

vlastovka

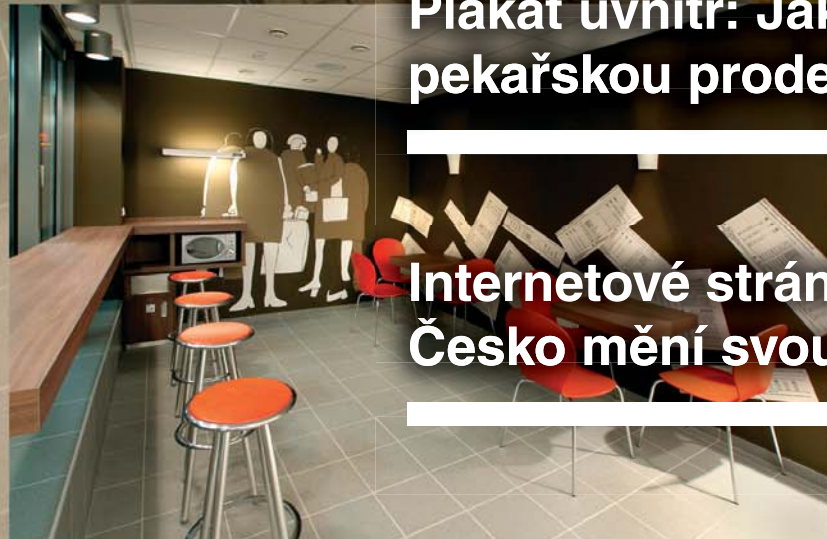
Časopis pro partnery a zaměstnance společnosti Lesaffre Česko, a.s.



Desatero dobrého prodejce pečiva

Poradíme vám... / strana 24

Plakát uvnitř: Jak uspořádat pekařskou prodejnu

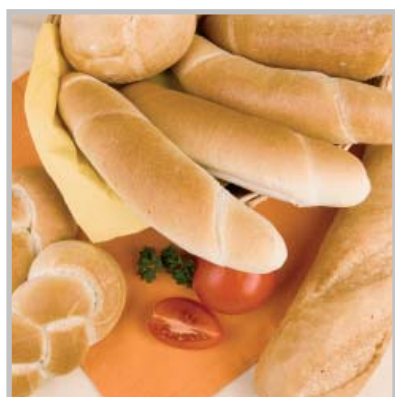


Internetové stránky Lesaffre Česko mění svou tvář... / strana 6

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 mražených
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
magimix
Ritesa



...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.

Běh na dlouhou trať

Většina z nás někdy slyšela o maratonu, tedy běhu na 42 kilometrů. Učili jsme se o něm ve škole, tušíme něco o jeho vzniku a normální smrtelník nemá ambice ho někdy uběhnout, i když v poslední době se s maratonskými běhy roztrhl pytel. Po celém světě se tisíce běžců zúčastňují nejrůznějších verzí této zkoušky vůle a lidských schopností. Časy nejlepších se pohybují kolem 2 hodin, tedy zhruba 21 kilometrů za hodinu, což mnoho z nás nezvládne ani na kole... Přesto si maratonský běh ještě jaksí dovedeme představit. Opravdu extrémní běžecký závod má ale zcela jiné dimenze.

Nejspíš jste ještě nikdy neslyšeli o Spartathlonu!

Spartathlon je běh, který se každoročně koná v září v Řecku, letos to bude 26. a 27. září. Startuje se v Athénách a cíl je ve Spartě, což je nějakých 246 kilometrů. Ano, 246 kilometrů!

Loni doběhl jako první Jurek Scott za 23 hodin a 12 minut, jeho průměrná rychlost byla tedy přes 10,5 km/h. Jako amatérský běžec dokážu tímto tempem uběhnout desítku; a to už musí být správné podmínky, pak jsem na sebe hrdý. Ale Spartathlon se běhá nejen po rovině, ale také v horách, kde převýšení přesahuje 1 000 m, teplota se v nížinách pohybuje kolem 30 stupňů a v noci v kopcích klesá až ke čtyřem (naštěstí nad nulou).

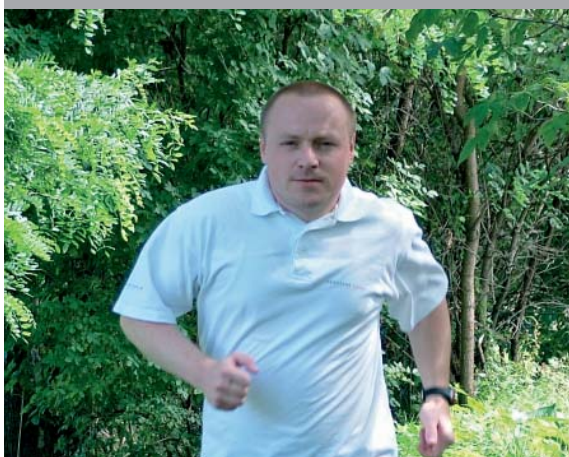
Jako Češi můžeme být hrdí, protože to už minimálně čtyři naši krajané zvládli a doběhli do cíle v časovém limitu, který pořadatelé nastavili na 36 hodin. Snad aby se nikdo „necoural“.

Specialitou Spartathlonu je také to, že se o něm neví. Stojí mimo zájem komerčních médií a celý závod je založen na principu fair-play. Narozdíl od maratonů, které jsou většinou placeny firmami a stává se z nich reklamní záležitost, je spartathlon opravdu jen o nadšení, sebezapření a pevné vůli. Slávu nikdo z účastníků nečeká.

Nepřipomíná vám to pekařinu? Ta je taky během na dlouhou trať a i pekaři jsou mimo zájem médií. Pečivo je přece tak samozřejmá věc...

Takže až budete příště mluvit s nepekařem o vašem řemeslu, vzpomeňte si na Spartathlon.

Tomáš Pošík



Dny chleba v Pardubicích / Zahradní slavnost v DC Topolany / Pekařský tým společnosti Lesaffre Česko obhájil vítězství na Mezinárodním mistrovství pekařů a cukrářů na horských kolech

4 tiskové zprávy

Tělo necht' každodenní své hýbání má

6 personalistika

Internetové stránky Lesaffre Česko mění svou tvář!

6 o firmě

S.I.Lesaffre

8 představujeme

Ladislav Frídel – pekařství / MELITES, spol. s r.o.

9 rozhovor

Moderní alternativy výroby pečiva – nenakynuté mražené

15 pekařina

Darujte zážitek!

16 životní styl

Jak se vyrábí droždí? / Co mají společného mouka a melasa?

17 droždí

Croissant

21 receptury

Jak se prodává pečivo v Rakousku?

22 ekonomika

Desatero dobrého prodejce pečiva

24 radíme

Pekařský kvíz 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:

Marcela Janková, Vendula Malichová, René Müller, Dita Müllerová, Pavlína Pátíková, Tomáš Podivinský, Zdeněk Složil

Fotografie na titulní straně: archiv Unita

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

Název tisku: Vlašťovka

Periodicita vydávání: čtvrtletně

Místo vydávání: Lesaffre Česko, a.s., Hodolanská 32, 772 00 Olomouc

Číslo a den vydání: 4. číslo, vydáno 10. 9. 2008

Evidenční číslo: MK ČR E 17878

Uzávěrka tohoto čísla byla 8. 9. 2008

Dny chleba v Pardubicích

Na začátku června přivítaly Pardubice již 14. ročník Dnů chleba – největší tuzemskou výstavu pekařských a dodavatelských firem a přehlídku pekařských dovedností. Součástí Dnů (nebo spíše Dne, jelikož letošní ročník byl pouze jednodenní) byly jak odborné semináře věnované současným trendům v oblastech technologií, zařízení a surovin pro pekaře a cukráře, tak také soutěže „O nejlepší chléb roku 2008“ a „O nejlepší pekařskou mouku roku 2008“.

Do soutěže „O nejlepší chléb roku 2008“ bylo přihlášeno celkem 36 vzorků ve 2 kategoriích: konzumní chléb (19 vzorků) a řemeslný chléb (17 vzorků). V kategorii konzumní chléb zvítězila firma JAPEK Litvínov a v kategorii řemeslný chléb se stala vítězem firma DOPES, Benešov u Boskovic.

Na výstavě prezentovala své výrobky také společnost Lesaffre Česko jako

významný dodavatel droždí, pekařských směsí, zlepšujících přípravků a margarínů pro pekárny. V jednom dni navštívilo výstavu přes 330 odborných návštěvníků a své výrobky zde vystavovalo 80 pekařských a doda-

vatelských firem z oblasti pekařství a cukrářství.

Více informací o Dnech chleba se můžete dočíst v časopise Pekař a cukrář č. 6.



Stánek společnosti Lesaffre Česko

text / Dita Müllerová

foto / Dita Müllerová

Zahradní slavnost v DC Topolany

V předcházejících číslech Vlaštovky jsme vás informovali, že společnost Lesaffre Česko podporuje Dětské centrum 1990 v Topolanech, poskytující služby handicapovaným dětem a dospělým, nejen finančně. Součástí spolupráce je také účast na společných setkáních klientů a sponzorů. Mezi ně patří i zahradní slavnost, pořádaná pravidelně na konci června, v krásném prostředí zrekonstruované usedlosti v Topolanech, sídle Dětského centra.

V rámci zahradní slavnosti probíhá na nádvoří malý jarmark spojený s prodejem výrobků Chránných dílen, které jsou součástí Centra. Klienti se hrají s velkým nasazením pečlivě připravené divadelní představení, pozvaná kapela složená z dětí dětského domova se postará o hudební stránku a samozřejmě nesmí chybět voňavé selátko, klobásky, točená kofola a správně vychlazené pivo.



Divadelní představení

Letošní zahradní slavnost se opravdu vydařila. Příjemné odpoledne zde strávili jak sponzoři, tak i klienti Centra a všichni už se těší na příští setkání.



Jarmark

Pekařský tým společnosti Lesaffre Česko obhájil vítězství na Mezinárodním mistrovství pekařů a cukrářů na horských kolech

„I cesta může být cíl“ – toto heslo přilákalo v sobotu 23. 8. do Leštiny přes 800 cyklistických nadšenců. Již posedmě se tu konal Moravský bikemaratón, jehož součástí je Mezinárodní mistrovství pekařů a cukrářů na horských kolech.

Pokořit kopcovitý terén v okolí Leštiny



Start 7. Moravského bikemaratónu

přijelo také přes 70 pekařů a pekařek, kteří změřili své síly celkem v 6 kategoriích (pekaři: junioři, mladší, starší, pekařky: juniorky, mladší, starší). Speciální kategorií tvořily pekařské týmy složené vždy ze 3 závodníků stejného pohlaví.

I letos se na start postavil pekařský tým společnosti Lesaffre Česko ve složení: Josef Křížek, Zdeněk Řehák a Miloslav Smola. Motivace byla velká – obhajoba loňského vítězství, a proto již od startu vyrazili všichni členové týmu s plným nasazením, jak dokazují přiložené fotografie. S náročným terénem se poprali v nejlepším čase, a tak se v cíli zaslouženě radovali z druhého vítězství za sebou. Na druhém místě dojel pekařský tým Certas



Vítězný tým společnosti Lesaffre Česko

CZ a třetí skončily Jizerské pekárny. Uznání a obdiv patří nejen vítězům, ale všem účastníkům tohoto závodu, ať už do cíle dorazili nebo ne. Přece „i cesta může být cíl.“

Pro všechny závodící pekaře a pekařky bylo po celý den k dispozici Pekařské depo společnosti Lesaffre Česko, kde mohli načerpat své síly v podobě iontových a energetických nápojů. Po závodě již tradičně mohli využít služeb zkušeného maséra, který se staral o regeneraci unavených cyklistů a cyklistek. Obrovský zájem vyvolala také připravená soutěž v šipkách o ceny, pro děti i dospělé. Naše společnost je ráda, že mohla tuto akci podpořit.

