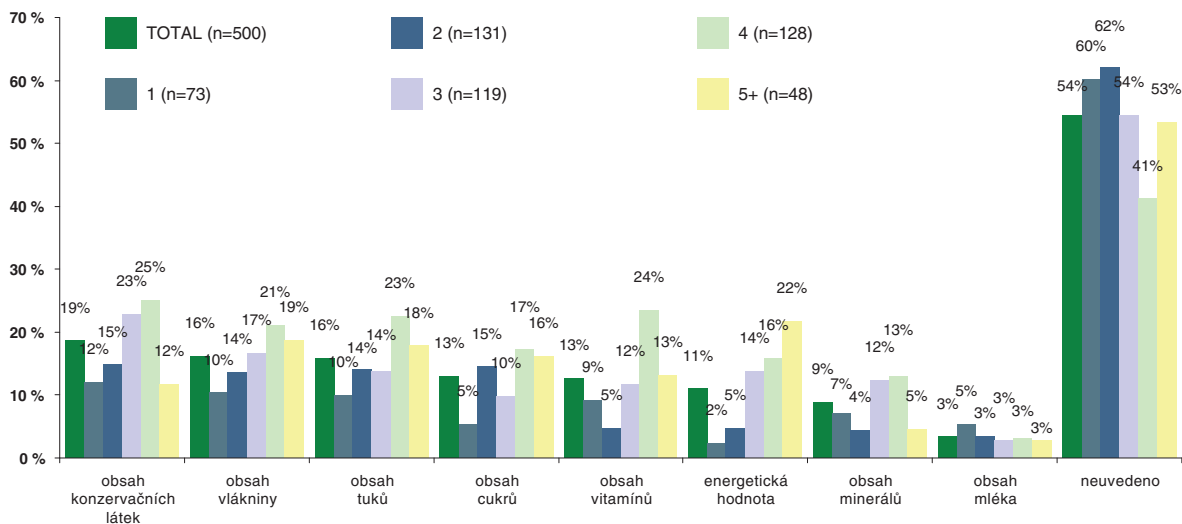
Sledování informací dle věku



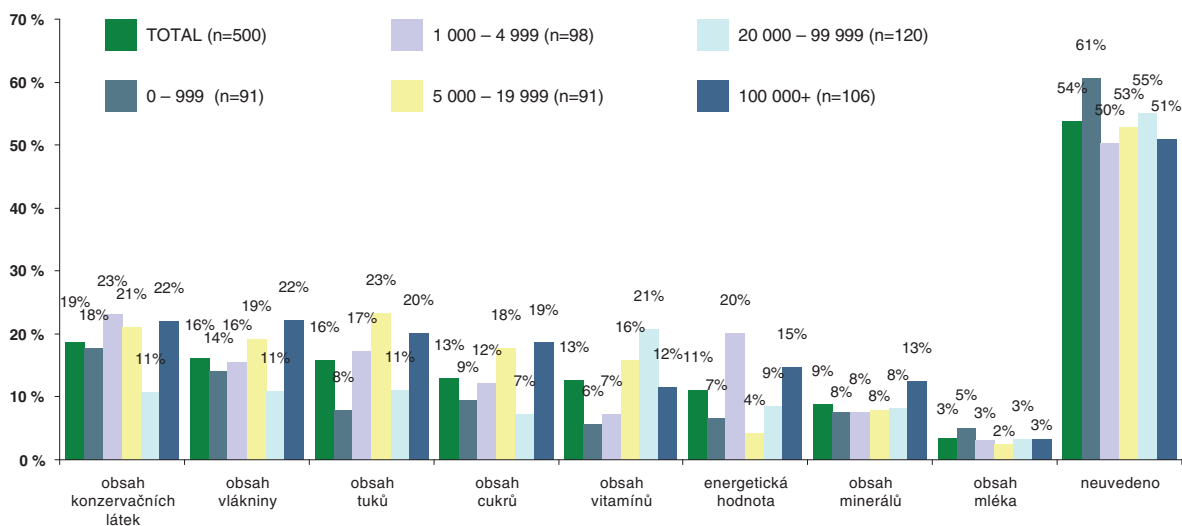
Sledování informací podle vzdělání



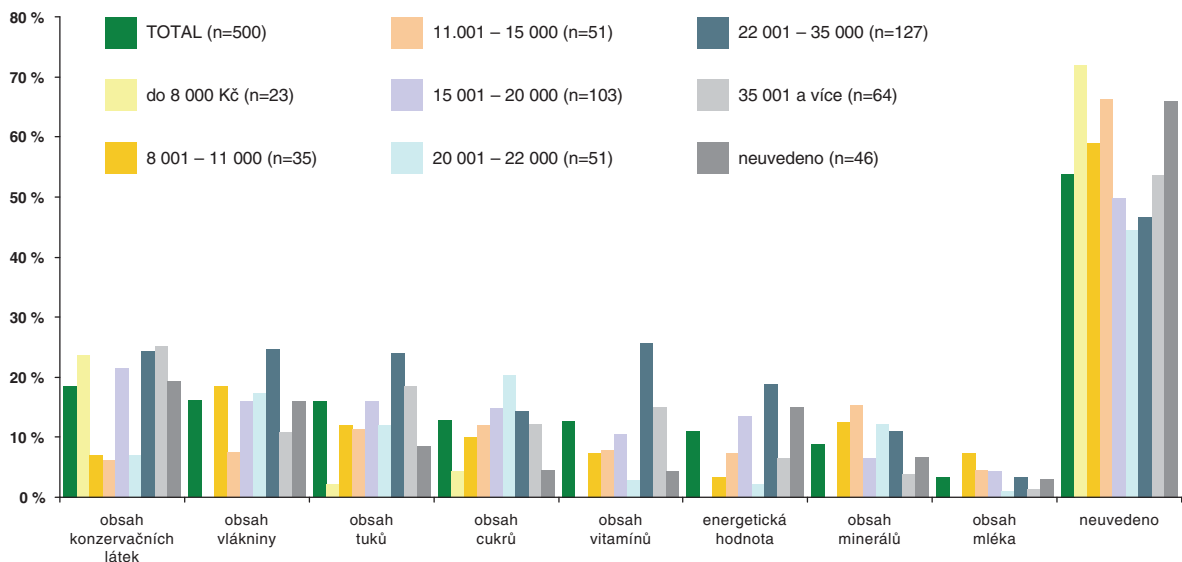
Sledování informací dle počtu členů domácnosti



Sledování informací dle velikosti místa bydliště



Sledování informací dle příjmu domácnosti



Kdy uvádět tzv. výživová tvrzení?

Na tuto otázku nám odpověděla **Mgr. Pavla Burešová z oddělení komunikace Státní zemědělské a potravinářské inspekce.**

1. V současné době nemusí být informace o nutriční hodnotě uvedeny u všech potravin. Výrobce je povinen uvést na obale výrobku výživové hodnoty pouze pokud při jeho označování, při uvádění do oběhu nebo v reklamě uvádí tzv. výživové tvrzení (tj. informace o zvláštních výživových vlastnostech potraviny v souvislosti s energetickou hodnotou, kterou tato potravina dodává ve snížené nebo zvýšené míře, anebo nedodává vůbec. Výživové tvrzení se také může

týkat obsahu živin, které potravina obsahuje, popřípadě že je obsahuje ve zvýšené nebo snížené míře, anebo že je potravina neobsahuje vůbec. Výživovým tvrzením není informace o druhu, množství živin nebo energetické hodnotě). – viz § 6 odst. 1 písm. m) zákona č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích, ve znění pozdějších předpisů – bližší informace najdete na stránkách www.szpi.gov.cz

