



vlastovicka

Časopis pro partnery a zaměstnance společnosti Lesaffre Česko, a.s.
Časopis pre partnerov a zamestnancov spoločnosti Lesaffre Slovensko, a.s.

Celoroční soutěž
o zájezd do Alp
strana 30

První česko-slovenské vydání časopisu Vlaštovička

Chléb náš každodenní... / strana 20

Čo nám prinieslo €URO? / strana 26

Lesaffre Slovensko, a.s. - výhradný distribútor margarínov



na slovenskom trhu

www.lesaffre.sk

Použitím kvalitných margarínov Milla dosiahnete:

- kvalitnejšie a chutnejšie finálne výrobky
- vláčnejšie a jemnejšie pečivo
- krajšiu striedku
- príjemnú arómu
- pekný vzhľad výrobkov
- maslovejšiu chuť pečiva
- lepšie zapracovanie sa do cesta
- jednoduchú manipuláciu - menšie balenie (2,5kg/2kg jeden blok/plát)



Ponuka margarínov Milla z čisto rastlinných tukov a olejov

MILLA BACK

Balenie:
kartón 10 kg - 4 x 2,5 kg blok
Margarín na výrobu rôznych druhov kysnutých a trených ciest.

MILLA CREME

Balenie:
kartón 10 kg - 4 x 2,5 kg blok
Margarín určený na prípravu krémov.

MILLA BLOCK

Balenie:
kartón 10 kg - 4 x 2,5 kg blok
Univerzálny margarín vhodný na výrobu krehkých, kysnutých a rôznych trených ciest, ľahkých šľahaných hmôt ako aj na použitie v teplej a studenej kuchyni.

MILLA FRITTER

Balenie:
kartón 10 kg - 4 x 2,5 kg blok
100% nestužený palmový tuk určený na fritovanie

MILLA SOFT

Balenie:
plastové vedro 15 kg
Jemný rastlinný tuk na výrobu pečiva.

MILLA ZIEH

Balenie:
kartón 10 kg - 4 x 2,5 kg blok
Margarín vhodný na prípravu lístkových a plundrových ciest.

MILLA ZIEHPLATTE

Balenie:
kartón 10 kg - 5 x 2 kg pláty
Margarín vhodný na prípravu lístkových a plundrových ciest.

MILLA PLUNDERPLATTE

Balenie:
kartón 10 kg - 5 x 2 kg pláty
Margarín vhodný na prípravu lístkových a plundrových ciest.



LESAFFRE GROUP

Objednávky:

Trnava
tel.: 033/55 33 990
fax: 033/55 33 991
e-mail: trnava@lesaffre.sk

Košice
tel.: 055/72 01 066-7
fax: 055/72 01 066
e-mail: obchod@lesaffre.sk

Vlaštovička

Asi jste nepřehlédli, že se náš časopis poněkud přejmenoval. Trochu jsme si pohráli se slovy: Slováci říkají „Lastovička“, Češi „Vlaštovka“. „Vlaštovička“ obsahuje oboje. Máme tedy česko-slovenský název.

Velký úspěch české Vlaštovky inspiroval výkonného ředitele Lesaffre Slovensko, pana Eduarda Tótha. Rozhodl se také vydávat časopis pro slovenské zákazníky. Když jsme šli do detailu, napadlo nás, že bychom mohli spojit síly a vydávat časopis jeden: česko-slovenský nebo slovensko-český. Máte v ruce první výsledek naší spolupráce.

Věříme, že slovenské zákazníky zajímá, co se děje v Česku. A Čechy, Moravy a Slezany nejspíš bude také zajímat, jak to jde na Slovensku.

Myslíme si, že spoluprací mezi slovenskou a českou pobočkou skupiny Lesaffre si časopis nejen zachová svou úroveň, ale navíc nabídne nová atraktivní témata. Jazykově k sobě máme blízko a rozumíme si. Pro mladší ročníky, hlavně v Česku, budeme obtížnější výrazy uvádět s překladem.

Slibujeme Vám, vážení čtenáři, že nebudeme řešit spory o pomlčku, vlnku ani špekáčky. Nebudeme mít žádnou kvótu na slovenské ani na české texty. Zkrátka, necháme spolupráci volný průběh, něco bude slovensky, něco česky, něco o Slovensku, něco o Česku.

Pěkné čtení Vám přeji všichni členové redakční rady.

Tomáš Podivinský
Eduard Tóth



Pekařský seminář na restaurační lodi Hamburg, Praha / Vlaštovka už létá i na Slovensko / Lesaffre Slovensko pripravilo vydarený „PEKÁRSKY KONGRES“

4 tiskové zprávy
tlačové správy

Redakční rada Lesaffre Česko / Redakčná rada Lesaffre Slovensko

6 personalistika

Večírek 2008 / „Košické Vianoce“ s Lesaffre

7 o firmě
o firme

Lesaffre Slovensko oslavuje desátý rok / Lesaffre Česko a.s. – 10 rokov na českém trhu

8 predstavujeme
predstavujeme

Pekařství U Radnice / Kili spol. s r.o. / Pekáreň Takáč a syn v Trnave / Vamex Košice

10 rozhovor

Dobrý sluha, či zlý pán? Alebo čo viete o „É-čkach“?

18 pekařina
pekárina

V létě v zimě – ideální dovolená v Alpách

19 životní styl
životný štýl

Chléb náš každodenní

20 přípravy
prípravy

„Pekařský trenážer“ – školící středisko Pekass

23 technologie
technológia

Bratislavský rožok

24 receptury
receptúry

Ceny surovin klesají. Droždí zdražuje. Jak je to možné? / Čo nám prinieslo EURO?

25 ekonomika

Úspěšná pekárna – rovnice o několika neznámých... (?)

28 radíme

Pekařský kvíz o ceny

30 zábava

Vydává: Lesaffre Česko, a.s., Lesaffre Slovensko, a.s.
Informace obsažené v tomto časopise nesmí být kopírovány nebo jinak šířeny bez souhlasu vydavatele.

Členové redakční rady:
Lesaffre Česko: Jana Kysilková, Vendula Malichová, Dita Müllerová, Tomáš Podivinský, Zdeněk Složil
Lesaffre Slovensko: Zuzana Bobáková, Lukáš Janáč, Eduard Tóth

Fotografie na titulní straně: archiv Lesaffre Česko
Design a grafická úprava: AdMark s.r.o., www.admark.cz
Název tisku: Vlaštovička
Periodicita vydávání: čtvrtletně
Místo vydávání: Lesaffre Česko, a.s., Hodolanská 32, 772 00 Olomouc
Číslo a den vydání: 6. číslo, vydáno 18. 3. 2009
Evidenční číslo: MK ČR E 17878

Uzávěrka tohoto čísla byla 11. 3. 2009

Pekařský seminář na restaurační lodi Hamburg, Praha

V minulém čísle Vlaštovky jsme vás informovali o pekařských seminářích zaměřených na představení společnosti Lesaffre Česko jako dodavatele pekařských směsí, zlepšujících přípravků, přísad a margarínů, které se uskutečnily v říjnu minulého roku v pekařském centru v Olomouci.

Pro velký zájem jsme podobnou akci zopakovali i v měsíci listopadu, tentokrát však byla určena pro české odběratele. Seminář se konal na netradičním místě, a to na palubě restaurační lodi Hamburg na řece Vltavě v Praze.

Po naložení měli účastníci semináře příležitost nejen zhlédnout, ale také ochutnat čerstvé pečivo ze surovin, které společnost Lesaffre Česko v této oblasti nabízí. Následovala večerní plavba s vyhlídkou na osvětlené pražské památky podél obou břehů Vltavy. Mezi lákadla patřila též mobilní ruleta. V té mohli hráči získat nemalé (i když fiktivní) peníze, které poté použili při dražbě hodnotných cen, věnovaných pořádající společností Lesaffre Česko.

Lod' s příjemně naladěnými pasažéry zakotvila v přístavu až v pozdních nočních hodinách.



Prezentace výrobků společnosti Lesaffre Česko



Ruleta

text / Dita Müllerová

Vlaštovka už létá i na Slovensko

Vlaštovce začaly být hranice České republiky poněkud těsné, a proto rozťáhla svá drobná křídla a rozletěla se i ke slovenským pekařům. Současně jí stouplo sebevědomí a rozhodla se, že by chtěla novému okruhu příjemců na Slovensku více přiblížit i svůj název. A proto členové Redakční

radly obou poboček – Lesaffre Česko a Lesaffre Slovensko – zasedli ke stolu a začali přemýšlet, jak by název časopisu vhodně upravili. Nakonec spojili dohromady český název Vlaštovka se slovenským názvem Lastovička. Posuďte sami, jak se nám to povedlo.

Od tohoto čísla budete mít tedy možnost přečíst si kromě českých

také zajímavé články psané našimi slovenskými kolegy. Věříme, že četbou slovensky psaných článků si osvěžíte svoje znalosti tohoto jazyka a že se zároveň dozvíte spoustu nových a užitečných informací. Zároveň věříme, že ani slovenští čtenáři nebudou mít potíže porozumět článkům v češtině.

vlaštovicka

Lesaffre Slovensko připravilo vydareny „PEKÁRSKY KONGRES“

Majitelia veľkých i menších pekárni, vedúci výroby či technológovia, no nielen tí boli hosťami už 2. ročníka Pekárskeho kongresu, ktorý prebiehal v závere októbra 2008 v Hoteli Patria na Štrbskom plese. Okrem aktuálnych noviniek zo sveta pekárstva čakal hostí aj bohatý kultúrny program, zábava pri hudbe a rôzne gastronomické špeciality.