Velké díky patří organizátorům z Cykloklubu Leština, obci Leština a zejména Jiřímu Chlebičkoví, neúnavnému propagátorovi horské cyklistiky mezi pekaři.

Bližší informace o závodě, včetně výsledkových listin všech kategorií, naleznete na www.cyklomorava.cz.



Miloslav Smola (člen týmu Lesaffre Česko) si vyjel 2. místo v kategorii jednotlivců – pekaři mladší – na 50 km



Čekání na start



V Pekařském depu bylo pořád plno



Rozhovor s Jožkou Zimovčákem, který celý závod odstartoval na svém dobovém kole



Všichni členové týmu Lesaffre Česko jeli na plný plyn

Tělo necht' každodenní své hýbání má.

(Jan Ámos Komenský)

Aby dodali svému tělu pohyb, vyrazili zaměstnanci společnosti Lesaffre Česko a jejich blízcí Litovelským Pomoravím do Chomoutova pěšky, na kolech a na koloběžkách. V rámci



Před odjezdem z Olomouce – kolaři

tradičního sportovního odpoledne byl vypraven autobus, který účastníky dopravil do dvou výchozích bodů:

z Litovle vyrazili na trasu dlouhou 15 kilometrů cyklisti a běžec, chodci a „koloběžkáři“ se vydali na 9 kilometrů trasu ze Lhoty.

Cestu za společným cílem – večerí v restauraci V Podkroví v Chomoutově – si někteří zpestřili koupáním v pískovně Náklo, jiní u občerstvovacího koloběžkového vozu.

A jak se odpoledne v pohybu strávené s novými kolegy líbilo paní Miladě Chodurkové, která od února pracuje na obchodním oddělení jako asistentka obchodního ředitele?

„Je pěkné, pokud lidi drží pohromadě i mimo pracovní dobu. Procházka Litovelským Pomoravím pro mě byla poučná a přínosná, protože nejsem z Olomouce. Měla jsem příležitost poznat své spolupracovníky z jiného než čistě pracovního pohledu. Bylo to příjemně strávené odpoledne – s rodinou a přítom v pracovním kolektivu.“



Před odjezdem z Olomouce – koloběžkáři



Občerstvovací stanice

o firmě

text / Dita Mullerová

Internetové stránky Lesaffre Česko mění svou tvář!

Od 1. 9. 2008 jsme pro vás spustili internetové stránky v novém, modernějším designu plné užitečných a zajímavých informací jak pro pekaře a cukráře tak i pro domácnosti. Na stránkách najdete kromě všech nezbytných informací o naší společnosti a našich výrobcích také údaje o aktuálně probíhajících soutěžích. Nechybějí ani kuchařky plné nápaditých receptů ke stažení.

Pro zvědavé čtenáře jsme připravili stránku „Vše o droždí“ (www.vseodrozdi.cz), na kterou se dostanete přímo ze stránek Lesaffre Česko a kde naleznete vyčerpávající informace jak o historii droždí tak nejrozměšší zajímavosti o tomto úžasném mikroorganismu. Navštivte naše nové stránky!



Internetová adresa stránek Lesaffre Česko zůstává stejná:
www.lesaffre.cz

Zkušenosti uživatelů systému Kastalia

Na naše otázky odpovídal pan Jindřich Skopec, spolumajitel pražského pekařství RACIA a pan Martin Křížák, majitel Pekařství Křížák s.r.o.

1. Jaký je Váš celkový názor na zařízení Kastalia?
2. Jaké jsou podle Vás hlavní přednosti tekutého droždí Kastalia?
3. Doporučili byste nějaká zlepšení zařízení nebo droždí Kastalia do budoucna?

1. JS:

Myslím si, že zařízení je to bezvadné, a že se jedná o dobrý nápad. Pro pekaře je to výhodné v tom, že mají vše po ruce, protože když používáte suché droždí, tak se vám válí různě po pekárně a po stolech a lidé ztrácí na výkonu.

1. MK:

Kastalia je moderní věc, která svou podstatou zapadá do konceptu vývoje naší společnosti. Je to zařízení, které do firmy přineslo pozitivní změnu. Instalací Kastalie jsme odstranili několik

problémů, které nás trápily zejména od doby, kdy se lisované droždí začalo balit do celofánu.

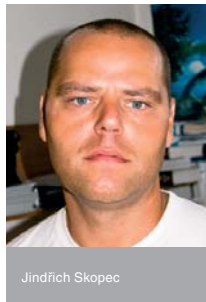
2. JS:

Droždí jde do těsta při dobré teplotě.

Zatím to tu máme rok a nesetkali jsme se s tím, že bychom měli nějaké problémy. Myslím si, že je to právě díky tomu, že droždí je podchlazené na správnou teplotu a začíná pracovat až v těstě, tak, jak to má být. Tohle je obrovská výhoda. Dávkování je přibližně stejné jako u droždí Fala. A cenově to vyjde.

2. MK:

Předností je pořádek na pekárně a daleko jednodušší, přesnější a výrazně rychlejší dávkování. Důvodem, proč jsme si nechali toto zařízení nainstalovat, bylo to, že jsme měli problémy s kontaminací těsta od obalů, do kterých bylo zabaleno původní lisované droždí. Odpadla nám starost s obaly z těchto materiálů. Krabice z Kastalie se dají daleko jednodu-



Jindřich Skopec



Martin Křížák

šeji likvidovat. Výborné také je, že je droždí stále udržováno na požadované teplotě. Není zde přerušen řetězec chlazení. Kastalia nezabírá místo

v míchárně a oproti běžnému lisovanému droždí s Kastalií má míchač pracovní stůl vždy uklizený. Tento systém navíc zjednodušuje a především zefektivňuje práci míchače. Produkt je to výborný, jsme s ním spokojeni.

3. JS:

Lednice samotná je v pořádku. Dávkování je bezva. Možná by stálo za to zpevnit kartony. Již dvakrát se nám stalo, že nám navlhly a pak se úplně rozložily.

3. MK:

Jsem přesvědčen, že je vše v pořádku. Jediným handicapem je vyšší cena a vyšší dávkování. Na druhou stranu chápu, že je tím zaplacený kompletní servis, který je nám poskytován.



**Tekuté droždí
ze spolehlivého
zdroje**



• PRAKTICKÉ

Je konec s neustálým otevíráním chladicího boxu! Dávkovač 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.

LESAFFRE ČESKO



Moto: „Vyrábět droždí je naše práce. Přinášet celému světu dosud nepřekonanou kvalitu je naše poslání.“

V rubrice „Představujeme“ vám přinášíme profily našich sesterských společností.

Minule jsme vás seznámili s naší pobočkou v Rakousku, v tomto čísle se poprvé vydáme na západ od naší republiky, do Francie.

Sesterská společnost S.I.Lesaffre dodává na český trh sušené instantní droždí Saf Instant.

S.I.Lesaffre

Historie

Historie společnosti S.I.Lesaffre se začala psát v roce 1853, kdy Louis Lesaffre-Roussel a Louis Bonduelle-Dalle zakládají lihovar v severofrancouzském městě Marquette-lez-Lille. O 10 let později následuje nákup prvního mlýnu v Marcq-en-Barœul. Na tomto místě začíná rozvoj společnosti Société Industrielle Lesaffre (S.I.Lesaffre), která se postupně stává hnacím motorem a oporou průmyslového a obchodního rozmachu skupiny Lesaffre v oblasti droždářství. V roce 1871 přináší rakouský baron Max de Springer z vídeňské firmy Mautner myšlenku získávat droždí z moštu vzniklého fermentací zrní a prodávat ho pekařům. Na základě této převratné myšlenky zakládají v roce 1873 Lesaffre & Bonduelle na místě původního mlýna závod na výrobu čerstvého droždí v Marcq-en-Barœul. Již v roce 1895 se ale rodiny obou zakladatelů rozhodují

pokračovat v podnikání odděleně. Společnost je rozdělena na 3 samostatné větve: Bonduelle, Lesaffre & Cie (alkohol a droždí) a Lesaffre Frères (cukrovar a lihovar). Až do roku 1968, kdy vzniká oficiálně samostatná společnost S.I.Lesaffre, se datuje společná historie S.I.Lesaffre a Skupiny Lesaffre pod označením Lesaffre & Cie. Sušené instantní droždí se začíná vyrábět v S.I.Lesaffre v roce 1973.

S.I.Lesaffre dnes

V současné době je společnost S.I.Lesaffre největší droždárnou na světě s výrobní kapacitou převyšující 180 000 tun kvasničného mléka za rok a více jak 460 zaměstnanci. Téměř 95 % produkce se vyváží do všech zemí světa. Kromě sušeného instantního droždí se ve společnosti S.I.Lesaffre vyrábí aktivní sušené droždí a mražené droždí s nízkým obsahem vody. Více informací o jednotlivých typech sušeného droždí

najdete v článku „Jak se vyrábí droždí“ na stranách 17 a 18. Jednou z hlavních zásad společnosti je již od 30. let minulého století šetrný přístup k životnímu prostředí, a proto jako jedna z prvních droždáren na světě zvolila namísto čištění odpadu vzniklého výrobou, které je drahé a nedokonalé, možnost odpařování. Tato technika umožňuje fermentaci ve velmi koncentrovaném prostředí, díky které se dosahuje jedinečné kvality konečného produktu.

Sušené instantní droždí pro český trh

Na český trh dodává společnost S.I.Lesaffre sušené instantní droždí Saf Instant ve vakuově balených sáčkích o hmotnosti 500 g a 15 kg. Pro malospotřebitele je určeno sušené instantní droždí v sáčkích o hmotnosti 10 g s vyobrazením loga Skupiny Lesaffre – vlaštovkou (v ČR je toto droždí známo jako „droždí s modrým ptákem“).

Nedaleko centra Rokycan sídlí rodinné pekařství Ladislava Frídel. Pan Frídel byl bohužel časově zaneprázdněn, a tak na mé otázky odpovídala jeho dcera Monika Frídelová, která má ve firmě na starosti personalistiku, obchod a autodopravu. „Byli jsme hozeni do vody. Každý z naší rodiny si vytvořil v rámci pekárny určitý post. Navzájem se respektujeme, táhneme za jeden provaz, a proto jsme spolu již 19 let.“



Ladislav Frídel – pekařství

Jak vzniklo Vaše rodinné pekařství?

Moje maminka pocházela z pekařské rodiny. Komunisté jim pekárnu vzali, ale hned po revoluci naše rodina požádala stát, aby nám majetek vrátil. Tatínek byl pekař, bratr se na pekaře učil. Majetek jsme dostali zpět, ale vzhledem k tomu, že se pekárna nacházela v zátopové oblasti u řeky, tak jsme se před sedmi lety přestěhovali do této budovy, ve které právě sedíme.

Jak jste začínali jako pekárna?