2. Způsoby označení výživové hodnoty stanoví § 6 vyhlášky č. 450/2004 Sb., o označování výživové hodnoty potravin.

3. Existuje nařízení Evropského parlamentu a rady (ES) č. 1924/2006 ze dne 20. prosince 2006 o údajích

týkajících se potravin z hlediska jejich nutriční hodnoty a vlivu na zdraví. Nařízení mimo jiné definuje výživová tvrzení a podmínky, které se na ně vztahují, např. pro „sníženou energetickou hodnotu“, „bez energetické hodnoty“, „nízký obsah živiny“, „bez živiny“, „light“, „s vysokým obsahem“ aj. Toto nařízení vstoupilo v platnost dvacátým dnem po vyhlášení v Úředním věstníku Evropské unie a používá se ode dne 1. července 2007.

(Pokud máte o nařízení č. 1924/2006 zájem, kontaktujte nás na adrese redakce@admark.cz a my Vám jej zašleme elektronickou poštou.)

radíme

text / René Müller

foto / archiv společnosti Unita



Rubrika „Radíme“ je určena vám všem, kteří hledáte pomocnou ruku při řízení své firmy. Oslovili jsem experty, kteří se vám pokusí nastínit, jak se vyvarovat některých špatných rozhodnutí a jak zvýšit své tržby i profit. V úvodním díle se zaměříme na to, jak by měla pekařská prodejna vypadat, aby se do ní vaši zákazníci rádi vraceli. O pomoc jsem požádali pana Pavla Tacla, ředitele společnosti Unita.