Občerstvila nás aj prednáška o čerstvosti balených výrobkov

Hlavnou časťou kongresu bol odborný program, na ktorý boli pozvaní aj viacerí odborníci spadajúci pod Ministerstvo hospodárstva a Štátnu veterinárnu a potravinovú správu. Veľkým úspechom sa skončilo predstavenie našej progresívnej technologickej novinky a to konceptu Solubl' in. Zjednodušene povedané ide o koncentrovaný zlepšujúci prípravok vo vode rozpustných sáčkoch, ktorý je vhodný pre priemyselné pekárne. Ďalšou veľkou novinkou spoločnosti Lesaffre Slovensko je rozšírenie sortimentu o kvalitné rakúske margaríny značky Milla, ktoré prišli predstaviť Bernd Summer a Martin Plaschg z výrobného závodu Senna. Svoje publikum si našiel aj technolog z našej materskej spoločnosti – Laurent

Soupiron, ktorý prítomných zaujal s prednáškou na tému „Čerstvosť balených výrobkov“, ku ktorej ako bonus pridal prípravok vhodný na predĺženie čerstvosti XtendLife. Novinky, pravda už v upečenej forme, mali možnosť potom hostia ochutnať a následne ohodnotiť v dotazníku.

Prihovorili sa aj predstavitelia pekárskych cechov

Svojou prítomnosťou ako aj príhovormi poctili náš Pekársky kongres aj zástupcovia pekárskych organizácií: Ing. Vojtech Szemes, CSc – cechmajster Cechu pekárov a cukrárov západného Slovenska, Ing. Demeter Semančák – predseda Podnikateľského zväzu pekárov, cestovinárov a cukrárov SR ako aj predseda Cechu pekárov a cukrárov východného Slovenska Ján Paciga.

Pri poslednom litri vína sme sa bavili s Medulienkou

Počas spoločenského večera prítomných zabával aj kúzelník Talostan a svojimi kúskami spolu s asistentkou ohúril nejedného z hostí. Populárnou osobnosťou gala večera bol obľúbený spevák Pavol Hammel. Nezabudol zahrať svoje skvelé hity Medulienka, Pri poslednom litri vína... Hostom učarila aj ohňová show a hlavne šikovné tanečnice, ktoré prekvapili svojim dynamickým a doslova „ohnivým tancom“.

Niektorí si odniesli do pekární aj „tombolový“ elektroniku

Mužské osadenstvo čakalo o polnoci prekvapenie a to v podobe UV striptízu, chcelo to len dávku fantázie. Vyvrcholením večera bola tombola o naozaj atraktívne ceny (GPS navigácia, digitálny fotoaparát, DVD prehrávač...). Počas celého večera sa tancovalo pod taktovkou hudobníka a zabávača Štefana Hruština a jeho kapely, ktorá hrala do tanca do skorých ranných hodín. Aj preto môžeme povedať, že druhý ročník Pekárskeho kongresu naplnil svoje poslanie a pozvaní hostia odišli nielen obohatení o nové poznatky, ale aj nové kontakty a priateľstvá. Z tohto pohľadu môžeme minuloročný Pekársky kongres smelo považovať za zrejme najúspešnejšiu akciu podobného druhu na Slovensku.

ohúril – ohromil



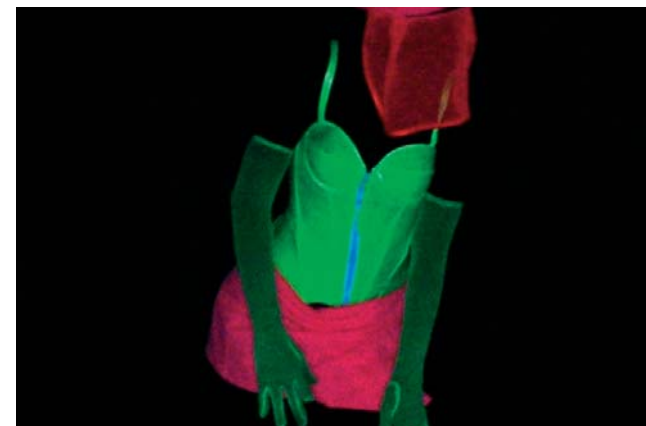
Kongresová sála – uvítanie hostí



Predstavenie konceptu Solubl' in



Spevák Palo Hammel a gitarista Juraj Burian



UV striptérka

Redakční rada Lesaffre Česko

Dita Müllerová,
v Lesaffre Česko pracuje sedmý rok – od roku 2008 na pozici marketingové manažerky. Dita je sportovec – má smysl pro fair play, je důsledná a náročná, má ráda matematiku. A honí celou redakční radu kvůli termínům.

Jana Kysilková,
asistentka generálního ředitele a nejnovější členka redakční rady. Má tak ráda mýty a legendy, že ji někdy musíme zatahat za nohu, abychom ji dostali zpátky na zem

(někdy pro obnovení spojení se zemí pomůže kousek dobré čokolády).

Tomáš Podivinský,
generální ředitel
Blíže ho můžete poznat, pokud budete číst jeho úvodníky – rozhodně to není člověk, který by se svým názorem tajil. Tomáš aktuálně a v heslech: rubikova kostka, doutníky.

Vendula Malichová,
Lesaffru je věrná už od studentských let – poslední dva roky pracuje na pozici finanční a administrativní ředitelky.

Svým optimismem dohání normální lidi na pokraj šílenství.

Zdeněk Složil,
obchodní ředitel a mezi zákazníky zřejmě nejznámější tvář redakční rady. Kromě přívlastku nejznámější patří Zdeňkovi ještě jedno NEJ – minimálně na úrovni redakční rady je to NEJvětší pijan kávy.



Redakčná rada Lesaffre Slovensko

Eduard Tóth,
výkonný riaditeľ
Pracuje v spoločnosti Lesaffre od roku 1999. Za toto obdobie prešiel niekoľkými pozíciami, no najviac sa mu zapáčila tá súčasná. O tom, že mu to aj ide, svedčí neustále napredovanie v Lesaffre. Okrem práce sa naplno venuje aj svojej rodine, ktorá sa prednedávnom rozrástla o nového člena.

Zuzana Bobáková,
marketing
Pracuje pre Lesaffre od roku 2004 a má na starosti všetky tie krásne reklamy, ktoré vidáte na každom kroku. Všetkým zamestnancom a ľuďom okolo seba denne odovzdáva nekonečný optimizmus a radosť, a preto ju všetci tak zbožňujeme.

Lukáš Janáč,
produktový manažér
Je najmladší člen obchodného tímu na Slovensku. Dopravný servis v rádiu Expres vymenil za výskum našich produktov, aby uspokojil potreby vás všetkých. Pokiaľ vám večer o desiatej príde mail, tak sa nečudujte, Lukáš ešte stále pracuje. Je to náš firemný workoholik.

Večírek 2008

Umíme zabalit droždí? Hrají fotbal lépe ženy nebo muži? Mají předvánoční atmosféra a dobrá večeře vliv na kvalitu výkonu při bowlingu? – o tom všem byl Vánoční večírek pro zaměstnance...

Zeptali jsem se pana Halašky, který od podzimu 2008 pracuje pro Lesaffre Česko jako pekař-technolog, jak se bavil na večírku?

Užil jsem si bowling. U ostatních bodovaných disciplín – stolního fotbalu a balení kostiček droždí – jsme v našem týmu dali přednost kolegyním. Zahrál jsem si i kulečnick a šipky – to bylo ale mimo soutěž.

Balení droždí chápu, to je spíš ženská disciplína, ale fotbal?
Ukázalo se, že jsme udělali dobře.

Holky vyhrály všechny souboje, a protože my, chlapi, jsme byli oporou v bowlingu, naše družstvo nakonec vyhrálo první cenu. Každý (rozuměno každý z vítězného družstva) dostal malý, lehký batůžek. Dávám si do něj věci, když jedu na pekárny. Na večírku jsem byl v pokušení odnést v něm zbývající řízky – myslím, že by se jich do něj vešlo aspoň pětaticet!

Děkujeme za komentář!

Velké díky patří hlavním organizátorkám večírku: Miladě Chodurkové a Janě Kysilkové a také fotografce Dítě Müllerové.



„Košícké Vianoce“ s Lesaffre

Už niekoľko rokov sú súčasťou predvianočného času stretnutia celej našej firmy na večierku, ktorý sa pre zmenu konal v metropole východu, v Košiciach. Želania kolegov z iných častí Slovenska bližšie spoznať historické centrum mesta sa pre mňa stalo príjemným rozkazom a vítaným spštením mojich firemných marketingových aktivít.

Sebakriticky som ale uznala, že hoci som rodená Košičanka a mesto poznám azda lepšie ako svoju diaľ, sprievodcovské aktivity radšej prenechám naozajstnému profíkovi. Preto som zavolała známemu košíckému sprievodcovi Milanovi Kolcunovi. Ten nás sprevádzal celou našou prechádzkou po historickom centre a postaral sa o pútavý a vďaka svojmu typickému humoru aj o vtipný výklad. Veľký záujem vyvolalo jeho rozprávanie a následná prehliadka unikátneho skvostu Košíc, ktorým je v gotickom štýle postavený Dóm Svätej Alžbety. Trochu šokovaní sme zostali po informácii, že Dóm sa dlhšie teraz rekonštruoval ako sa v 12. storočí staval... Celý chrám sme si mali možnosť pozrieť aj spoza hlavného oltára a zišli



Barbara Haščáková kedysi spievala aj o tom, ako sa s ňou hrával jeden malý anjel. My v Lesaffre sme si až doteraz lámali hlavu, koho tím myslela. Ale už vieme, že tým malým anjelom je náš obchodný zástupca pre východné Slovensko Rišo Kozár (tretí zľava). Dokumentujú to aj jeho anjelské parohy, ktoré mu narástli počas nášho vianočného večierka

sme aj dvojítm točitým schodiskom, ktoré volajú schodmi lásky.