Byla to těžká doba... Když jsme pekárnu v restituci dostali zpět, tak všechny stroje byly ještě z doby, kdy byla pekárna zabavena komunisty. A určitě si dokážete představit, v jakém technickém stavu ty stroje byly. Životnost byla doslova v hodinách a minutách. Museli jsme si vzít milión korun úvěr. Měli jsme obavy. V té době to bylo hodně peněz. Dřelo se od

rána do večera. Byla to doba, kdy jsme neměli absolutně potuchy o tom, jak se vlastně podniká, učili jsme se vše za pochodu vlastními omyly. Milion jsme splatili. Pomohlo nám to, že lidé tehdy vlastně neznali, co to je koupit si čerstvý rohlík, čerstvou vánočku nebo čerstvý chleba. Takto jsme začínali.

Současná výrobní kapacita?

Když jsem začínali, tak jsme pekli, jak jsem již uvedla, rohlíky, chleba, vánočky a šátečky. Sortiment jsme postupně rozšiřovali a dnes máme v nabídce určitě přes sto výrobků. Každopádně, když budu mluvit upřímně, tak odběry jako takové hodně spadly. Přičítáme to všudypřítomným supermarketům. Máme něco kolem stovky odběratelů. Odběry v okolních vesnicích se snižují, pokud bychom nejezdili okruh, tak by se nám nevyplatilo jezdit s jednou bedýnkou pečiva. Zaso-

bujeme Rokycansko, zavázíme i nedalekou Plzeň. V poslední době nově dodáváme zboží i do hotelů a na různé rauty a akce. Do hotelů dodáváme každý den chleba, rohlíky a minibanketky. U rautů se pochopitelně nejedná o pravidelné dodávky, ale je to pro nás finančně zajímavé.

Máte vlastní síť prodejen?

Jedna je součástí pekárny. Druhá prodejna, spíše prodejníčka, je v našem objektu na konci města, poblíž průmyslové zóny, kde si německé firmy začaly stavět fabriky. Otevírací dobu jsme podřídili lidem, kteří tam pracují. Máme otevřeno od pěti do devíti a pak odpoledne, od dvanácti do čtvrt na čtyři. Vedle radnice máme ve velkém řeznictví pana Markvarta malý prodejní koutek a zde také máme největší obraty.

Všiml jsem si, že máte vlastní autodopravu...

Ano, od letošního ledna jsme si vzali autodopravu na sebe. Předtím jsme využívali služeb externí firmy. Nemuseli jsme se o nic starat, pro nás to tehdy bylo výhodné. Nyní si zboží zavážíme sami a máme vše pod kontrolou.

A co řetězce – dodáváte i do nich?

Vůbec. Zásobujeme pouze nezávislý trh. Jednou nás oslovila Billa, ale bylo to pro nás nevýhodné. Pekařina je dřina, my jsme opravdu jen a jen pekaři a nemáme čas se zabývat složitou administrativou, vyřizovat vratky, apod. Nejsme úplně ta nejmenší pekárna,

Jakou máte skladbu výrobků?

Abych se zase moc nechválila: máme trochu problémy s rohlíky. Konkurenční rohlíky (hořovické) mají úžasnou recepturu, já sama je mám moc ráda. Koupili jsme nyní nové plechy a výsledek je, že je jeden rohlík jako druhý, jsou stejné. Před tím jsme je měli na páse a různě se točily, nebyly všechny stejné. Pečeme několik druhů rohlíků. Královský celozrnný, celozrnné banketky, housky, sýrové housky. Chleba máme taky několik druhů: cicero, farmářský, slezský, celozrnný, maroko, chleba zadělávaný tvarohem a samozřejmě obyčejný. Pečeme kilovky, malé kulaté, pečeme i 1900 g chleba – ten hodně

pekaři, měli krásnou linku, vše prosklené, bylo vidět dovnitř..., ale padli. Konkurence dnes pro nás spočívá hlavně v supermarketech. Ať už je tam pečivo kvalitní nebo nekvalitní. Pokud totiž již někdo do supermarketu zavítá, tak vedle oblečení, prášků na praní a ostatních věcí nakoupí také pečivo.

A jak se vyrovnáváte s tlakem na nižší ceny?

Supermarkety jsou cenově úplně někde jinde než my. Musíme sledovat ceny kolem sebe a srovnáváme je především s Plzní, kde jsou ceny vyšší i o 30 %. Nemůžeme si ale dovolit prodávat za stejné ceny. Máme svůj limit, víme, jaké máme náklady. Chceme, aby nás zákazníci neopustili. Nemusíme přece vydělávat miliony. Snažíme se v cenách zdravě pohybovat. Víme, co si k Rokycanům můžeme dovolit. Základem ceny je stanovení takové výšky marže, která nám postačí k tomu, abychom žili. V Plzni je trochu jiná kupní síla.

Dá se nějak bránit vlivu supermarketů?

U nás se vše dělá téměř ručně. Hypermarkety nabízejí polotovary, ať již vezmete rohlíky nebo koláče. Pečivo může stát cenově stejně, naše je ale chutnější.

Je některý z výrobků Vaší srdeční záležitostí?

Jednoznačně koláče.

Jak často zavádíte novinky?

To je různé. Většinou, když nás navštíví dealer s nějakou předváděcí akcí. Posledně to byl například chléb cicero. Chléb se ujal a my jej pečeme dál.

Dobře, ale tento výrobek musí nutně kanibalizovat jiné výrobky, lidé více pečiva přece nesní.

Máte pravdu – chléb cicero je podobný slezskému, který jsme na čas vysadili. Máme opravdu velký sortiment a když víme, že se nám něco neprodává, tak to na čas vyřadíme a dáme místo toho něco nového. Například teď se hodně věnujeme listovému těstu.

Zaměstnancům nabízíme, vzhledem k místním poměrům, nadstandardní podmínky.

zatím nám to šlape. Nemůžeme chtít úplné maximum, nemáme byznys na šperky, ani nevyrábíme součástky do automobilů, jsme spokojeni s tím, co máme.

Jak reagujete na požadavky zákazníků?

Ráda ochutnávám cizí výrobky, je to profesní zvědavost. Nechci, aby to ode mne znělo divně, ale třeba většina koláčů je vyrobena na bázi „rychlovky“. Když už je velmi dobrý tvaroh a není nastavený žádnou pudinkovou náhražkou, tak je zase divný mák nebo je špatná marmeláda. Pekařská marmeláda, kterou jsme kupovali donedávna, stojí zhruba šestnáct až osmnáct korun. Loni jsme začali brát marmeládu, kdy jeden kilogram stojí ne šestnáct, ale šedesát osm korun. Tam je velmi markantní rozdíl. Marmeláda má konzistenci gelu a chuťově je vynikající. Bratr začal dělat několik druhů koláčů z jahodové, borůvkové a meruňkové marmelády, změnili jsme způsob vystavování koláčů ve vitrínách a dnes v prodejně vedle radnice prodáme o čtyři sta procent koláčů více. Veškeré pečivo, koláče a buchty nevyjímaje, se snažíme nešdit a naši zákazníci to ví. Říkají, že chutnají jako doma upečené.

odebírají nemocnice, protože z něj zůstává málo odřezků. Dále máme v nabídce chlebičkové vky a bagety dle přání odběratelů. Ze sladkého programu jsou to koláče všech druhů: od šedesátigramových koláčků až po koláče doslova přes celý plech – ty jsou ovšem na zakázku, zejména když jsou v okolních vesnicích poutě. Dále jsou to různé buchty a šátečky v několika druzích. Pečeme i z listového těsta, děláme bábovky i vánočky.

O jaké druhy pečiva mají Vaši zákazníci největší zájem?

Určitě je to chleba, housky, celozrnné rohlíky a sladký program. Na obchodech je to rozdělené. Dopoledne jdou na odbyt chleba a rohlíky a odpoledne, když jdou lidi z práce, tak jde hodně toho sladkého. Zajímavostí je naše prodejna, která je umístěna u průmyslové zóny. Zde jdou extrémně na odbyt rohlíky a celozrnné pečivo. Jde vidět, že si zde lidé chodí pro svačiny. Odpoledne se prodává hodně sladkého, domů pro rodinu.

Jak se vyrovnáváte s konkurencí?

Konkurence je zdravá. Dřív jsme ji nějak nevnímali. Byli tady nějaký

Pracujete na dvě směny?

Ano. Na noční se pečou makovky, vánočkové pečivo, chleba, rohlíky, celozrnné výrobky a večky. Na ranní se dělá sladké pečivo: vánočky, buchty, záviny, koláče.

Děláte nějaké reklamní akce?

Přímo ne, ale angažujeme se formou sponzorství v sociální oblasti.

Často se setkávám s tím, že pekaři se zaměřují pouze na pečení a úplně opomíjejí marketing.

Budu upřímná: jsme na trhu devatenáct let, jméno již máme. Naši zákazníci znají nás i naše pečivo.

Setkáváte se při své práci s nějakými problémy?

Někdy něco vypadne, rozbije se, má zpoždění. Toto jsou ale běžné záležitosti, které k naší práci prostě patří. Největší a nejtěžší je samozřejmě práce s lidmi. Včetně prodavaček máme čtyřicet zaměstnanců. Z toho zhruba polovina lidí patří mezi jakési naše „stálíce“ – pracují u nás dlouhodobě. Zaměstnancům nabízíme, vzhledem k místním poměrům, nadstandardní podmínky a osobní přístup ke každému z nich. Například před rokem od nás odešla jedna paní do jiné firmy, kde jí nabízeli víc peněz. V takovém případě můžete jen poděkovat a rozloučit se. Dnes už je opět u nás. Toto velmi potěší.



Ladislav Fridel

Jak to máte s pekařským dorostem?

Zaplať Pán Bůh dobře. Můžete být milionář a stejně si můžete stěžovat. Můžete mít málo

a přesto budete spokojení. Já spokojená jsem. Kuchaři i pekaři odcházejí od svého řemesla do jiných oborů, protože je to náročná práce. Vypiplali jsem si od prvního ročníku fantastického pekaře, který u nás již druhým rokem pracuje. Druhý pekař je sice již druhým rokem v důchodu, ale přesto pořád ještě u nás je. Noví zaměstnanci k nám také hodně přicházejí od konkurence.

Pustili jste se někdy do pečiva v BIO kvalitě?

Ne.

A z jakého důvodu?

Osobně zdravou výživu jím. Ne primárně pro to, abych byla zdravá, ale protože mi prostě chutná. U nás o bio pečivu ale zatím nepadla řeč, vzhledem k určité náročnosti výroby. A neuvažujeme o něm ani do budoucna.

Jaký máte názor na balené pečivo?

Je to tak padesát na padesát. Víte, balené pečivo už samo o sobě nevzbuzuje příliš chuti k jídlu. Když si v supermarketu koupíte balené buchty, tak vypadají vždycky nádherně. Pak je ochutnáte a připadá vám, jako by byly týden staré. Z tohoto důvodu je čerstvé (nebalené) zboží vždy lepší. Na druhou stranu chápu, že je balení někdy důležité z hygienických důvodů.

A jaký je Váš názor na ceny pečiva z pohledu pekaře?

Všechno v naší společnosti jde rapidně nahoru. Stoupají ceny energií a surovin. Přežíváme, ale jsme spokojeni.

Co Vás na své práci těší?

Když máte plné obchody, lidé z nich vycházejí a drží v ruce váš koláč, do kterého se s chutí zakousnou. Kolikrát se mi například stane, že mne někdo potká a řekne mi, že k nám strašně rád chodí pro celozrnné rohlíky. Nebo přijdete do banky, či ke kadeřníkoví, a tam vidíte v pytlíku svoje pečivo... To vám udělá velkou radost.

Jste společně s bratrem a rodiči pokračovateli rodinné tradice...