Radíme: pekařská prodejna

Stejně jako neexistuje univerzální návod, jak být úspěšným podnikatelem, tak neexistuje jednoznačné doporučení, jak by měla vypadat prosperující pekařská prodejna. Proto by měl být níže uvedený text chápán pouze jako obecné doporučení. Podívejte se

tam, kde to funguje. Zkuste se podívat tam, kde jsou prodejny plné lidí. Pokud vám majitel řekne, že výběr tehdejšího dodavatele vybavení prodejny byl správným rozhodnutím a vybral by si jej určitě znovu, jste na nejlepší cestě, jak najít kvalitního dodavatele.

Ptejte se na reference, ale neberte jako hlavní parametr výběru cenu dodávky. Kvalitní dodavatel totiž nemůže být nejlevnější – bude vám poskytovat servis i za pět let, bude stále zaměstnávat nejlepší lidi z oboru, stále se bude věnovat vývoji a výzkumu...

Co budeme prodávat?

Ne všem pekařům se dá radit stejně – každý by si měl najít v oblasti prodeje vlastní identitu – tzn. jestli se bude věnovat jenom suchému pečivu, anebo to bude i zdobené pečivo, cukrovinky a cukrářské pečivo. Otázek je opravdu spousta a tuto počáteční fázi rozhodování bychom určitě neměli podcenit. Bude me například prodávat plněné pečivo, nahoře se šlehačkou? Tak potřebujeme chlazenou vitrínu... Uvažujete o něčem na rozpékání či dopékání? Pak byste neměli zapomenout na konzumační část. A bude to klasický bufetový stůl pro konzumaci ve stoje, nebo svým zákazníkům vyhradíte místo k sezení?

Z těchto poznatků se dá uspořádat logický technologický proces všech činností, které budou v prodejně probíhat – samozřejmě s přihlédnutím ke splnění všech požadavků, které dnes nařizují hygienické normy a obecně závazné vyhlášky.

Prvotní rozhodnutí, jak vytvořit fungující a prosperující prodejnu, je vždy jen a jen na majiteli (pekaři). Každý si musí umět vytvořit představu o vnitřním uspořádání prodejny, aby se k němu zákazníci každý den rádi vraceli.

Kabát prodejny

Úspěch dobré pekařské prodejny začíná u toho, jak ji vaši zákazníci vnímají zvenčí. Je viditelná již z dálky? Je dostatečně označená? Jaký je vstup do prodejny? Je dostatečně široký, je bezbariérový, dá se jím projít se dvěma nákupními taškami? A čistě z praktického hlediska – je před vstupem rohožka? A co podlaha ve vlastní prodejně? Je protiskluzová? Nezapomeňte, že zejména v zimním, či deštivém počasí, může být kluzká podlaha velmi nebezpečná...

Tohle všechno jsou zdánlivě technické maličkosti, které ale velmi souvisí s tím, jak zamýšlený koncept prodejny dopadne.



Design prodává

Pečivo je o každodenním prodeji a v dnešní době je zcela obvyklé, že jsou zákazníci, kteří jdou pro pečivo i několikrát denně. Dnes se již nekupuje 30 rohlíků najednou, nákup pečiva je o komfortu – zákazníci vyžadují čerstvé pečivo ráno, v poledne i večer.

Spousta pekařů stále nevěří, že zásadní vliv na funkci prodejny tvoří design interiéru. Ale skutečně tomu tak je – novou prezentací nabízeného zboží můžeme dosáhnout až o 60 % vyšší tržby. Tohle číslo je ale opravdu extrémní, praxe potvrzuje, že v celoročním objemu tvoří průměrný nárůst asi 20 – 30 %. I ten však může být pro mnohé pekaře stěžejní, neboť může zvrátit finanční výsledky z červených čísel do černých.

Harmonie barev + design + osvětlení = recept na úspěch

A co tvoří dokonalý interiér prodejny? Jednoznačně harmonie barev. Dále by měl být interiér poplatný době svého vzniku – tzn. buď moderní interiér, respektující trendy, nebo naopak vkusně zařízený interiér v retro stylu.

Nejhorší je, když smícháte jednou to a podruhé ono – zákazník to bohužel pozná... Interiér pocho-



pitelně souvisí s osvětlením, které je velice důležité!

To jsou věci, jež dokážete vhodným výběrem ovlivnit: harmonie barev, design a osvětlení. Pokud k tomu přidáte dobrý personál, kvalitu zboží a čistotu prodejny, musí to fungovat!