Aj keď nás rozprávanie Milana Kolcuna bavilo, predsa len sme sa pri mínusových teplotách všetci tešili do teplúčka a na dobré jedlo, ktoré pre nás nachystali v neďalekej reštaurácii. Ešte predtým však pravé „Košícké Vianoce“ zažili niektorí naši kolegovia, ktorí po ceste na večeru neodolali lákavej vôni horúcej medoviny na vianočných trhoch.

Po ozaj výdatnej večeri nielen ženská časť nášho osadenstva s potešením

prijala skutočnosť, že „prebytočné“ kalórie môžeme odbúrať na diskotéke v známom košíckom „džeze“. A keďže sme únavu nechali doma, väčšina z nás tancovala až do skorých ranných hodín...

Je fajn, ak sa aspoň raz do roka môže neformálne stretnúť celý náš kolektív. Zároveň je to ideálna príležitosť ešte viac sa spoznať, porozprávať sa nielen o práci a samozrejme vyhodíť si aj takpovediac z kopytky. Veď aj to patrí k životu. „Košícké Vianoce“ s Lesaffre boli na to skvelou príležitosťou.



V rubrice „Představujeme“ vám přinášíme profily našich sesterských společností. Minule jsme vás seznámili s naší ruskou pobočkou Saf Neva. V tomto prvním dvojazyčném čísle jsme se rozhodli představit českým čtenářům naši pobočku na Slovensku – Lesaffre Slovensko. Pro slovenské čtenáře přinášíme profil společnosti Lesaffre Česko ve slovenském jazyce.

Lesaffre Slovensko oslavuje desátý rok!

Jubilejní, 10. rok působení na slovenském trhu, si v těchto dnech připomíná slovenská pobočka francouzské nadnárodní společnosti Lesaffre. Pokud se podíváme do historie, společnost vznikla v roce 1999 pod názvem Lesaffre Trebišov, a.s. odkoupením výrobního závodu společnosti PLIVA Chorvatsko. V tomto období se ve společnosti uskutečnily značné investice, což se odrazilo nejen ve výrazném zlepšení kvality nabízeného pekařského droždí, ale také v růstu prodeje a podílu na trhu. Do roku 2001 společnost vstoupila s ambicemi pokračovat v příznivém hospodářském vývoji, dále chtěla zvýšit prodej a udržet si důvěru svých zákazníků. Do konce zmíněného roku svou marketingovou strategii a individuálním přístupem k odběrateli dosáhla pozice lídra v prodeji čerstvého pekařského droždí na celém slovenském trhu. V roce 2002 byla společnost přetransformována z výrobní na obchodní, přičemž změnila i své původní působíště a z Trebišova se přestěhovala do Košic. Díky neustálé rostoucímu prodeji byla v březnu 2003 otevřena nová pobočka na západě republiky, v Trnavě, kam bylo přesunuto i sídlo firmy. Hlavním přínosem nového trnavského skladu je možnost flexibilnější

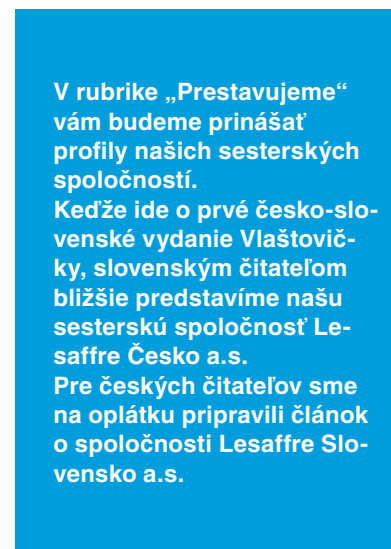
reagovat a lépe zabezpečovat dodavatelský servis, který tak poskytuje mnohem lepší možnost, jak plnit požadavky zákazníků se sídlem v západním a středním Slovensku. V roce 2004 došlo ke změně obchodního názvu na současnou podobu – Lesaffre Slovensko, a.s.

Lesaffre Slovensko, a.s. je dynamická a rychle se rozvíjející společnost, která klade důraz na úzkou spolupráci s pekárny. Jejím cílem je poskytovat vysoce kvalitní pekařské suroviny, které odpovídají potřebám pekáren na výrobu chleba a pečiva, a dále se aktivně podílet na vývoji pekařských surovin a technologií. Také se věnuje uvádění nových výrobků na trh a prezentuje patenty, které mají pekárům zefektivnit jejich výrobu a prodej finálních výrobků.

I když je společnost Lesaffre Slovensko, a.s. vnímána hlavně jako dodavatel droždí, už ve svých počátcích měla snahu postupně rozšiřovat svůj sortiment a nabízet i jiné suroviny určené na výrobu pekařských produktů. Postupně se produktové portfolio rozrůstalo až do nynější podoby, kdy může svým zákazníkům nabídnout droždí v různých podobách:

lisované droždí – Vivo a Budafok, tekuté droždí – Kastalia a sušené droždí – Saf Instant, dále pekařské přípravky Magimix, pekařské směsi značky Inventis, sladký program (náplně, krémy,...) a jiné přísady. Významnou produktovou novinkou jsou margaríny značky Milla, jejichž výhradním distributorem se společnost Lesaffre Slovensko, a.s. stala počátkem minulého roku.

Lesaffre Slovensko, a.s. je však nejen partnerem pekářů, ale i domácností. Těm prostřednictvím svých distributorů nabízí tři značky droždí: čerstvé droždí Vivo 42 g, Fala 42 g a sušené droždí Saf Instant 10 g. Vydává nové recepty v podobě kuchařských brožur a rovněž pořádá malospotřebitelské soutěže o atraktivní ceny a on-line soutěže, které najdete na internetové stránce společnosti www.lesaffre.sk.



V rubrice „Prestavujeme“ vám budeme přinášat profily našich sesterských společností. Keďže ide o prvé česko-slovenské vydanie Vlaštovičky, slovenským čitateľom bližšie predstavíme našu sesterskú spoločnosť Lesaffre Česko a.s. Pre českých čitateľov sme na oplátku pripravili článok o spoločnosti Lesaffre Slovensko a.s.

Lesaffre Česko, a.s. – 10 rokov na českém trhu

História spoločnosti

Rovnako ako bol vo Francúzsku v roku 1853 položený základ skupiny Lesaffre, v rovnakom roku sa začalo aj s výrobou droždí v Olomouci a to v dvoch továrňach – v Hejčíně a v Pavlovičkách. Obe prevádzky boli v roku 1945 znárodnené a od roku 1960 niesli spoločný názov SELIKO n.p. Olomouc alebo SEveromoravské Lhovary a KONzervárny.

V roku 1976 bola postavená nová droždiareň a to práve v Olomouci – Hodolanoch s ročnou kapacitou 8 000 ton lisovaného droždí. V tom istom roku bola súčasne ukončená výroba v oboch droždiarňach v Hejčíně a Pavlovičkách. Nová droždiareň prevzala názov SELIKO n.p. Olomouc.

Lesaffre na českém trhu

V roku 1992 vznikla štátna akciová spoločnosť SELIKO, ktorá bola zaradená do tzv. „veľkej privatizácie.“ Začiatkom roku 1999 bola z akciovej spoločnosti SELIKO vyčlenená ako samostatná akciová spoločnosť droždiareň s novým názvom „Česká droždárenská spoločnosť“. Následne odkúpil stopercentný podiel akcií najväčší svetový výrobca droždí – francúzska spoločnosť Lesaffre. S novým majiteľom nastala nová

etapa rozvoja droždiarne. V praxi sa uplatňovali najmodernejšie poznatky technológie výroby droždí, rozšírila sa kontrolná činnosť priebehu výroby ako aj hotového výrobku a od októbra 2000 bolo otvorené moderné študijné a poradenské pekárske centrum, tzv. Baking centrum.

Česká droždárenská spoločnosť vyrábala čerstvé pekárske a malospotrebiteľské droždíe až do polovice roku 2005, keď došlo k uzatvoreniu výrobných častí a presunutiu výroby do sesterských spoločností Lesaffre v Poľsku a v Maďarsku. Pôvodne výrobný závod sa transformoval na obchodnú spoločnosť a začiatkom roku 2006 sa premenovala na súčasný názov – Lesaffre Česko, a.s.

Počiatkový sortiment droždí bol čoskoro rozšírený o pekárske zlepšujúce prípravky značky Magimix, pekárske zmesi Inventis a ďalšie přísady. V nedávnej dobe pribudla do škály výrobkov aj ponuka margarínov.

Okrem pekárskeho droždí figuruje v ponúkanom sortimente tiež malospotrebiteľské droždíe, predávané pod značkou Noli a Fala.