V době, kdy jsme začínali, tak tatínek dělal šéfa Plzeňských pekáren, vedoucího, bratr se učil a já byla v té době ještě mladá. Zátěž byla tehdy na rodičích. Po maturitě jsem šla dělat do jeslí. Táta mě poprosil, zda bych mu mohla prodávat v obchodě. Řešila jsem velké dilema, zda pokračovat v tom, co mě naplňuje, nebo jít do rodinné firmy. Prodávala jsem 6 let, pak jsem šla na mateřskou. V současné době se starám o obchody, personalistiku, jsem v kontaktu s paní účetní, starám se o autodopravu. Tatínek je šéf. Maminka se stará o peníze. Bratr je doteď s ostatními zaměstnanci ve výrobě. Přichází mezi prvními, je v práci do 11 hodin, pak si jde do půl druhé odpočinout a mezi tím nám jedna paní přijímá objednávky. Bratr si je po druhém příchodu do práce projde a chystá navážku surovin na výrobu. Byli jsme všichni hozeni do vody. Každý z nás si vytvořil svůj post a vážíme si toho, že jsme spolu devatenáct let naprosto v pořádku. Navzájem se respektujeme, pracujeme zde jako jedna rodina.

A co budoucnost?

Myslím si, že to bude dobré, že to bude fungovat. Pokud by se něco stalo, holt se propustí polovina lidí, sníží se výroba, zapráhne se rodina a na to živobytí vždycky bude. S tímto předpokladem žijeme celých devatenáct let.

Děkuji za rozhovor a přeji Vám mnoho úspěchů.

kontakt:

Ladislav Frídel – pekařství
Raisova 89/II, 337 01 Rokycany
tel./fax: 371 722 493
e-mail: ladislav.fridel@tiscali.cz

Uveřejněné názory nemusí nutně vyjadřovat stanovisko vydavatele.



Společnost MELITES z Medlova poblíž Uničova není v pravém slova smyslu klasickou pekárnou. Podniká v oblasti výroby mražených pekařských a cukrářských polotovarů. Rozsah roční produkce dosahuje 4 500 tun, což představuje obrát 160 milionů Kč. V příjemné atmosféře mi na otázky odpovídali oba jednatele společnosti: Ing. Pavel Rydzy, CSc. a Ing. Josef Křížek.

MELITES, spol. s r.o.

Kdy se datuje vznik Vaší firmy?

PR: Mražené výrobky se zde vyrábějí od roku 1991. My jsme od původních majitelů odkoupili linku a výrobní prostory. Firma Melites vznikla oficiálně v dubnu 1995.

Co Vás vedlo k tomu vyrábět mražené věci?

PR: Velice nás zaujaly produkty. Původní majitelé sice nebyli moc úspěšní, ale věřili jsme, že se nám podaří firmu do budoucna stabilizovat. Před revolucí se nikdy nic takového u nás nevyrábělo. Zaměřili jsme se na zvýšení kvality. I ti drobní pekaři byli na jednu schopni nabídnout široký sortiment výrobků. Byli schopni péct své zboží těsně před vlastním prodejem, na rozdíl od toho, jak se to dělalo dřív. Vycházeli jsme ze zkušeností ze zahraničí a věřili jsme v úspěch. Nikdo z nás nejsme z oboru. Pan Křížek je zemědělský inženýr. Stará se o výrobu, má k tomu relativně

blízko. Já se starám o ekonomiku.

A jaký byl další vývoj firmy?

PR: Zdá se nám, že vývoj je potěšitelný. Firma se nevyvíjí nějakými obrovskými skoky, je to spíše spontánní – každý rok nám narůstá obrát o 10 – 30 %. Co se týče počtu vyráběných druhů, vše se u nás točí kolem výrobní technologie. Každé zavedení dalšího podstatně nového druhu výrobku vyžaduje nákladné úpravy výrobní linky. Při rozšiřování sortimentu proto postupujeme obezřetně.

Můžete našim čtenářům stručně představit svůj výrobní program?

JK: Ze začátku byla stěžejní výroba listového těsta, které se dodává hluboce zamražené v maloobchodním balení pro konečné zákazníky. Dnes to představuje asi 2 500 tun, což činí zhruba jednu třetinu našeho obrátu. Postupně, jak se firma vyvíjí, tak

se víc orientujeme na výrobu mražených pekařských polotovarů z listového těsta. Vyrábíme tradiční tvary jako jsou šátečky, hřebeny, mřížky, záviny, řezy, atd., což v kombinaci s různými náplněmi tvoří asi 50 druhů výrobků. U zákazníků jsou také velice oblíbené polotovary z tmavého listového těsta, a to jak se sladkou, tak i se slanou náplní. Stále se rozšiřující oblastí našeho výrobního programu je výroba polotovarů z plundrového těsta, zejména croissantů v různém provedení – s náplní i bez. Dále to jsou šneky, koláče, atd. Doplňkově vyrábíme i několik druhů baget v bílém i tmavém provedení. Celkově vyrábíme zhruba 30 druhů polotovarů z plundrového těsta.

Kdo jsou Vaši odběratelé?

PR: Portfolio zákazníků máme velice strukturováno, myslím si, že to je naší velkou výho-

dou. Jednak jsou to nadnárodní řetězce jako Tesco, Billa, Diskont Plus, apod. Tito odběratelé odebírají cca 50 % naší produkce. Druhou polovinu produkce odebírají samostatné pekárny různé velikosti od nejmenších až po ty největší. Mezi nimi jsou i firmy, které nejsou z branže, jako například benzinové pumpy nebo bistra. Odběrových zákazníků je minimálně 500 – 600. Výhodou je, že na nikom nejsme bezprostředně závislí. Žádný z našich odběratelů nemá u nás více jak 10 % obrátu.

Na nezávislý trh dodáváte přes distributory?

PR: Mražené listové těsto dodáváme jak pod svojí značkou, tak i pod privátními značkami řetězců Tesco, Billa, Spar, apod. Spolupracují s námi všichni nejvýznamnější distributoři mražených potravin, z nich nejdůležitější je Nowaco. Naopak u polotovarů si distribuci provádíme sami. Díky tomu jsme velice operativní. Pokud nastanou nějaké problémy, jsou vždycky jenom naše. Nemáme se na koho vymlouvat.

O jaký druh pečiva mají Vaši zákazníci největší zájem?

JK: Jsme specialisté na výrobky z listového těsta. Postupně se ale

naše výroba rozšířila o produkty z plundrového těsta. Tyto produkty dodáváme ve větší části. v podobě zamraženého syrového polotovaru. U některých se posuneme o půl kroku dál. Těsto předkyneme a zamrazíme až potom. Tímto velice zkrátíme čas k finální přípravě vlastního pečiva. Naše filozofie je ta, že se za každou cenu nesnažíme polotovar dostat

Naše filozofie je ta, že se za každou cenu nesnažíme polotovar dostat až do finále.

až do finále. Byl by totiž pochopitelně dražší a navíc by naši odběratelé měli menší prostor k tomu, aby výrobek obohatili o nějakou přidanou hodnotu a získali tak na výrobku určitou marži. Necháváme tedy pekaře mezi sebou soutěžit kvalitou přípravy. Pokud bychom dodávali hotové výrobky, tak by všichni prodávali to samé, byli by závislí jen na obchodní marži a to je málo.

Jak se snažíte vyrovnat s konkurencí?

PR: Konkurence je, jako všude v potravinářství, velice silná. Výrobců je do deseti. Nejsme rozhodně největší, existují zde nadnárodní firmy, ale odhaduji, že jsme na čtvrtém až pátém místě. V baleném listovém těstě naopak máme určitě třetinu trhu. Snažíme se držet na cenové hladině jako naše konkurence. Jsme malá firma, reagujeme na podněty zákazníků, dokážeme být velice operativní. Málokdy se stane, že by od nás zákazník odešel.

Jak jste se vyrovnávali s loňským zvýšením cen?

PR: Bohužel jsme museli zdražit, avšak jen o skutečnou hodnotu vstupních surovin. Ceny jsme zvýšili se zpožděním a ztrátu jsme samozřejmě nesli.

Je některý z výrobků Vaší srdeční záležitostí?

JK: Srdeční záležitostí asi ne, ale jsou výrobky, které se trochu vymykají. Myslím si, že je to tmavý rohlíček ořechový. Jinak

se snažíme vyrábět všeobecně známé české výrobky, neboť naši zákazníci jsou z celé republiky.

Jak často zavádíte novinky?

JK: Každý rok nabídneme pět až deset novinek, ale uchytí se tak dvě. Je poměrně těžké vymyslet něco nového – nabídka tvarů a náplní je prakticky vyčerpána... Vždycky si ale děláme naděje, že

bychom některé starší produkty vyřadili, abychom portfolio výrobků neměli tak široké, protože je to náročné na sklad, neboť musíme mít vše zamražené.

Realizujete nějaké akce na podporu prodeje?

PR: Zúčastňujeme se akcí, které probíhají v řetězcích. Na nezávislém trhu nerealizujeme nic. Naše zboží je anonymní: u polotovaru, který pekař upeče a vystaví na pultu, zákazník nepozná dodavatele. Snažíme se spíše oslovovat odbornou veřejnost prostřednictvím našich obchodních zástupců.

Všiml jsem si, že vyrábíte pečivo v BIO kvalitě...

JK: Prošli jsem náročnou přípravou a byli jsme nakonec certifikováni. Máme schválené tři plundrové výrobky, které prozatím dodáváme do jednoho řetězce. Suroviny se snažíme nakupovat v České republice, ale je to velký problém. Jsme zde schopni nakoupit mouku, všechno ostatní musíme dovážet z Rakouska a z Německa. Prvotním impulsem k tomu, abychom se pustili do bio výrobků, byla poptávka od řetězce. My jsme o tom samozřejmě uvažovali, vidíme to jako trend, ale váhali jsme. Zkušeností je zatím relativně málo. S výrobou jsme začali na jaře letošního roku. Prodej je zatím relativně malý, ale chápeme to jako vklad do budoucnosti. Sortiment bio výrobků chceme rozšiřovat, zejména z listového těsta. Momentálně budujeme nové výrobní kapacity,



Ing. Josef Křížek



Ing. Pavel Rydžl, CSc.

část z nich chceme vyčlenit na produkci bio výrobků.

Rozšiřujete tedy výrobní kapacitu?

PR: Momentálně máme dvě linky. První je zařízení firmy Rheon na které vyrábíme 600 kg/h a na druhé lince značky Canol vyrábíme až 800 kg/h. Nyní máme projekt i stavební povolení a začínáme s výstavbou prostor pro třetí linku. Pokusíme se výrobní kapacitu navýšit o jednu třetinu, protože v sezónním období od srpna do února je kapacita vytížena maximálně.

Existuje rozdíl mezi přístupem dodavatelů v době vzniku Vaší firmy a v současnosti?

PR: Naštěstí již neexistuje nakupování s platbou předem, což bylo v našich začátcích celkem běžné a dnes to již zní jako fikce... Když jsme začínali, tak jsme pro naše dodavatele mnoho neznamenal. V okamžiku, kdy jsme se dostali na vyšší objemy odběrů, změnila se i obchodní politika našich dodavatelů. Měli na nás již více času, sami nás začali oslovovat s nabídkou nových výrobků. My ten nový výrobek napasujeme na linku a zkusíme jej v našich podmínkách vyrobit. Nejedná se tedy přímo o vývoj nového výrobku.

Prodáváte i do zahraničí?