V příštím čísle si řekneme něco o vitrínách a samotné prezentaci zboží.

Slosovateľná křížovka o ceny

Tajenku zasílejte do 30. 4. 2008 prostřednictvím e-mailu nebo pošty.

1. e-mail

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

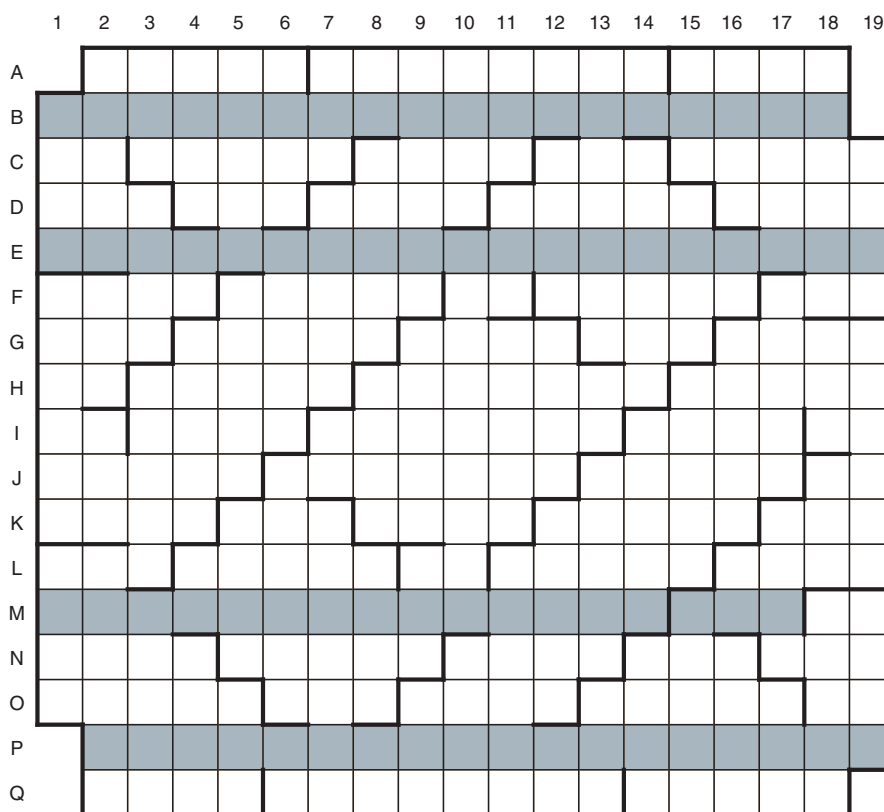
2. pošta

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

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

Jeden vylosovaný luštitel obdrží poukaz pro 1 osobu na zájezd s CK Kudrna – Dunajskou cyklostezkou (pohodové putování mezi Pasovem a Vídní na kole ve dnech 29. 7. – 3. 8. 2008 v ceně 3 970 Kč).

Výherci křížovky z minulého čísla, kteří jako cenu obdrželi zapékačí keramickou mísu: Filip Šťastný, Brno – Židenice, Václav Bílek, Plzeň, Michael Šimek, Praha 5.
Gratulujeme!



Vodorovně: **A** – Klepat; zabrat; vnímání. **B** – 1. část **TAJENKY**. **C** – Název značky síry; jm. herečky Vránové; souhrn hospodářských prostředků; žvást; vzdělávací instituce. **D** – Francouzsky „rýže“; trumfy; slavnostní síň; zlevnění; obvaz. **E** – 2. část **TAJENKY**. **F** – Riziko; Asijec; jm. spisovatele McBaina; časový údaj; květní prášek. **G** – Důrazný zápor; jméno psa; obec u Domažlic; trinitrotoluen; slizovitá látka. **H** – Předložka; list; oblepená; mzdy. **I** – Zkr. olympijských her; staroskandinávský bůh; doslovy; vrhací zbraň; západočeské město. **J** – Takové množství; drahý kov; povrchy předmětů; římská 51. **K** – Domácky Aneta; ruský „dům“; úder; květenství obilí; potomek. **L** – Odd. technické kontroly; ozdoba přilby z per; ozn. letadel ČR; na levé straně; jméno herečky Hlaváčové. **M** – 3. část **TAJENKY**; 4. část **TAJENKY**; zkr. registrované tuny. **N** – Útok; částka; předložka; anglicky „dub“; římská trojka. **O** – Studentská ubytovna; zvýšený tón; český malíř (Josef); dav; citoslovce plašení ptáků. **P** – 5. část **TAJENKY**. **Q** – Anglicky „soudní vyšetřování“; čísnice v baru; část závodu.