Vďaka skupine Lesaffre, ktorá disponuje najmodernejším know – how v oblasti výroby droždí a pekárskeho surovín, môže spoločnosť Lesaffre Česko neustále ponúkať svojim zákazníkom tie najkvalitnejšie výrobky a technologické novinky, medzi ktoré jednoznačne patrí aj tekuté droždí Kastalia uvedené na český trh v polovici roku 2007. Najhorúcejšou novinkou v oblasti zlepšujúcich prípravkov predstavuje koncept Solubl'in® – koncentrovaný zlepšujúci prípravok vo vode rozpustných sáčkoch.

prevádzka – provozovna



„Člověk musí zvládnout devatero řemesel, musí se vyznat v účetnictví, v profesní stránce věci, bezpečnosti práce, hygieně, ekonomice – ve všech věcech se musíte vyznat, abyste se udrželi na trhu.“ Přímou na šumperském náměstí naproti radnici jsem si povídali s majitelem rodinného Pekařství U Radnice panem Ivem Horčíčkou.

Pekařství U Radnice

Jaká je historie vaší firmy?

Pekárnu jsme získali v rámci malé privatizace ještě v roce 1989, krátce po revoluci, a to včetně celého domu se sedmi byty. Původní pekárna tady byla od roku 1920 – tehdy ji až do roku 1946 vlastnil pan Randa. Peklo se zde v parní peci, pekárna se specializovala na sladké pečivo. Když jsme pekárnu v roce 1989 obnovovali, včetně náročných rekonstrukcí, tak jsme ještě chvíli v parní peci pekli, nicméně po čase již přestávala sloužit. Proto jsme se rozhodli pro celkovou modernizaci a zakoupili jsme novou čtyřetážovou pec a jednu rotační pec, kde pečeme veškeré pečivo.

Jak byste vaši pekárnu charakterizoval?

Zaměstnáváme pětadvacet lidí. Vlastníme dva obchody: jednu prodejnu přímo v objektu pekárny, druhou prodejnu máme v pronájmu – jedná se o klasičtější pekárnu – prodáváme zde cca 80% našich výrobků a ostatní pečivo, které nevyrábíme, bereme od spolupracujících pekárén. Přes rok provozujeme vlastní samoobsluhu, která se nachází na sídlišti. Trend mezi pekaři je takový, aby šli do vlastních

obchodů. Díky tomu máme každý den hotové peníze na pokladně a nemusíme tolik řešit vymáhání faktur.

Jsme rodinný podnik. Já mám na starosti pekárnu a samoobsluhu obhospodařuje dcera se synem.

Kolik vyrábíte pečiva?

Děláme na dvě směny – na noční a na ranní. Denně zpracováváme přibližně 10 metráků těsta. Vyrábíme čistě sladké a bílé pečivo, včetně cereálních a vícezrnných produktů.

O jaké pečivo mají zákazníci největší zájem?

Dobře se nám rozjíždí cereální produkty. Jsou to např. Iněné chleby nebo vky, rohlíky, pletýnky, dále dýňové pečivo. Zákazník, který je zvyklý na cereální pečivo, je obměňuje. Jednou si zakoupí pečivo se lnem, podruhé s tykví nebo se slunečnicí. Jsme schopni vyrábět pečivo v minimálním množství, řádově desítky kusů, není to pro nás problém.

Dodáváte do řetězců?

Ne.

A jaký je tedy váš okruh odběratelů?

Náš okruh odběratelů je v sou-

časné době stabilizovaný. Záso- bujeme především Šumpersko a stranu směrem na Jesenícko. Nezavážíme jen obchody, ale i školky a školy.

Jak se vyrovnáváte s konkurencí?

Trh je zde tak nějak rozdělený, tzn. že do zelí si moc neleze- me. V poslední době nám dělá trochu problémy jedna rýma- řovská pekárna, protože si tady otevřela asi tři prodejny. Co se týká rozvozu pečiva, tak jsem si spočítal, že náklady na dopravu nám činí asi 4 % z obrátu, na kratší vzdálenosti. U větších rozvozových vzdáleností pekárny na dopravu vynakládají mnohem větší finanční prostředky, a tudíž je menší i zisk. Každý měsíc si dělám inventuru i s rozbohem naší ekonomiky.

Jak často zavádíte novinky?

Hodně jsem v kontaktu s tech- nology jednotlivých dodavatelů, zhruba každé čtvrtletí se objeví nějaká novinka. Nebráníme se tomu a zkoušíme to, v současné době listové a plundrové těsto. Noční směnu máme využitou a dopolední je asi problém všech pekařů. Na dopolední směně je těžké lidi zaměstnat tak, abych je všechny využil. V dopolední smě-

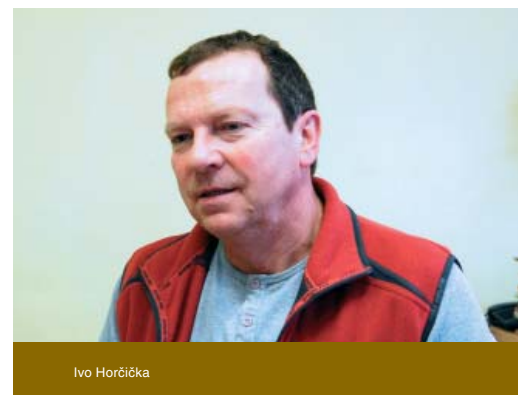
ně nám chybí hodina. Řešíme to teď tím, že se budeme pouštět do výroby chleba, který jsme dosud pekli jen v menším měřítku.

Zkoušeli jste dělat bio pečivo?

Chceme u nás prosadit spíše nějaký vital program, z hledis- ka zdravé výživy ve spolupráci s partnerskými firmami.

Co vidíte v pekařině obecně jako největší problém?

Největší problém jsou lidé. A z fi- nančního hlediska samozřejmě mzdová položka. Mzdová položka je největší. Na druhou stranu si vezměte cenu chleba v Evropě – běžně stojí 2,5 až 5 euro. Jsme závislí na nákupní ceně mouky i ostatních surovin a če- káme na každé zlevnění. Para- doxně, když se mouka zlevní, ceny nesnižujeme, protože se zvýší zase cena jiného vstupu. Rok a půl jsme nezdrazovali a překlenuli jsme loňskou krizi, kdy se cena mouky neuvěřitelně vyšplhala nahoru.



Ivo Horčíčka

Kde hledáte zaměstnance?

Musím zaklepat – máme u nás té- měř nulovou fluktuaci. Občas lidi odejdou z nějakých zdravotních důvodů. Co se týká mistra a pe- kaře – ty máme skvělé a děvčata do výroby jsme si schopni najít a v krátké době zaškolit.

Vrátil bych se k cenám. Co říkáte na to, že se v supermarketu objeví rohlík řekneme za korunu?

Reagoval bych na to tak, že to je degradace lidské pracovní síly. Pokud si vytvoříme kalkulaci a počítáme, tak zjistíme, že 1kg mouky si koupíme za cca 8,50 Kč. Pokud vezmeme v úvahu

její výtěžnost, snadno zjistíte, že rohlík vás přijde na cca 0,40 Kč, a to jen co se týká surovin... To, co předvádí řetězce, je, znovu opakuji, degradace lidské síly.

Jak vidíte budoucnost pekařů, potažmo vaší firmy?

Pekařina jako obor se určitě udrží. Malí pekaři a soukromní- ci obecně si musí udržet určitý standard kvality, který je trhem vyžadován. Nesmíte se bát inovo- vat a jít do nových výrobků, být to stojí nějaké úsilí a práci navíc. Když to vezmu za sebe, tak člověk musí být schopný dělat devatero řemesel, musí se vyznat v účetnictví, v profesní stránce věci, bezpečnosti práce, hygieně, ekonomice – ve všech těchto věcech se musíte vyznat, abyste se udrželi na trhu. Proto jsem vděčný, když za námi přijdou naši dodavatelé a snaží se nám trochu otevřít oči. Abych nesklouznul k profesionální de- formaci, vždy se snažím dozvě- dět vše podstatné – vždyť proč nevyužít zkušeností jiných? Tohle je pro nás neocenitelná pomoc – dozvíme se, jak to dělají jinde – a třeba i mnohem lépe.

Co Vás na této práci těší?

Člověka to musí především bavit i se všemi starostmi a problé- my, které s sebou tato profese přináší. V našem oboru nastávají situace, kdy vám třeba večer vy- pnou proud. Pak se dozvíte, že by do dvou hodin měl opět fungovat, ale přesto se tak nestane. Těsto vám mezitím stárne nebo kolikrát ho máte v peci a na nikoho se neodvoláte. Lidi přitom zaplatit musíte a vše je to na úkor zisku. To jsou ty stinné stránky. Co mě baví, je, že mám práci, jsem schopný si leccos sám zařídit. Člověk musí mít práci tak akorát po krk, když vám už leze nad hlavu, tak to vás už potom netěší... Fakt, že jsem pánem svého času, je velice sporný. Když zaměstná- váte 25 lidí, tak pro ně nemůžete být jen anonymní šéf či vedoucí, ale musíte třeba pochopit i jejich rodinné strasti či zdravotní problé- my. Je nutné skloubit představu za- městnanců se svou představou.

Když se vám to podaří, tak pak máte dobrý pocit, že vše funguje tak, jak má.

Děkuji za rozhovor a přeji Vám mnoho úspěchů.

Kontakt:

PEKAŘSTVÍ U RADNICE
Náměstí Míru 16
787 01 Šumperk
tel.: 583 212 855
e-mail.: pekura@atlas.cz

Uveřejněné názory nemusí nutně vyjadřovat stanovisko vydavatele.



Jednoho mrazivého nevlídného rána jsem vyjel z Olomouce směrem na jižní Čechy do obce Srnín, do pekárny, která patří ke společnosti s neobvyklým názvem K III. V okolí Českého Krumlova nádherně svítilo slunce. Prostě velice příjemný den. Stejně jako velice příjemný rozhovor, kdy mi na otázky odpovídal Ing. Petr Němec, výrobní ředitel pekárny Srnín.