PR: Jestli se dá Slovensko počítat za zahraničí, tak ano. Původní firma, od které jsme technologii odkoupili, byla česko-slovenská, takže polovina produkce šla na Slovensko. Když jsme firmu převzali, tak vztahy zůstaly. Odbyt ale postupně relativně klesá, protože se Slovensko i v této oblasti daleko více emancipovalo. Ze začátku firmy našeho zaměření na Slovensku vůbec nebyly. Teď už jsou tam také. Samozřejmě domácí hráč má vždycky lepší pozici. Má lépe nastavené mzdové náklady, má menší náklady na dopravu, apod. Pokoušeli jsme se o vývoz do Polska, ale všechny pokusy skončily nezdarem. Ne, že by nebyl zájem, ale bylo to pro nás obchodně nezajímavé.

A co západní trh?

PR: Nějaké pokusy jsme podnikli, ty ale skončily za týden či za měsíc. Připadá nám to neuvěřitelně složité. Nyní již o tom vůbec neuvažujeme. JK: Víte, připadá mi poněkud nesmyslné, když se k nám dováží mražené polotovary z Belgie nebo z Holandska, a naopak se z Čech vozí do Holandska takřka ty samé produkty. Nechápu, kde se tam ten ekonomický motiv bere. Takže ani do budoucna nevidím nic, co by nás mohlo upřednostnit na západním trhu nad domácími výrobci.

Kolik máte zaměstnanců?

PR: Zhruba okolo stovky. Musím říci, že s lidmi nemáme problémy. Nevím, možná jsme v oblasti, která byla zatížena velkou nezaměstnaností a lidé si u nás práce váží. Drtivá většina zaměstnanců je zde s námi od začátku, naprosto zcela výjimečně se stává, že odcházejí. Je to spíše odchodem do důchodu nebo na mateřskou. Ale že by lidé hledali jiné zaměstnání, tak to jsou výjimky. Na poměry, které v regionu panují, vyplácíme docela slušné mzdy.

Existují věci, které Vám znepříjemňují podnikání?

PR: Samozřejmě, že se jako asi všichni setkáváme s administrativními překážkami, až nám to připadá někdy nesmyslné. JK: Zažil jsem vývoj potravinářské legislativy a to takový, že každé dva roky byla nějaká nová vyhláška na hygienu provozu. Když jste se podle toho zařídili, tak to skončilo a pak byla zase nějaká nová vyhláška. Například všude musely být pákové baterie, pak už to zase nebylo potřeba. Mně to připadá místy absolutně absurdní. Další extrémem je fakt, že se u nás dříve hlídalo strašně moc parametrů v mikrobiologii a teď, co máme směrnice EU a vyrábíme tzv. nerizikové potraviny, tak se nehlídá vůbec nic. Připadá mi to, že se pohybujeme



ode zdi ke zdi. Zatím nás to ale od práce neodradilo.

Co Vás na své práci těší?

PR: Těší nás, že budujeme firmu, která začala z nuly a teď už něco znamená. Zaměstnáváme sto lidí a na místní poměry je dokážeme slušně zaplatit. Máme dobrý pocit, že budujeme něco, co má smysl.

A jak vidíte svou firmu v budoucnu?

PR: Jak jsem už řekl, my nejsme specialisté jako někteří naši kolegové pekaři, kteří jsou v oboru padesát let, a nemáme tolik zkušeností jako oni. Ale myslím si, že pekaři budou dále existovat. Jak se to bude ale dále strukturovat, to nevím a absolutně netuším. Věříme, že firma našeho charakteru budoucnost má, že nebude příliš malá na to, aby se položila v případě nějakých problémů. Díky struktuře našich zákazníků bychom na tom měli být dobře. Toto je naše představa. Nějaké hluboké filozofické úvahy neděláme.

JK: Jsem přesvědčen o tom, že i ty velké firmy, které se kolem nás začínají budovat, narazí na svůj strop. Myslím si, že je absurdní, aby existoval pouze jeden výrobce pro celou Evropu. Vše má své meze. Žijeme svým životem a co dělají velcí, neřešíme. Zatím z jejich strany nepociťujeme žádný významný tlak.

Děkuji za rozhovor a přeji Vám mnoho úspěchů.

kontakt:
MELITES, spol. s r. o.
Medlov čp. 269
783 91 Uničov
tel.: 585 031 777
www.melites.cz

Uveřejněné názory nemusí nutně vyjadřovat stanovisko vydavatele.



Moderní alternativy výroby pečiva – nenakynuté mražené

Zlepšující se hospodářská situace v naší zemi nám přináší také nutnost změn v přístupu ke konečným zákazníkům. Požadavky zákazníků jsou stále vyšší jak co do sortimentu, tak čerstvosti. „Vymýšlí si“ někdy až neuvěřitelné věci, ale to je dobře především pro výrobce. Nenechají jej totiž usnout na vavřínech a tedy ustnout ve vývoji. Tvrzení, že „vítězná sestava se nemění“ nebo „všechno běží bez problémů, proč to tedy měnit“, mohou být jenom předzvěstí konce.

Všichni vidíme, že vývoj se neustále zrychluje, a tento trend platí i pro pekařinu. Více a více pekařů „zkouší“ vyrábět mražené výrobky nebo je nakupuje od jiných (konkurentů). Někteří postupují metodou pokus-omyl, jiní nakoupili technologii podle rad známých a konečně poslední vzali myšlenku z gruntu. Zjistili si vlastní možnosti odbytu, náročnosti a návratnosti investice a v neposlední řadě svůj vlastní odborný potenciál.

Vyrábět zmrazené pečivo obecně, totiž neznamená pouze nákup mrazicích linek a postavení mrazírenského skladu. Záměrem

tohoto článku není a nemůže být poskytnutí komplexní informace. Naší snahou je pouze upozornit, na které důležité věci je třeba se při rozhodování zaměřit. Odbyt samozřejmě nezmiňujeme, protože ten je důležitý pro každý výrobek. Pokud se jedná o sortiment, v případě nenakynutých výrobků lze mrazit jak běžné, tak i jemné pečivo.

Suroviny:

- Důležité je používat mouku s vysokým obsahem lepku nebo je nutno lepek doplnit (např. Glutopan),
- podle délky skladování výrobku upravit dávkování droždí,
- používat přípravky určené pro výrobu mraženého pečiva.

Technologie:

- Zvážit předpokládanou dobu skladování; při pomalém mrazení v klasickém mrazáku při mínus 18°C vznikají velké krystaly vody. Tyto krystaly potom „potrhají“ strukturu lepku a dojde ke zhoršení objemu hotového produktu. Při použití přípravku Magimix Mroz lze i při této teplotě dosáhnout doby uskladnění až 14 dní.

- Použitím šokových mrazicích linek se problém velkých krystalů vody výrazně omezí – prodlouží se tedy i doba použitelnosti (skladování).

Výhody nenakynutých mražených výrobků:

- Potřeba malého skladovacího prostoru
- Rychlá reakce na požadavek zákazníka
- Nenáročná na přípravu

Nevýhody nenakynutých mražených výrobků:

- Potřeba delšího času na kynutí hotového výrobku před dopečením
- Celkově vyšší náročnost na spotřebu energie



Opakování je matka moudrosti – co využití těchto technologií přináší pekařům?

- » Umožní nabídnout zákazníkovi co nejčerstvější výrobky kdykoli během dne
- » Usnadní organizaci výroby (výkyvy ve výrobě, překlenutí svátků apod.)
- » Odstraní nutnost každodenní výroby malých sérií výrobků
- » Rozpékání ve vlastních prodejnách přiláká svou vůní to nejdůležitější – **spokojeného zákazníka**



Allegria

Firma na zážitky



Najít kvalitní a mnohdy originální dárek pro kolegy, obchodní partnery, či zaměstnance vás může pěkně potrápit. Zkuste něco jiného a originálního. Darujte zážitek!

Z nabídky společnosti Allegria – Firma na zážitky si můžete vybrat z bezmála 180 zážitků různého zaměření.

Darujte zážitek!

Vámi vybraný dárek dostanete v luxusní dárkové krabičce, která obsahuje průvodní dopis s informacemi, návod na rezervaci termínu a zážitkový certifikát. Obdarovaný si pak během šesti měsíců sám vybere, kdy chce zážitek realizovat.

Nabídka je opravdu velice široká: zahrnuje sport, adrenalin, relaxaci, auto-moto, hobby, gurmánské zážitky, zážitky pro dva i více, pro rodinu a děti.



A jaké dárky patří mezi nejoblíbenější?

K výčtu těch nejzajímavějších bude určitě patřit bubble – koulení na Šumavě pro dva. Můžete se těšit na koulení ze svahu až čtyřicetkilometrovou rychlostí v průhledné plastové bublině (bubble) o poloměru 3 m.

Mezi další oblíbené patří adrenalinová jízda vozem Hummer – ať už na místě řidiče nebo spolujezdce. Zajímavý zážitek jistě představuje i let balónem, pilotování dopravního letadla, jízda v závodní sajdkáře nebo škola smyku.

Pro milovníky relaxace je připravena medová masáž s celkovým ošetřením těla i duše, dále relaxační pobyt v parní bylinné březovo – borové kádi, odpočinek v lesních lázních, aromaterapeutická masáž celého těla nebo romantický víkend na zámku snů.

Zážitky jsou velmi oblíbené mezi firmami, které je využívají jako dárky pro své významné obchodní partnery a zaměstnance. Právě pro tyto firmy je připraven i dlouhodobý věrnostně motivační program, který funguje na principu sbírání bodů. Za takto získané body si pak účastníci mohou vybrat konkrétní zážitek.

Největší výhodou programu je bezplatná realizace a správa celého programu firmou Allegria. Spuštění je možné ihned a vy jako klient investujete pouze do odměn ve formě zážitků.

Další nabídkou jsou firemní akce, které si můžete nechat zajistit



kompletně – od kreativního návrhu až po samotnou realizaci.

Pokud správně vylustíte kvíz na str. 26, můžete vyhrát zážitkový certifikát (poukaz) v hodnotě 2 000 Kč. Certifikát lze uplatnit na vybraný zážitek z nabídky firmy Allegria – Firma na zážitky.

Allegria – Firma na zážitky
www.firmanazazitky.cz
 tel.: + 420 222 316 957

Jen málokdo si asi dokáže představit, jak a z čeho se vyrábí droždí.

Objevte s námi na následujících stránkách výrobní proces droždí prostřednictvím jednoduchého schématu a seznámte se se složením drožďové buňky a s formami droždí, které jsou dostupné na světových trzích.

A také se společně s námi zamyslete nad tím, na čem závisí cena droždí.



Jak se vyrábí droždí?

Cílem výrobců droždí je produkce velkého množství živých buněk. Během celého výrobního procesu od laboratorního množení po fermentaci kvasinek v kvasných kádích výrobci usilují o zajištění optimálních podmínek (melasa, teplota, pH...). Kvalitního droždí přizpůsobeného požadavkům zákazníků dosahují výrobci propojením přísného výběru násadních buněk a specifické výrobní technologie.

Skupina Lesaffre jako světový leader ve výrobě droždí dodává svým zákazníkům tento produkt hned v několika formách:



Tekuté droždí

Až do roku 1825, kdy bylo na trh poprvé uvedeno lisované droždí, byly kvasnice prodávány v tekutém stavu. Návrat k této formě droždí je reakcí na poptávku ze strany průmyslových pekáren.