Svisle: 1 – Číva; pokrm z rýže; jinak. 2 – Čs. umělé vlákno; Dietlova hrdinka; lov; otcovo. 3 – Biblická praměti; znovu; kamarád Bolka; hromadné střelby. 4 – Pracovitost; inic. dirigenta Konička; revize účtů; slabika smíchu; bezkrmenné dřeviny. 5 – Osvědčení; rosol; vymřelý pták Didus ineptus; znak azbuky. 6 – Jm. zpěvačky Elefteriady; trn; pochybnost; iniciály malíře Buriana. 7 – Symetrála; letadlo (knižně); název značky litru; součin sobě rovných čísel. 8 – Chem. zn. bismutu; zemědělský stroj; vrídek na rtu; architekt (Adolf); starověké město. 9 – Voláním vyzvat; oblitá; obvodní vojenská správa; povrchový důl. 10 – Ženské jméno (26. 7.); jetele; rukavičkářská useň. 11 – Otec otce (knižně); poloha na židli; divadelní závěs; lákán. 12 – Identifikační číslo (zkr.); ovoce; hvězda v souhvězdí Lyry; kmen bez větví; zkr. tlaku krve. 13 – Člověk schopný přenášet myšlenky; značka New Yorku; lysiny; belgické lázně. 14 – Římských 999; kvetoucí (řidč.); světlovlasi; česká řeka. 15 – Past na ryby; trumf v bridži; obilovina; kutálet. 16 – Spojka; chem. zn. thulia; vazivo spojující sval s kostí; zájmeno osobní; malá šelma. 17 – Týkající se Edy; zubní povlaky; osamocení; citoslovce padající krůpěje. 18 – Bývalá žena mušketýra Athose; zn. vysavačů; mezinárodní zkr. souhvězdí Rys; vozík tažený člověkem. 19 – Útočiště; pach hlodavců; nehučící.

Nápověda: ATUT; JER; LYN; NAPA; OTOV; UR

Je pouze několik cest,
jak vyrobit kvalitní
pekařské výrobky.
Řada zlepšujících přípravků
Magimix je jednou z nich.



ZLEPŠUJÍCÍ PŘÍPRAVKY



magimix
Kaiser
magimix
Rolix
magimix
Tolerant
magimix
Tygr



...pro snadné zpracování těsta,
efektivní výrobu a vysokou kvalitu
běžného pečiva

Zlepšující přípravky pro výrobu rohlíčků,
housek a ostatního běžného pečiva.
Zvyšují odolnost těsta, zlepšují
zpracovatelnost a usnadňují výrobu.
Přípravky se liší typem technologie,
pro kterou jsou určeny, požadavkem
na kvalitu a na vzhled finálních
výrobků.



magimix
Mrož
magimix
Krystal



... pro optimální výrobu mrazených
pekařských výrobků

Předkynutá zmrazená a nenakynutá
zmrazená těsta jsou náchylná na výkyvy
kvality při výrobě, skladování,
následném rozmrazení a pečení.
Zlepšující přípravky Mrož a Krystal jsou
optimálním a spolehlivým řešením
pro jejich přípravu a následnou výrobu
finálního pečiva.



magimix
Original
magimix
Soft



...pro dlouhou čerstvost, jemnost
a vynikající chuť jemného pečiva

Výroba jemného pečiva vyžaduje
kvalitní přípravky, které zaručí snadné
zpracování těsta, vysoký objem
a kvalitu pečiva, zvýší jeho trvanlivost
a čerstvost.



magimix
Star
magimix
Kvas světlý



...pro rychlou a snadnou výrobu
chutného a čerstvého chleba

Tradiční český chléb je typický pro svou
chuť a vzhled. Za použití suchých kvasů
a stabilizátoru vyrobíte ve velice
krátkém čase chléb s výbornou chutí,
trvanlivostí a čerstvostí.

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 Složil

obchodní ředitel

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



Dita Müllerová

marketingová manažerka

tel.: 587 419 323
mobil: 602 783 105
e-mail: mullerova@lesaffre.cz



Zdeněk Böhm

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

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



Jan Krieger

pekař – technolog
(kraj Liberecký, Karlovarský,
Středočeský, Ústecký)

tel.: 311 637 654
mobil: 606 706 512
e-mail: krieger@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: rehak@lesaffre.cz



Tomáš Zapletal

pekař – technolog
(kraj Vysočina, Středočeský,
Jihočeský)

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

LESAFFRE ČESKO