K III spol. s r.o. České Budějovice, Pekárna Srnín

Můžete nám přiblížit vznik vaší firmy?

Naše pekárna byla před revolucí (ještě za státního podniku Jihočeské pekárny) záložní pekárnou pro okresy České Budějovice a Český Krumlov. Jedná se původně o bývalou pekárnu Jednoty, která byla za státního podniku rozšířena, přestavěna a modernizována. V rámci privatizace ji získala firma K III spol. s r.o. Ta měla původně tři majitele, jejichž jména začínala na písmeno K – proto tento neobvyklý název. Byla postavena mimo město u lesa, aby v případě napadení Českých Budějovic zákeřným agresorem mohla převzít zásobování zbylých obyvatel kraje.

Jaká je vaše celková výrobní kapacita?

Jsme regionální střední pekárna. Roční obrat firmy je něco kolem 130 milionů.

Jaký sortiment vyrábíte?

Děláme kompletní běžný sortiment, tzn. klasické běžné rohlíky, housky, asi 25 druhů chleba, jemné pečivo. Vyrábíme zamražené pečivo k dopékání, a to jak předpečené polotovary tak i natvarované výrobky v syrovém stavu. Úzce spolupracujeme s českobudějovickou a kaplickou

Jednotou – v některých prodejnách mají naše pece na rozpékání pečiva.

Máme i cukrářskou část, kde vyrábíme trvanlivé zboží, jako jsou třená kolečka, banánky a perníky. Jsme jedna z mála firem, která vyrábí perníky opravdu z pravého včelího medu a ne z náhražek jako je např. glukózový sirup.

Jaký máte okruh odběratelů?

Zásobujeme především malé regionální prodejce. Máme vlastní autodopravu – zhruba 40 aut. Naším největším odběratelem je český řetězec Jednota. S doplňkovým sortimentem jsme částečně v Tesco a v Makru. Máme síť čtrnácti vlastních prodejen od Jindřichova Hradce přes České Budějovice až po Český Krumlov.

O které druhy pečiva mají zákazníci největší zájem?

Máme tradičně dobré rohlíky, protože je nijak nešidíme. Pak máme náš klasický srnínský chléb. Máme výborné koblihy a vynikající perník.

Máte ve svém portfoliu výrobků nějakou specialitu?

Ano. Jedná se o tzv. ředitelský chléb neboli srnínský pecen, který je vyráběn podle speciál-

ní 80 let staré receptury. Je to kombinace několika druhů mouk, dobrého prokvašení, přírodního zakyselení, při použití sladových výtažků, domácího sádla, nativního oleje a domácího podmásli. Speciálním dlouhým postupem pečení a směsí koření je jeho chuť nezaměnitelná a velmi výrazná, přičemž trvanlivost tohoto chleba je až 10 dní. Jeho cena se pohybuje okolo 50 Kč. Lidé ocení kvalitu. V supermarketech tento chleba nenajdete, asi jako kvalitní párky.



Ing. Petr Němec

Máte hezky vyvedený reklamní leták, kde máte v nabídce mimo jiné i bio pečivo...

Vyráběli jsme je v minulém roce. Umíme je vyrobit, máme příslušné certifikáty a umíme je distri-

buovat. V části prodejny uprostřed Českých Budějovic máme oddělení s biopotravinami. Musím však podotknout, že bio kvalita není pro lidi až tak zásadní – pokud cena bio pečiva převyšuje cenu normálního pečiva řekněme o 300 %, tak si lidé dvakrát rozmyslí, než něco koupí. Na jedné výstavě věnované bio produktům například tvrdili, že existuje med v bio kvalitě – jak je to ale možné, když jsou včely povinně chemicky léčeny proti varoaze. Nebo bio čokoláda: kakaový bob bez jakéhokoli ošetření vyrostl asi tak půl centimetru... Řekli nám, že když poroste mezi konopím, tak na něj škůdci prý nepůjdou. Takový nesmysl... Bio může být také obrovský podvod na lidi. Navíc vláda, která slibovala v této oblasti obrovskou podporu, neudělala vůbec nic. Proč třeba nemají bio výrobci slevy na daních? Bylo by to přece logické... Rozhodli jsme se přestat bio vyrábět, protože pro něj nebyl žádný odbyt. Myslím si, že je to jen umělé zdražování potravin.

Existuje u vás něco jako pekařský marketing?

Ano, máme svoje obchodní oddělení. Na poradách se rozhodujeme, který výrobek podpoříme. V praxi to vypadá tak, že daný výrobek nabížíme v síti našich prodejen s nějakou akční cenou – většinou levnější i o desítky procent. Prodej podporujeme letáky, venkovními cedulemi a samozřejmě ochutnávkami. Pokud je celá akce úspěšná, tak výrobek nabídneme do trhu.

Jaký je Váš názor na balení pečiva?

Balené pečivo je trend. Lidé si již nekupují celý bochník chleba, jdou a koupí si čtvrtku nakrájeného chleba. Spotřeba pečiva se umínila. Je znát, že k nám přichází krize v poklesu spotřeby pečiva.

Cítíte to i vy? A čím si to vysvětlujete?

Samozřejmě, pokles spotřeby pečiva je evidentní. Dříve jsem viděl, že si lidé kupovali 10 rohlíků – teď si vezmou třeba jen čtyři. Není to tím, že by byly výrobky nekvalitní, ale je to tím, že se pečivo

nevyhazuje – lidé se naučili šetřit.

Máte za sebou praxi v zahraničních pekárnách. Můžete srovnat pekárny venku a tady?

Pracoval jsem 2 roky pro italskou firmu ve Vicenze, rok v Rakousku a půl roku v Maďarsku. Pekárny v Itálii (stejně jako v Maďarsku) jsou zaměřeny hodně druhově. V pekárně, kde jsem pracoval, se například dělalo pouze toustový chléb – denně jsme jich vyrobili deset tisíc... Pekárny v Maďarsku třeba nemají cukrářskou výrobu – tohle je odlišné, my děláme všichni všechno. Čeští pekaři jsou v zahraničí velice žádaní a je jich u nás proto čím dál méně. Odborníky si dnes pomalu vyučujeme sami z ukrajinských dělníků. Obor „pekař“ pomalu zaniká, jde do ztracena. Těch opravdu šikovných lidí je málo.

Právě proto, že pekařství je na konci celého průmyslového řetězce, tak do něj neplynou žádné peníze. Ze strany naší vlády mám pocit, že naši zemi směřují do stavu, kdy se u nás nebude nic vyrábět, vše se jen doveze a my se staneme pouhou tranzitní zemí. Pekaři mají vůbec nejnižší platy, po nás snad nejsou ani uklízečky. Takže odborníci, kteří jsou dobří, odcházejí pryč. Jdou do zahraničí, kde mají plat několikanásobně vyšší. Obrovský nedostatek lidí v našem oboru se všichni snažíme řešit agenturními dělníky z Ukrajiny. Až se však naše mzdy srovnají, tak nevím, kde budeme lidi brát. Asi jedině z Mongolska...

Jak vidíte budoucnost vaší firmy?

Vidím ji docela dobře, myslím si, že se nemáme za co stydět. Nechceme jít tím směrem, že budeme šít pečivo, protože bychom se dostali na stejnou kvalitativní úroveň jako u velkých pekáren. Konkurence se nijak nebojíme. Ne všechno máme pochopitelně úplně perfektní, ale dbáme na dodržování tradičních



receptur a zejména na vysokou kvalitu našich výrobků.

Jste poblíž hranic s Rakouskem – zkoušeli jste s pečivem prorazit tam?

Zkoušeli a bezvýsledně. V Rakousku mají obrovskou pozici regionální cechy. Když tam pošlete auto s pečivem, tak vám řeknou, že máte moc ojeté gumy, špatnou barvu nebo že berete špatnou naftu a nic s tím neneděláte. Je to házení klacků pod nohy. Káží vodu a pijí víno. Je to to samé jako například s Temelínem. Oni řvou na Temelín, ale berou energii z jaderné elektrárny z Německa. Jejich vláda se za ně postaví. Naše vláda se za nás nepostaví, jinak bychom nemohli mít pomalu na jednoho občana jeden supermarket.

Co byste popřál pekařům na závěr?

Pevné nervy a ať se jim daří, protože doba bude čím dál horší a věřte, že ve svých problémech zůstanete sami.

Děkuji za rozhovor a přeji Vám mnoho úspěchů.

Kontakt:

K III spol. s r.o.
Pekárna Srnín
381 01 Český Krumlov
www.kiii.cz
tel.: 380 701 026
fax: 380 701 024
e-mail: srnin@kiii.cz

Uveřejněné názory nemusí nutně vyjadřovat stanovisko vydavatele.

podmáslí – cmar



Ako dobre viete, lastovičky sú teplomilné stvorenia. Pri príprave tohto článku bola ešte zima, tak sme brali ohľad aj na tento fakt. Preleteli sme len pár ulíc a zavítali do Pekárne Takáč & syn v Trnave. Podľa sa s nami pozrieť, čo viedlo bývalých „atómkarov“ do pekárskej praxe. O histórii, súčasnosti, ale aj budúcnosti sme sa rozprávali s pánom Petrom Takáčom a jeho sestrou Andreou Kollárovou.

Pekáreň Takáč & syn v Trnave

Názov pekárne evokuje kus histórie a tradíciu tohto remesla vo vašej rodine. Priblížite nám vaše začiatky.