Lisované droždí

V průmyslových zemích je rozšířeno nejvíce. Důvody jsou finanční i praktické. Je formováno do podlouhlých hranolů. Droždí vyráběné pro trh v České republice má bílou barvu a velmi drobivou strukturu. V jiných zemích může být tmavší a jeho konzistence plastičtější.



Granulované droždí

Má formu relativně drobných částíček, které snadno procházejí násypkami hnětačích zařízení. V průmyslových pekárnách je často mícháno s vodou za vzniku suspenze. Tu lze následně použít při automatickém dávkování surovin.



Aktivní sušené droždí

Existuje ve formě drobných válečků nebo kuliček. Je odolné vůči teplu, což je vlastnost, která je velmi ceněna v regionech s klimaticky nepříznivými podmínkami (vysoké teploty a zvýšená vlhkost vzduchu).



Instantní droždí

Vděčí za svůj název tomu, že ho není nutné před přidáním do mouky znovu hydratovat. Používá se stejně snadno jako čerstvé lisované droždí. Jemné krystalky instantního droždí jsou baleny buď vakuově nebo v ochranné atmosféře.



Mražené droždí s nízkým obsahem vody

Jde o droždí, které se vyznačuje nižším obsahem sušiny než je tomu u instantního droždí. Je ve formě prášku a používá se například při přípravě nepředpečeného hluboce zmraženého pečiva.

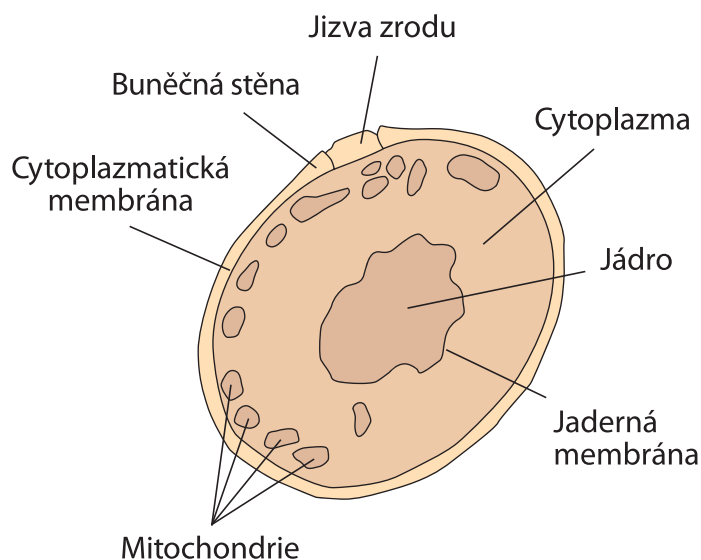
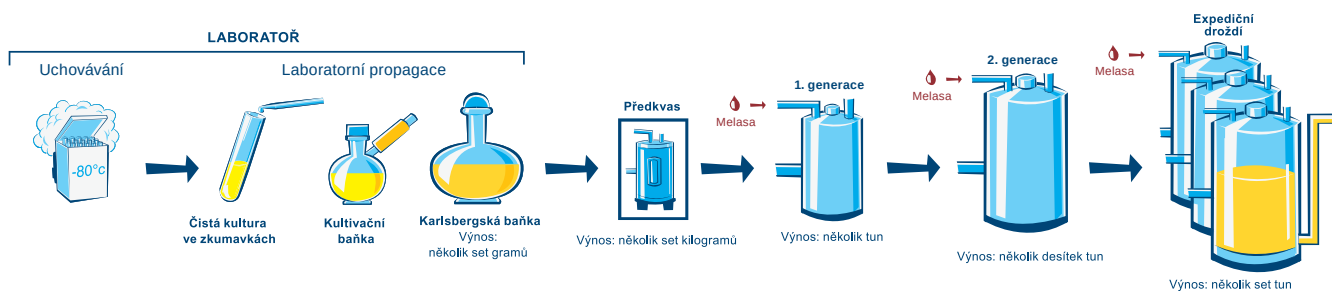


Schéma buňky droždí (průměr = 8 mikronů)

Nejznámější kvasinkou je *Saccharomyces cerevisiae*. Její název je odvozen od slova cukr (Saccharo) a od slova houba (Myces). Rod *cerevisiae* znamená v latině „pivní“.

Schéma výrobního procesu droždí





Co mají společného mouka a melasa?

Mouka je bílá a sype se. Melasa je hnědá a teče. Přesto mají obě něco společného: Jejich cena za poslední dva roky dosáhla rekordních hodnot.

Ceny mouky a jejich nárůst zná dobře každý pekař. Mouky je sice dost, ale světová poptávka a v neposlední řadě spekulanti dotáhli její cenu na několikanásobek původních hodnot. Mouka se vyrábí z obilí a protože existují komoditní burzy, jeho cena je veřejnou informací. Tam si každý může ověřit, jak si ceny stojí.

Cena melasy je pro pekaře zdánlivě nezajímavá. Ale k výrobě droždí je zapotřebí právě melasy! A ta se v posledních letech chová stejně jako mouka, možná o něco hůře. Jen se o tom méně mluví, protože žádná „melasová burza“ zatím neexistuje. Cena

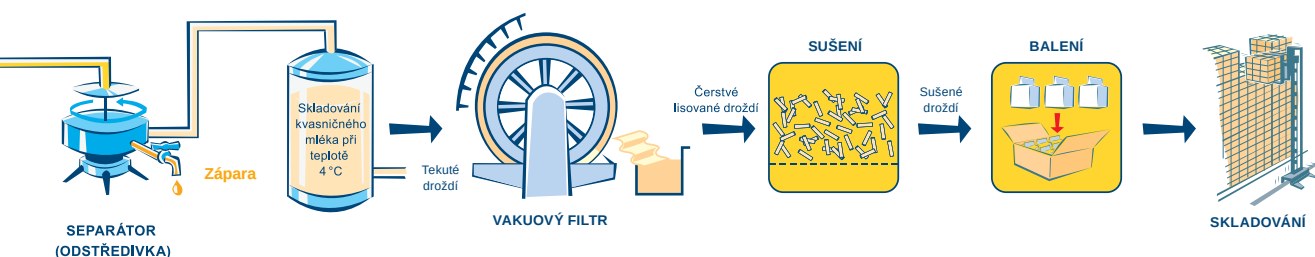
melasy pro příští kampaň, tedy 2008/2009, vyskočila o polovinu, někde až na dvojnásobek loňských hodnot.

Příčiny jsou minimálně dvě:

1. Melasa vzniká při výrobě cukru jako vedlejší produkt, kterého se cukrovar musí zbavit. Cukrovarů ale ubývá v důsledku celoevropského útlumu cukrovarnictví a výroba cukru klesá. A s ní klesá i výroba melasy. V České republice se výroba melasy snížila o polovinu, v okolních zemích je situace podobná.
2. Poptávka po melase se však neustále zvyšuje v důsledku jejího nového využití, kterým je výroba biopaliv. Vyrábí se z ní, jednoduše řečeno, líh.

Všichni výrobci droždí v Evropě dnes čelí největší výzvě za posledních deset let, kterou nárůst ceny melasy přináší. Současně dochází k dramatickému růstu cen energií a pohonných hmot. Také ceny dalších surovin nezbytných pro výrobu droždí dosahují úrovně, kterou si před nedávnem nikdo neuměl ani představit.

To, co pro pekaře znamená zdražení mouky, znamená pro výrobce droždí zdražení melasy.





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

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



Vyberte si směsi pro výrobu kvalitního chleba a pečiva ze sortimentu značky Inventis. Naši pekaři - technologové Vám poradí, pomohou a doporučí nejvhodnější způsoby výroby a prodeje pečiva.

Nabídněte zákazníkům zdravé, chutné a kvalitní pečivo!

www.lesaffre.cz



Croissant

Croissant je francouzské pečivo z plundrového těsta ve tvaru půlměsíce, od kterého je také odvozen jeho název – croissant, francouzsky půlměsíc. Vznik tohoto pečiva se datuje do období obléhání Vídně (podle jiné legendy to byla Budapešť) tureckými vojáky v roce 1683. Původ tohoto ryze francouzského pečiva neleží tedy překvapivě ve Francii, ale právě ve Vídni, odkud ho do Francie přinesla Marie Antoinetta.

Legenda

Podle legendy vídeňští pekaři pomocí pečiva ve tvaru půlměsíce přispěli během obléhání k odvrácení útoku tureckých vojsk. Obyvatelé Vídně útok Turků očekávali, ale netušili, jakým způsobem chtějí proniknout do města. Jednou, pozdě v noci v jednom pekařství, zaslechli pekaři

při přípravě pečiva zvláštní zvuk. Brzy přišli na to, že se Turci snaží prokopat tunel do města. Přemýšleli, jak by varovali ostatní obyvatele. Tu jednoho z nich napadlo upéct pečivo ve tvaru půlměsíce a rozvést ho po celém městě. V době obléhání znali všichni obyvatelé Vídně symbol Turků – půlměsíc, a uvědomili si, co se chystá. Útok byl odvrácen a Turci poraženi. Na památku této události bylo pekařům ve Vídni přiznáno právo péct drobné pečivo ve tvaru půlměsíce, kterému se v němčině začalo říkat Hörnchen, český rohlík.

Název croissant se začal používat až ve Francii po roce 1770, kdy královna Marie Antoinetta, manželka Ludvíka XVI., zavedla jeho výrobu v Paříži. Ale teprve po roce 1920 začali francouzští pekaři vyrábět croissant z plundrového těsta, jak ho známe nyní.

Tajemství croissantu

Tajemství křehkých vrstev croissantu spočívá ve správné teplotě másla, v překládání, chlazení a rozvalování těsta. Jedno s druhým totiž souvisí – máslo se dobře spojí s těstem jen tehdy, pokud má správnou teplotu. Těsto s máslem půjde dobře rozválet, jen je-li vychlazené. A konečně, typické vrstvičky se vytvoří, pouze pokud těsto několikrát přeložíte a rozválíte. Pro úplnost je nutné podotknout, že receptů na croissant je minimálně tolik, kolik je v něm vrstev. Existují verze s droždím i bez, verze pracující se stejným množstvím másla a mouky, zato bez vajec... Na chlazení, překládání a válení se však shodují všechny. A výsledek za tu trochu práce stojí.

My vám přinášíme dva recepty: jeden tradiční francouzský a druhý přizpůsobený podmínkám a tradicím v našich pekárnách.

Francouzský croissant

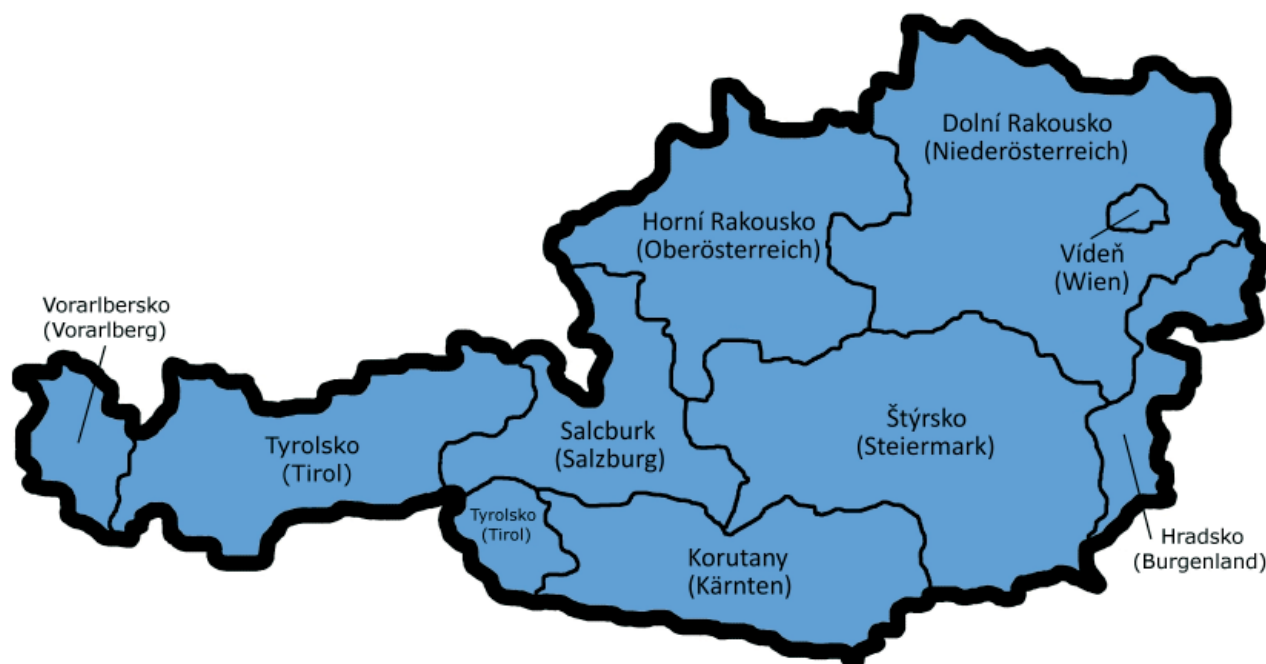
RECEPTURA	TĚSTO		
	Surovina	Hmotnost v gramech	Dávka v % na množství mouky
	Mouka	1000	100 %
	Voda	500	50 %
	Sól	20	2 %
	Droždí	45	4,5 %
	Cukr	100	10 %
	Máslo	60	6 %
	Vejce	50	5 %
	Sušené mléko	40	4 %
	Hmotnost	1815	

POSTUP VÝROBY	TĚSTO	
	Typ mísičního zařízení	Šlehač
	Total	55°C
	Mísení	3 + 4 min.
	Teplota těsta	25°C
	Zrání	15 h/5°C.
	Zabalení tuku	25 % tuku na hmotnost těsta
	Tvarování	1 x 3 nebo 1 x 2 + 1 x 1
	Odkočinutí	20 – 30 min./5°C
	Rozválčení	2,5 mm
POSTUP VÝROBY	Dělení	55 g
	Kynutí	2 h/28°C
	Pečení	15 min./200°C rotační pec

Croissant

RECEPTURA	TĚSTO		
	Surovina	Hmotnost v gramech	Dávka v % na množství mouky
	Mouka	1000	100 %
	Croissant mix	150	15 %
	Droždí	50	5 %
	Cukr	50	5 %
	Margarín	30	3 %
	Voda	500	50 %
	Hmotnost	1780	

POSTUP VÝROBY	Typ mísičního zařízení	Spiral
	Total	55°C
	Mísení	3 + 4 min.
	Teplota těsta	25°C
	Zrání	20 min./5°C.
	Zabalení tuku	25 % tuku na hmotnost těsta
	Tvarování	1 x 3 / 1 x 3 / 1 x 3
	Odkočinutí	20 min./5°C
	Rozválčení	2,8 mm
	Dělení	55 g
POSTUP VÝROBY	Kynutí	1 h/28°C
	Pečení	15 min./200°C



Jak se prodává pečivo v Rakousku?

Jeden Němec, který žil nějaký čas v Rakousku a nyní podniká v České republice, kdysi s nadsázkou (u piva) prohlásil, že Rakušané jsou Češi, kteří mluví německy. Něco na tom určitě je, Rakousko je v mnohém podobné České republice, alespoň pokud jde o Vídeň a východní část země. Každopádně to platí v oblasti stravování, kde se naše staleté propojení v rámci monarchie projevilo výrazným promícháním obyvatelstva. A každý přistěhovalc, ať již česká hospodyně sloužící ve Vídni nebo rakouský úředník vyslaný do Prahy či Brna, si s sebou přinesl také své stravovací návyky. Dnes můžeme jen hádat, jestli je makový závin česká nebo rakouská specialita, vepřové koleno dostanete ve vídeňských stejně jako v českých hospodách, a buchtám se u našich jižních sousedů říká „Buchteln“. Spory o Temelín na tom nic nezmění.

Když jsme si tak podobní, možná by bylo zajímavé podívat se na to, jak v Rakousku fungují specializované prodejny pečiva. Právě tam totiž možná směřuje náš trh...

I v Rakousku, stejně jako u nás, je zvykem, že prakticky každý pekař má alespoň jednu vlastní prodejnu pečiva. Výroba pečiva a jeho prodej tedy nejsou odděleny, ale patří neodlučitelně k sobě. Mnozí velcí rakouští výrobci pečiva sázejí stále více na odbyt ve vlastních prodejnách.

Až do 80. let minulého století byl prodej pečiva i v Rakousku převážně tradiční. Tisíce malých pekařů, každý se svou prodejnicí sloužící nejbližšímu okolí. Ale od osmdesátých let nastala změna: začaly se vytvářet větší sítě prodejen patřících jedné firmě. Tento proces se neobešel bez potíží, například dnešní lídr na trhu, firma Ankerbrot, prodávala v devadesátých letech krizi, která ji málem stála existenci. Některé

z dnešních největších pekáren se mohou chlubit tradicí přesahující 150 let, v jednom případě se mluví dokonce o třísetleté historii.

Zajímavým úkazem je regionální rozdělení trhu s pečivem. Žádná ze sítí pekáren není rovnoměrně zastoupena po celém území země, ale každá z nich se zaměřila na určitý region, většinou definovaný jednou nebo několika spolkovými zeměmi.

Charakteristickým znakem všech prodejen pečiva je důraz na kvalitu výrobků a jejich čerstvost. Zatímco v rakouských supermarketech klidně dostanete poněkud stárnoucí pečivo (stejně jako v těch českých), ve specializovaných pekařských prodejnách si zpravidla nedovolí nabídnout vám něco z předchozího dne. Je pravidlem, že pokud se v prostorách hned vedle prodejny přímo nepéče, dopékají se alespoň polotovary. Čichový vjem vás nemine v žádné pekařské prodejně.

Do igelitových sáčků vám pečivo běžně nedají, snad jen na přání. Všichni bez výjimky používají papírové sáčky s logem prodejny či jiným reklamním sdělením.

Dalším typickým jevem je nabídka čerstvých sendvičů. Většinou je sice nepřipravují přímo před vámi, ale přesto je prodávají velmi čerstvé. Chutě se mohou různit: od Wurstsemmel, tedy i nám známé housky se salámem, až po středomořské varianty (ciabatta s parmskou šunkou, sýrem, listovou zeleninou a bylinkami). Na rozdíl od Česka budete těžko hledat balené trvanlivé varianty sendvičů, a majonézu jako náplň budete muset také oželeť. Cenně přijde takový sendvič na 2,50 EUR, tedy asi 62 Kč. Je samo-

zřejmostí, že vám k němu nabídnou půllitrovou PET láhev nealkoholického nápoje za zhruba 1,50 EUR, takže za 100 Kč dostanete na cestu velmi chutný, řekněme průměrně vydatný, oběd.

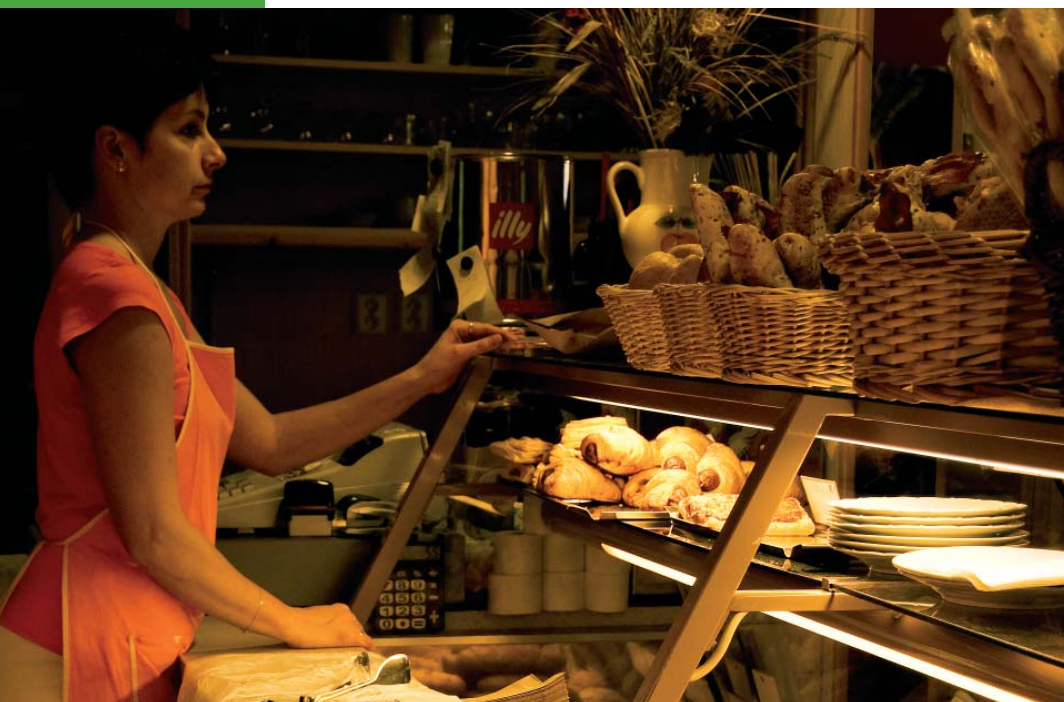
Kromě nealkoholických nápojů se v pekařstvích zpravidla prodává také káva, kterou je možno vypít přímo na místě ve stoje u pultu nebo v sedě u stolků, někde velmi jednoduchých, jinde až designově přestřelených. Zvláštností některých prodejen je možnost zakoupit si mletou kávu a odnést si ji s sebou, setkali jsme se dokonce i s prodejem malospotřebitelské mouky pod značkou pekárny.

Prostředí pekáren se liší podle stylu, který majitel zvolil. Od kla-

sického vzhledu, který připomíná spíše meziválečná léta (jako například jedna z filiálek sítě Felber v Ottakringerstrasse), přes strohou, ale praktickou a pohlednou, účelovost většiny poboček Ankerbrot, až po moderní prodejny sítě Mann, které jen na známé Mariahilferstrasse ve Vídni najdete hned čtyři.

Kvalita obsluhy, na kterou narazíte, se může lišit. Celkově můžete čekat zdvořilé a vstřícné jednání, ale i v Rakousku tu a tam narazíte na personál bez znalosti vlastního sortimentu, zejména na turisticky vyhledávaných místech.

		počet prodejen	regionální působnost	webové stránky
	Ankerbrot	187	zejména Vídeň a okolí	www.ankerbrot.at
	Baguette	138	Tyrolsko	www.baguette.at
	Ring	91	Horní Rakousko	www.ring.co.at
	Mann	65	zejména Vídeň a okolí	www.dermann.at
	Ströck	65	zejména Vídeň a okolí	www.stroeck.at
	Ruetz	57	Tyrolsko a Vorarlberg	www.ruetz.at
	Felber	43	Vídeň a okolí	www.felberbrot.at
	Sorger	30	Graz a okolí	www.sorgerbrot.at
	Auer	27	Graz	www.hubert-auer.at



Recept na úspěšnou prodejnu pečiva se neomezuje pouze na nabídku kvalitních pekařských výrobků, čerstvost a různorodost sortimentu a úhledné uspořádání vitrín. Důležité je mít také spolehlivý obsluhující personál, který je dokonale zaškolený, disponuje obchodními dovednostmi a vyznačuje se lidským přístupem k zákazníkovi. Pouze takovýmto způsobem se mezi pekařstvím a jeho zákazníky vybudují trvalé vztahy.