S pekárinou sme dovtedy nemali nič spoločné. My sme od železa, dlhé roky sme pracovali pre atómku. Nemali sme o tejto problematike ani šajnu. Začiatkom deväťdesiatych rokov už nebol v pôvodnom zamestnaní priestor a rozmýšľali sme ako sa užiť. V tom čase sa hovorilo, že stačí 100m² a môžete začať s výrobou. Pekáreň sme spustili v neďalekých Šelpiciach v roku 1992. Zrekonštruovali sme starý dom, nakúpili stroje, suroviny a boli sme hodení do vody. Zároveň sme navštevovali rekvalifikačný kurz, pretože vyučených ľudí nebolo. Pekáreň som rozbiehal s mojimi rodičmi. Po troch rokoch sme začali pociťovať, že nám priestory nestačia a nemohli sme ani rozširovať výrobu. Väčšinu odberateľov aj zamestnancov sme mali z Trnavy, a tak sme sa rozhodli pekáreň presťahovať. Časom nám aj nové priestory nepostačovali a v roku 2000 sme ich zrekonštruovali.

Keď porovnáte vaše začiatky a dnešný stav, čo sa najviac zmenilo?

Všetko. Technológia, priestory,

stabilita pekárne. Neustále inovujeme.

Kto z vašej rodiny sa v súčasnosti venuje pekárni?

Venujem sa jej spolu so sestrou a otcom. Ten má na starosti naše predajne a ja som so sestrou vo výrobe.

Koľko ľudí zamestnávate?

Vo výrobe máme dvadsať ľudí, pracujú na tri zmeny. Ďalej máme dvoch šóférov a osemnásť zamestnancov v predajniach. Posledný polrok je situácia v tejto oblasti stabilizovaná. Najskôr sme brali každého, lebo si nebolo z koho vyberať. Aj keď prišli pekári zo školy, bolo ich treba zaučiť. Máme štyroch vedúcich zmien, na ktorých sa môžeme úplne spoľahnúť.

Akým spôsobom sa snažíte motivovať vašich zamestnancov?

Každoročne robíme pre nich viačero večierok, dostávajú trinásť plat, platíme im masáže, majú možnosť zúčastňovať sa kultúrnych podujatí.

Kam smerujú vaše výrobky?

V Trnave máme päť vlastných predajní a zavážame približne päťdesiat odberateľov. Do obcho-



Peter Takáč

dov vozíme výrobky dva – trikrát denne. Zo známych dôvodov do veľkých sietí nevozíme a ani neplánujeme.

Aký je sortiment vašej výroby?

Kvôli vlastným predajniam robíme široký sortiment produktov, snáď všetko, čo sa v tej pekárine dá vyrábať. Keby sme nemali svoje vlastné predajne, tak asi toľko toho nerobíme. Máme aj veľa balených výrobkov, ľudia sú pohodlní a takýto výrobok je pre nich praktickejší.

Ako často a akým spôsobom uvádzate novinky na trh?

Snažíme sa približne dva – trikrát do roka prísť s novým produktom, závisí to však aj od toho či máme dostatok ľudí. V predajniach robíme ochutnávky, ale väčšinou trvá dlhšie, pokiaľ sa nový výrobok uchyti na trhu. Vždy to však ide na úkor iných výrobkov, množstvo

predaných produktov zostáva približne rovnaké. Robíte viac druhov na úkor množstva.

V pekárni nikdy nie je peňazí nazvyš, uchádzali ste sa aj o finančné prostriedky z fondov EÚ?

Áno, dostali sme príspevok na rotačnú pec, nie veľa, ale aspoň niečo. Pomáhala nám pri tom agentúra, išlo o zdĺhavý proces a dodnes k nám chodia na kontrolu.

Ako ste zvládli prechod na EURO?

Museli sme sa zásobiť drobnými mincami, banka nás oslovila pol roka dopredu a ťažko sa toto množstvo odhadovalo. Bolo potrebné prerobiť cenníky, prispôbiť zákazníkom zaokrúhľovanie, ale dalo sa to zvládnuť bez väčších problémov. Prvé tri, štyri

dni platili zákazníci korunami, no potom postupne prechádzali na euro. Ľudia však ešte dnes majú problém s jeho používaním.

Pociťujete dôsledky finančnej krízy?

Áno, konečne je dostatok pracovnej sily (úsmev). Zatiaľ sme negatíva nepostrehli, ale hovorí sa, že finančná kríza ešte na Slovensko neprišla.

Aké sú vaše plány do budúcnosti?

Trendom sú mrazené výrobky, takže časom možno pôjdeme aj týmto smerom.

Máte už prípadného nástupcu?

Syn sa od mala motá okolo pekáriny, trávi tu celé prázdniny. Ale uvidíme ako sa rozhodne, je to na ňom. Nútiť nikoho nemôžem.



Ďakujem za rozhovor a prajem Vám veľa úspechov.

Kontakt:
Pekáreň Takáč & syn
Koniarekova 3
917 01 Trnava
Tel. a fax: +421 33 55 04 368
e-mail: takacasyn@palmsoft.sk

Uverejnené názory nemusia vyjadrovať stanovisko vydavateľa.

inzerce
inzerca

LESAFFRE SLOVENSKO



Pekárske droždie VIVO 1 kg

- lisované droždie
- balené po 1 kg, 10 ks v kartóne
- dlhá trvanlivosť, až 21 dní

Pekárske droždie VIVO 15 a 25 kg

- vrecované droždie v nelisovanej podobe
- balené v 15 a 25 kg vreciach
- trvanlivosť je 18 dní

Prednosti:

- kvalitné a stabilné droždie
- vhodné na prípravu všetkých druhov kysnutých ciest
- dlhá trvanlivosť
- pravidelné závozy v chladiarenských autách, až 2 krát týždenne
- spoľahlivý technologický servis k dispozícii

OBJEDNÁVKY A INFORMÁCIE:

Trnava: Tel.: 033/55 33 990, Fax: 033/55 33 991, E-mail: trnava@lesaffre.sk

Košice: Tel.: 055/72 01 066-7, Fax: 055/72 01 066, E-mail: obchod@lesaffre.sk





„Nestačilo nám byť priemerní vo všetkom, chceli sme byť vynikajúci v jednom. Preto sme sa rozhodli vzdať sa prevádzkovania maloobchodnej siete a špecializovať sa iba na pekárenskú produkciu,“ tvrdia v rozhovore pre Vlastovičku výkonný riaditeľ Ing. Marek Ondrejka a Ing. Roman Huppert zodpovedný za styk s verejnosťou, z najväčšej pekárenskej spoločnosti na východnom Slovensku Vamex, a.s.

Vamex Košice

Dlhé roky ste mali maloobchodnú sieť predajní, prečo ste sa rozhodli tak úzko zamerať iba na pekárstvo?

Naša maloobchodná sieť síce bola výkonná, ale z dlhodobého hľadiska pre nás neúčelná, lebo nebola ani malá a ani veľká. A keďže hypermarketom a ani iným sieťam sme konkurovať nechceli, rozhodli sme sa stiahnuť z tohto biznisu a špecializovať sa len na pekárstvo. V roku 2006 sme uvažovali, či ísť cestou expanzie v maloobchode, ale to sme vyhodnotili ako príliš finančne nákladné a nie veľmi perspektívne. Radšej sme prenajali všetkých desať našich prevádzok väčšiemu hráčovi. Ponúkli sme ich spoločnosti Milk-Agro, ktorá má podľa nášho názoru perspektívu v prevádzkovaní maloobchodu. Zároveň sme si tým ale zabezpečili aj odbyť našich výrobkov, pretože tie sa tam naďalej predávajú. Ponechali sme si už len vzorkové predajne v oboch hypermarketoch Kaufland v Košiciach, kde si otestujeme nálady ľudí a reakcie trhu na nové chute a výrobky.

Keď však pozeráme na vedenie vašej spoločnosti, špecialistov na tento segment trhu nemáte, ale napriek tomu ste nadmieru úspešní. Čím si to vysvetľujete?

Faktom je, že nikto z nášho manažmentu nie je typický výrobník. Na druhej strane sme sa obklopili odborníkmi z tejto oblasti, máme mnoho tzv. „generačných“ pekárov, teda takých u ktorých sa toto pekné remeslo dedilo. Naším hlavným krédom bola kvalita a flexibilita, čo sa týka prispôbovania potrebám zákazníka. Nepoznáme slovo nedá sa, keď len trochu sa dá, snažíme sa každému odberateľovi vyjsť maximálne v ústrety. Pracujeme 365 dní v roku, jedinou výnimkou je nočná zmena z 24. na 25. decembra, ktorú kvôli zatvoreným obchodom v tento deň vynechávame. Inak pracujeme a pečieme celý rok.

Kvalitu vašich výrobkov nevnímajú pozitívne už len spotrebiteľia, vaši najväčší odberatelia, ale aj odborná verejnosť.

Áno a veľmi sa z toho tešíme. Nedávno sme na veľtrhu Danubius Gastro 2009 v Inchebe získali Značku kvality SK na štyri naše výrobky: chlieb tmavý pšenično-ražný krájaný, šatôčka s tvarohovou náplňou, celozrnný croissant a slnečnicový chlieb krájaný. Tieto ocenenia len potvrdzujú stabilnú kvalitu našich výrobkov a sme hrdí na to, že spomedzi všetkých vystavovateľov sme práve my získali najviac ocenení.

Ozaj, aj vy osobne testujete vaše výrobky?

Samozrejme a to nielen my, ale aj naše rodiny a známi. A tí sú často našimi najväčšími kritikmi... Ešte aj keď napr. v sobotu ráno vstaneme, ideme do troch najbližších predajní potravín v okolí. A keď je niekto nespokojný, okamžite telefonujeme na výrobu, čo sa deje. Našťastie toto je len zriedkavosť. Ľudia si myslia, že čo môže taký pekár pokaziť, keď len zapne pec a už mu to ide samé. To je však pohľad laickej verejnosti, ale potom nasleduje strašne veľa vplyvov, od kvality múky, vlhkosti prostredia, teploty kysnutia, pečenia a rôzne ďalšie. Toto všetko musíme neustále brať na zreteľ, aby zákazníci s nami boli spokojní.

Nielen spotrebiteľia na východnom Slovensku si v poslednom čase pochvaľujú, že namiesto doslova „gumených“ rohlíkov sa na pultoch predajní začali objavovať rožky, ktoré je radosť jesť a rovnako dobre vyzerajú napríklad aj na druhý deň. Aký zázračný elixír ste do nich namiešali?

Rohlík je v podstate len taká národná špecialita v Česku a na Slovensku, pričom doteraz ho väčšina pekárni pekla na starých linkách ešte z čias bývalej fede-

rácie. Posledné roky sme však výrazne investovali do špičkových technológií z Rakúska a sme radi, že sa to takto pozitívne prejavilo. Nikto iný totiž nemá takú výrobnú linku ako my a vďaka nej sme odstránili všetky nedostatky výrobku. Zákazníci sú naozaj veľmi príjemne prekvapení z nášho „nového“ rohlíka. Ten už nie je taký klasický „gumový“, ale je z neho naozaj chutný rožok.

Hovorí sa však, že na východe sú asi najkonzervatívnejší spotrebiteľia na celom Slovensku. Máte aj vy podobné skúsenosti?

Musím priznať, že máme, ľudia sú tu, najmä mimo väčších miest, dosť konzervatívni. Sú zvyknutí na to „svoje“ pečivo, ktoré roky poznajú, a tak sa boja experimentovať a kúpiť si niečo, čo nepoznajú. Radšej zostanú pri osvedčenom rožku, než by napr. mali vyskúšať celozrnný croissant. Ten je podľa našich prieskumov doménou mladých ľudí do 35 rokov. Takisto si tí starší radšej upečú buchty alebo šišky, než by si ich mali kúpiť už hotové. Vidím to aj u nás doma, môj otec napríklad nechce jesť slnečnicový chlieb, lebo sa mu vraj slnečnica dostáva do zubov.

Od minulého roku nastal na Slovensku menší boom tzv. mini-pekárničiek v cene od 50-100 €, ktoré za 2–3 hodinky upečú chleba, aký len chcete. Nebojíte sa, že vás to môže ohroziť?

Aj predtým boli toastovače a veľké pekárne prežili. Tieto minipekárnice sú možno dobré na to, keď sa raz za čas robí oslava, tak pre hostí to môže byť milé spostenie, že im upečiete vlastný chlieb. Kolegynina mama si jednu takú pekárničku kúpila asi pred rokom, použili ju možno trikrát a teraz na nej len utierajú prach. Skôr to považujem za módnu vlnu. Navyše aj pečenie chleba je náročnejšie a zaberie to kopu času, určite to nie je určené na každodenné použitie. Mnoho ľudí má doma aj malé kávovary, ale nemyslím si, žeby kaviarne kvôli tomu mali skrachovať.

Momentálne nielen šéfovia veľkých podnikov, ale aj drobní živnostníci lamentujú nad eko-

nomickou krízou, ktorá väčšine z nich dosť výrazne skresáva tržby. Pociťili ste ju už aj vy vo Vamexe?

Čiastočne aj áno, trochu sa zmenila štruktúra predávaných výrobkov. Nejde ani tak o množstvo ako skôr o jednotlivé produkty. Mala by platiť axióma, že so zhoršujúcou sa životnou úrovňou by sa malo jesť a tým pádom aj piecť viac chleba. To by sme mali byť radi, ale... Zároveň predpokladáme pokles na sladkej výrobe a tým pádom relatívne luxusnejšom segmente výrobkov. Chlieb a rožky sa vždy budú predávať, v tomto nejaké negatívne zmeny nepredpokladáme. Ak sa už bude šetriť na potravinách, skôr to možno bude na luxusnejších výrobkoch ako na pečive.

Snahou každej firmy je minimálne udržať svoju pozíciu na trhu. Máte nejaké plány, ako by ste to chceli doceliť, prípadne zvýšiť svoj tržový podiel na Slovensku alebo expandovať do zahraničia?

Trh na východe je už pre nás skoro vyčerpaný, plánujeme preto expanziu. Už spomínaná kríza nás v tom trochu pribrzdila, keby neprišla, už tento rok sme mohli mať otvorenú našu druhú pekárňu. Naším cieľom je pokrytie celého slovenského trhu. Na zahraničie momentálne nemyslíme. Pre nás najbližšie Maďarsko je extrémne špecifický trh, ľudia sú tam veľkí lokálpatrioti, navyše ani momentálny kurz forintu voči euru tomu nenahráva.

V podstate už od svojho vzniku spolupracujete so spoločnosťou Lesaffre Slovensko. Predpokladáme, že keby ste neboli spokojní, bola by to asi už len minulosť...

To máte pravdu, od Lesaffre dostávame droždie a musím povedať, že si veľmi pochvaľujeme nielen jeho stabilnú kvalitu, ale aj kvalitu rôznych zlepšujúcich prípravkov. Nebránime sa ani skúškam nových produktov a prípravkov od konkurenčných firiem, ale doteraz toto droždie a ďalšie výrobky od Lesaffre nič nepredčilo. Lesaffre je napríklad aj dodávateľ prípravku do našich inovovaných rožkoch,



ktoré teraz slávia veľký úspech. Aj preto verím, že táto vzájomne prospešná spolupráca bude pokračovať a neustále sa ešte zlepšovať.

Vamex v kocke

Vamex, a.s., Košice vznikla 4. 9. 2000 ako nástupnícka organizácia po rovnomennej eseročke, ktorá pôsobila na trhu od roku 1994. Spoločnosť sa venuje výrobe čerstvých pekárenských výrobkov a prevádzke dvoch svojich vzorkových predajní. Pekárenská výroba vo Vamexe prešla vývojom od výroby na jednej rotačnej peci v malých pekárňach po súčasnú automatizovanú výrobu v jednej modernej pekárni s dennou produkciou 35 ton na sídlisku nad Jazerom v Košiciach. Súčasný sortiment tvorí cca 30 druhov chleba a 90 druhov pečiva, ktoré dodávajú najmä do veľkých obchodných reťazcov. Hlavnú časť produkcie tvorí čerstvé pečivo, medzi doplnkové aktivity patrí výroba trvanlivého pečiva ako napr. croissantov, parená výroba ako sú knedle a buchty a produkcia šišiek. Vamex momentálne zamestnáva 280 ľudí, ich priemerná mzda dosahuje zhruba priemer v národnom hospodárstve (cca 650 €/mesačne) a svojou produkciou uspokojuje mlsné jazyčky spotrebiteľov v celom Košickom, Prešovskom a čiastočne Banskobystrickom kraji.

Ďakujem za rozhovor a prajem Vám veľa úspechov.

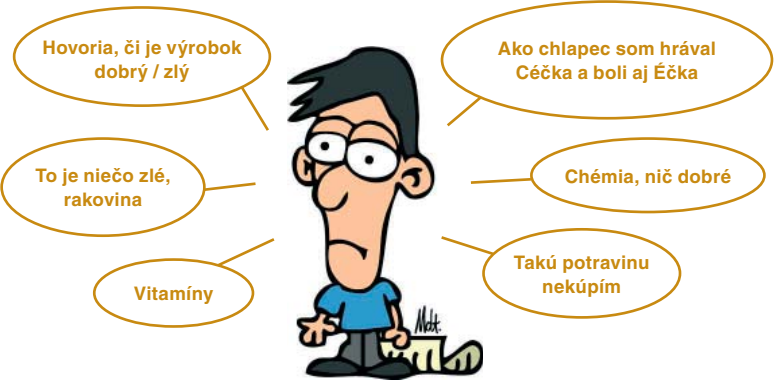
Kontakt:
VAMEX, a.s., Košice
Lubina 1, 040 12 Košice
tel.: +421 55 783 60 11
fax: +421 55 783 60 95
odbyt: +421 55 783 60 60
e-mail: sekretariat@vamex.sk
web: www.vamex.sk

Uverejnené názory nemusia vyjadrovať stanovisko vydavateľa.

Dobrý sluha, či zlý pán? Alebo čo viete o „É-čkach“?

Čo vám príde ako prvé na myseľ keď sa vysloví pojem „É-čka“? Túto otázku som položil aj mojim kolegom a priateľom. Možno sa vaše názory budú zhodovať, možno vás pobavia. Ich predstavy prezentuje náš pán E.

Priznám sa, že odpovede ma vôbec neprekvapili. A ako ste na tom vy? Väčšina z nás sa snaží získať informácie odkiaľ sa len dá: z televízie, rádia, novín, či zo zdroja „zaručene pravdivých informácií“ akým je internet. Autori týchto príspevkov sa často predhávajú, kto prinesie väčšiu senzáciu, kto najviac zaujme. Naším cieľom nie je presvedčiť vás aké o tom sú tieto látky zdraviu prospešné a ani vzbudiť ešte väčšie obavy či hystériu, ale priniesť základné poznatky o problemati-



nepoužíva samostatne ako potravinu ani ako potravinová prísada a ktorá sa zámerne pridáva do potravín bez ohľadu na jej výživovú hodnotu z technologických dôvodov pri výrobe, spracúvaní, príprave, ošetrovaní, balení, preprave alebo skladovaní, čím sa sama alebo jej vedľajšie produkty stávajú, alebo sa môžu stať súčasťou potraviny, alebo inak ovplyvňujú jej vlastnosti.