Desatero dobrého prodejce pečiva

Umění prodávat se člověk učí neustále. Bez motivace a lásky k pekařskému řemeslu je často obtížné čelit realitě. Pekařina a prodej pečiva je strastiplná pouť, která vyžaduje obětavost, trpělivost a nadšení pro věc. Drželi se pekařská prodejna hesla „zákazník je král – prodejce je osobnost“, má spokojené zákazníky, kteří mu jeho vynaložené úsilí odmění pravidelnými nákupy.

Existuje několik obecně známých pravidel úspěšného prodeje, která jsme pro vás přizpůsobili tak, aby se dala použít při prodeji pekařských výrobků.

1. Být usměvavý a přívětivý

Už při vstupu do prodejny zákazník pozná, jestli prodávající personál dělá svou práci s potěšením. Sebevědomé, ale přitom vstřícné, vystupování prodávaců přispěje k úspěchu pekařské provozovny a k její oblíbenosti mezi zákazníky. Již z řeči těla vyzařuje ochota prodat zboží a to působí na zákazníky sympaticky. Řeč těla a mluva by se měly vzájemně doplňovat.

Pro neverbální způsob komunikace jsou důležité:

- přirozený a přívětivý výraz v obličeji
- přímé držení těla (ukazuje, že prodejce je připraven pracovat)
- oční kontakt se zákazníky
- přirozená mimika a gestikulace (např. ukažte otevřenou rukou na zboží, vezměte chléb do ruky nebo zvedněte dort na talíři tak vysoko, abyste ho ukázali zákazníkovi)

Při verbálním způsobu vyjadřování se řiďte těmito zásadami:

- Mluvte dostatečně hlasitě a zřetelně. Vyhýbejte se příliš hlasitému zdravení, ale stejně tak nezdravte příliš tiše a lhostejně.
- Přátelská intonace vyplyne sama, pokud se prodávající personál usmívá a tváří se spokojeně.
- Zvolte správné tempo řeči, nemluvte ani příliš rychle ani příliš pomalu.
- Podpořte prodejní argumenty tím, že na důležitá slova položíte důraz.
- Mluvte srozumitelně.

Už jen „pouhým“ pozdravením zákazníka můžete ovlivnit celý další průběh komunikace.

- ! Pozdravte zákazníka ihned a tak, že ho kontaktujete pohledem.
- ! Zdravte přívětivě, protože přívětivost je nakažlivá.
- ! Známé zákazníky oslovujte jménem, děti křestními jmény, působí to osobně. Můžete je také přivítat zdvořilostními kontaktními větami (např. „Dobré ráno, paní Nováková. Už jste překonala tu nemoc?“ „Dobrý den, paní Novotná. Byla jste u holiče. Ten nový účes Vám opravdu sluší.“ „Dobrý večer, pane Černý. Jak bylo na dovolené?“).
- ! U zákazníků, kteří do pekárny přicházejí příležitostně, se snažte co nejrychleji zjistit jméno a správně jej vyslovovat.
- ! Pozdravte také osoby, které zákazníka doprovázejí, jako děti, manželské partnery a známé a všimněte si i jich.

2. Rychle reagovat

Dobrý prodejce musí na přání zákazníka reagovat rychle a dobře.

Takové chování zákazníci ocení zvláště v době prodejní špičky, kdy je každá minuta drahá.

3. Být důvtipný a přesvědčivý

Odhadnout zákazníka, zvolit správný způsob prodeje, pomoci mu s výběrem zboží a dosáhnout toho, že si výrobek koupí... to je pilíř úspěchu. Prodejce dokáže odborně poradit jen tehdy, pokud má přehled o veškerém nabízeném sortimentu.

Dotazy ke zjištění, co si zákazník přeje nakoupit, můžete formulovat různě. Budete-li rutinně klást vždy stejnou otázku, působí to bezmyšlenkovitě a není to na úrovni. Současně taková jednotvárnost v dotazování tlumí zákazníkům zájem o nakupování. Neosobní formulace, z nichž je patrný nezájem, působí od začátku jako brzda prodeje (např. „Prosím?“, „Další?“, „Co Vám?“ nebo jen zcela krátké pokývnutí s tázavým pohledem). Osvojte si více výrazů, kterými můžete zákazníka oslovit:

- „Co Vám mohu nabídnout?“
- „Co si přejete?“
- „Co byste si přál?“
- „Čím Vám posloužím?“
- „Co pro Vás mohu udělat?“
- „Jaké máte přání?“
- „Jak Vám mohu pomoci?“

4. Vytvářet vztahy

Každý zákazník se musí cítit výjimečně. Když vstoupí do prodejny, přerušte ihned rozhovor s kolegou nebo rozdělanou pracovní činnost a věnujte zákazníkovi plnou pozornost. Zárukou zákaznickovy věrnosti je vybudování trvalých vazeb mezi ním a prodejnou.

Dbejte na to, aby při inkasování probíhalo přijímání peněz jasně a bez nedorozumění. Měli byste vědomě udržovat oční kontakt se zákazníkem, abyste podle jeho mimiky ihned poznali nelibost či souhlas. Při přijímání peněz byste měli dodržovat následující postup:

- Zřetelně vyslovte celkovou částku. Tuto částku musí zákazník také dobře vidět na displeji pokladny.
- Zřetelně uveďte částku, kterou

jste obdrželi od zákazníka, a poděkujte mu.

- Peníze obdržené od zákazníka viditelně položte vedle pokladny.
- Počítejte před zákazníkem nahlas peníze, které mu vracíte.
- Obdržené peníze uložte do pokladny až poté, co zákazník přijal peníze, které jste mu vrátili.
- Vydejte zákazníkovi pokladní stvrzenku a proces placení zakončete přátelským poděkováním.
- Zásadně mějte v pokladně dostatek peněz na vrácení.

Rozloučení se zákazníkem probíhá podobně jako přivítání a je stejně tak důležité, protože uzavírá celkový dojem, který si s sebou zákazník odnáší.

- ! Udržujte se zákazníkem i s osobami, které ho doprovázejí, kontakt pohledem.
- ! Rozlučte se přátelsky vhodným pozdravem a nezapomeňte ještě jednou poděkovat.
- ! Se známými zákazníky se rozlučte jménem, s dětmi křestními jmény.
- ! Rozloučení doplňte osobními přáními, kterými chcete zákazníkovi projevovat zvláštní pozornost a přívětivost (např. „Mnohokrát děkuji a nechte si chutnat.“, „Pěkný víkend.“, „Pěknou dovolenou.“, „Příjemný večer a nashledanou.“, „Nashledanou a přeji pěknou oslavu.“). Je nezdvořilé, když se prodejní personál již během loučení obrátí k novému zákazníkovi, začne se věnovat jiné činnosti nebo rozhovoru s kolegou.

5. Dodržovat hygienu

Používání rukavic je jedním ze základních hygienických pravidel, na které se často zapomíná a které by mělo být povinností všech prodejců pečiva.

6. Efektivně plnit základní úkony

Prodejce se musí během pracovní doby věnovat i jiným povinnostem, než je prodej pečiva. Mezi tyto povinnosti patří například čištění regálů a táček s pečivem a zákusky, úklid prodejní plochy,

doplňování sortimentu, ... Všechny tyto úkony musí být prováděny bezchybně a tak, aby se nedotýkaly zákazníka.

7. Perfektně znát sortiment

Složení, náplně, druhy, cena, gramáž, akční nabídky, ... žádná informace nesmí prodejci uniknout. Dokonalá znalost sortimentu přidá na důvěryhodnosti a upevní vazby mezi prodejnou a zákazníkem.

8. Vybrat vhodný obalový materiál

Každému výrobku svůj obal. Dobrý prodejce musí vědět, jaké balení použít pro daný sortiment pečiva nebo cukroví a mít ho k dispozici... krabice a tácky na zákusky, papírové sáčky na pečivo, atd.

9. Být zručný

Při manipulaci se zbožím musí prodejce prokazovat svou zručnost, jeho pohyby musí být efektivní a harmonické. Ať už se jedná o vyskládání zboží na tácky a do regálů či o zhotovení dárkového balení, prodejce musí působit zručně a sebejistě.

10. Získávat nové zákazníky

Dobrý prodejce si svým nadšením a přátelským přístupem udržuje věrnost stálých zákazníků, ale zároveň může tímto chováním přilákat i zákazníky nové. Nepodceňujte školení prodejců, od kterého se odvíjí kvalita a efektivita jejich práce. A nezapomínejte na to, že pilířem pekařského řemesla a prodeje pečiva je profesionalita a lidský přístup.

Použitá literatura a prameny:

Loderbauer, J.: Das Bäckerbuch Grund- und Fachstufe in Lernfeldern – 2006
Debail, N.: Qu'est-ce qu'un bon vendeur?
– Le Boulanger Marocain No 4/2007

Pekařský kvíz

Správné odpovědi zasílejte do 31. 10. 2008 prostřednictvím e-mailu nebo pošty.

1. e-mail

Správné odpovědi zašlete s přesnými kontaktními údaji na adresu:
redakce@admark.cz,
předmět: vlaštovka_kvíz

2. pošta

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

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

Výherci sudoku z minulého čísla, kteří jako cenu obdrželi poukazy v hodnotě 1 000 Kč do Lanového centra PROUD: Marie Calábková (Olomouc), Johana Ajglová (Zlín). **Gratulujeme!**

JEDEN VYLOSOVANÝ LUŠTITEL OBDRŽÍ ZÁŽITKOVÝ CERTIFIKÁT (POUKAZ) V HODNOTĚ 2 000 Kč.

1. Kdy bylo na trh poprvé uvedeno lisované droždí?

- a/ 1825
- b/ 1835
- c/ 1845

2. Největší počet vlastních prodejen pečiva provozuje v Rakousku firma:

- a/ Ring
- b/ Ankerbrot
- c/ Mann

3. Který tým zvítězil na letošním ročníku Mezinárodního mistrovství pekařů a cukrářů na horských kolech v kategorii pekařských týmů?

- a/ Jizerské pekárny
- b/ CERTAS CZ
- c/ Lesaffre Česko

4. Kdy byly spuštěny nové stránky společnosti Lesaffre Česko?

- a/ 1. 9. 2008
- b/ 1. 8. 2008
- c/ 9. 9. 2008

5. Jaký způsob mražení nenakynutých výrobků je nejvhodnější?

- a/ pomalé, aby vše správně promrzlo
- b/ nesnížit teplotu pod -10°C
- c/ šoková mrazicí linka



Pomůcka: správné odpovědi na všechny otázky kvízu naleznete v článcích uvnitř tohoto čísla Vlaštovky.

NOVINKA V NABÍDCE LESAFFRE ČESKO

Margaríny Milla – kvalita pro vaši pekárnu!



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 třených 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 třených 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

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



Zdenek Řehák

pekař – technolog
(kraj Zlínský, Jihomoravský)

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



Jan Pavlů

pekař – technolog
(kraj Pardubický, Olomoucký,
Moravskoslezský)

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