System označovania prídavných látok bol vytvorený medzinárodnou Komisiou Codex Alimentarius. Európska únia prijala tieto pravidlá a prídavné látky, ktorých používanie je schválené v rámci EÚ sú označené písmenom „E“ a príslušným kódom danej látky. Zjednodušene, „É-čka“ predstavujú poznávaciu značku danej prídavnej látky. Cieľom nie je zakryť „nebezpečné látky“ pred zrakom spotrebiteľa, ale naopak mať opodstatnené používanie prídavných látok pod kontrolou s cieľom ochrany zdravia konečného užívateľa. Zároveň systém označovania prídavných látok uľahčuje orientáciu pri práci s nimi. Prídavné látky, ako zložky potravín sa označujú na obale slovné uvedením skupinového názvu a názvu prídavnej látky alebo uvedením skupinového názvu a E-kódu (napr.: konzervačná látka: oxid siričitý resp. konzervačná látka: E220).

Pred tým ako je schválené používanie prídavnej látky, musí prejsť dlhým procesom skúšok, ktorý často trvá niekoľko rokov. Schvaľovanie má svoje prísne pravidlá. Sleduje sa zdravotná neškodnosť danej látky v jednotlivých typoch potravín, stanovujú sa najvyššie prípustné množstvá, ktoré pri každodennej konzumácii po celý život nesmú mať negatívny vplyv na zdravie jednotlivca. Prídavné látky je potrebné neustále monitorovať na základe nových vedeckých poznatkov a v prípade potreby prehodnocovať ich použitie.

V nasledujúcom čísle Vlaštovičky sa bližšie pozrieme na jednotlivé skupiny prídavných látok, ich použitie a nezabudneme ani na „É-čka“ používané v pekárskych praxi. Pokiaľ vás oblasť prídavných látok zaujíma, dávame vám do pozornosti použitú literatúru.

Použitá literatúra:
1. Výnos Ministerstva pôdohospodárstva Slovenskej republiky a Ministerstva zdravotníctva Slovenskej republiky z 15. marca 2004 č. 608/5/2004 – 100, ktorým sa vydáva hlava Potravinového kódexu Slovenskej republiky upravujúca prídavné látky v potravinách.
2. Smernica rady EHS 89/107 z 21. decembra 1988 o aproximácii právnych predpisov členských štátov týkajúcich sa prídavných látok zdo potravín povolených na použitie v potravinách určených pre ľudský konzum.
3. Food Chemical Safety; Volume 2: Additives; D. H. Watson; Woodhead Publishing Limited – CRC Press LLC; Cambridge – Boca Raton; 2002.

Skupinový názov prídavných látok	
Farbivo	Modifikovaný škrob
Chemická konzervačná látka	Náhradné sladidlo
Antioxidant	Kypriaca látka
Emulgátor	Protipeniaca látka
Emulgačná (taviaca) soľ	Povlaková látka
Zahusťovadlo	Múku upravujúca látka
Želirujúca látka	Stužovadlo
Stabilizátor	Zvlhčovadlo
Stimulátor chutnosti	Komplexotvorná látka
Kyselina	Objemové činidlo
Regulátor kyslosti	Hnací a baliaci plyn
Protihrudkujúca látka	

ke prídavných látok („É-čkach“). Človek sa od nepamäti snaží prispôbiť potravu svojim potrebám, či senzorickým požiadavkám, za pomoci najrozmanitejších látok. Napríklad soľ, korenie, sladidlá alebo kyselina octová sa už stáročia používajú na predĺženie trvanlivosti potravín. Rovnako látky na zvýraznenie chuti či farby potavy nie sú výdobytkom súčasnosti. S rozvojom poznatkov a vedy sa škála prídavných látok neustále rozširuje. Majú povahu prírodných, prírodne identických (vyrobené sú umelo, ale ich zloženie je identické s prírodnými látkami) či syntetických látok.

Podľa Potravinového kódexu SR je prídavná látka taká zložka potraviny, ktorá sa spravidla

Celé alpské pohoří se rozkládá na území 7 států a jeho rozloha činí 180 000 km². Ihned si je oblíbené jako báječné místo pro dovolenou nebo náročné sportovní aktivity. Alpy jsou letním rájem ctitelů panenské přírody a horských výšlapů, které se v zimě mění v ideální prostředí pro lyžování či snowboarding.



V létě v zimě – dovolená v Alpách

Alpská lyžařská střediska jsou velmi rozsáhlá a rozmanitá. Na své si přijdou milovníci dlouhých upravených sjezdovek i extrémní lyžaři a snowboardisté. Chvilky strávené na svazích příjemně doplní kvalitní, fungující servis a moderní prostředí.

Na začátečníky i pokročilé běžkaře čekají projeté trasy s různou obtížností. Odměnou za jejich zdolání bývá nádherný výhled na přírodní panorama a malebné hory.

Romantici, kteří se vyhýbají lyžování, mohou využít připravené vycházkové trasy nebo si zajít na tzv. vandr na sněžných botách.

Rodinným zpestřením se bezesporu stane některá z návštěv sáňkařských drah. Ve dne, ale i v noci, můžete zažít vzrušující jízdu plnou nevšedních zážitků.

Po náročných aktivitách je ideální nabrat síly na pohodlné sluneční terase, v lázních či v relaxačním centru.

Letní dovolená v evropských velehorách příjemně překvapí i ty nejnáročnější. Může se stát zcela aktivním pobytem nebo naopak relaxační lázní.

Pěší a vysokohorská turistika má v Alpách dlouhou tradici a nabízí obrovskou škálu možností. Určitě zde naleznete tematicky zajímavé stezky i malebnou přírodu.

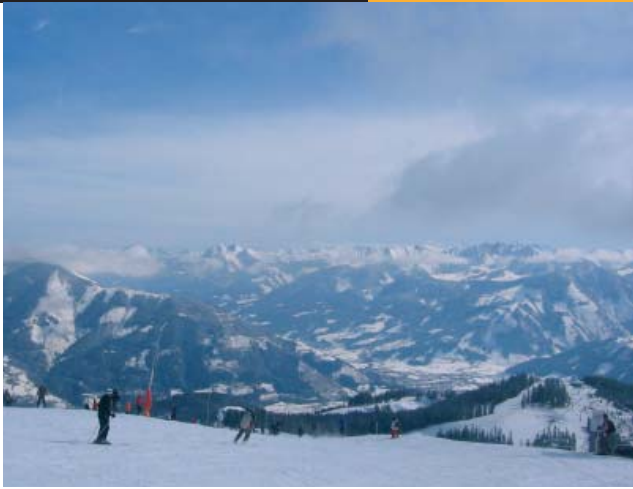
Plňte si rádi sny? Zahrajte si golf na hřístích špičkové kvality, obklopení majestátními horami. Ano, i toto je dovolená v Alpách.

Tento příjemný zážitek ještě rozšířte o „wellness“. Jedná se především o masáže, sauny, parní lázně, whirlpools, cvičení a další aktivity podobného typu.

Mezi nevšední zážitky jistě patří lyžování na ledovci. Je vhodné jak pro skalní fanoušky, tak pro rodinné dovolené. V Alpách už dávno neplatí, že s jarní oblovou lyžování končí. Ve výškách kolem 3000 m n. m. se dá lyžovat i v létě.

Alpy jsou protkány sítí perfektně značených cyklostezek s různou náročností. Vedou buď pohodlně podél řek a jezer nebo horským terénem, což je ideálním místem pro mountainbikery.

Příznivci adrenalinových sportů si v Alpách užijí. Na vlastní kůži si zde můžete vyzkoušet horolezectví, parašutismus, potápění,



paintball, paragliding, sjíždění divoké řeky, skok padákem, surfing a mnoho dalších sportů.

Díky své poloze a rozmanitosti jsou Alpy stvořeny k celoročnímu dovoleným.

Po celý rok 2009 budete mít možnost prostřednictvím našeho kvízu (křížovky, hádanky,...) soutěžit o zájezd do Alp pro 2 osoby. Pravidla a podrobné informace k soutěži naleznete na straně 30 v rubrice Zábava.



Myslíte si, že křížek na chlebu a zlepšující přípravky mohou mít něco společného?

Chléb náš každodenní...

„Když se donesou kvasnice od kupce, nemají se klásti na stůl, pečivo by nekyslo.“
Staré rčení

Ve slovanských kulturách je zvykem nabídnout hostovi krajíc chleba se solí. Staré pověry mají za to, že až tento obyčej pomine, brzo nastane soudný den. Pěkný pravidelný chléb s křupavou kůrkou býval odjakživa chloubou domácností a všech dobrých pekárů. Ani dnešní doba v tom není výjimkou. Všichni se zajisté shodneme na tom, že upéct krásný pecen chleba, pravidelně tvarované nazlátlé rohlíky a nadýchané koláče není jen tak. Ať se pekař snaží sebelíp, nikdy se mu nepodaří udělat dva stejné výrobky. Někdy je to špatnou kvalitou mouky, starší droždí už nemá takovou sílu, venku je zima nebo naopak až příliš teplo. Jindy se naopak do receptu přidá příliš mnoho cukru nebo tuku. A i když používáme pořád dokola po několik let stejnou recepturu, stejné přísady jako vždy, ani tak není zaručeno, že se nám chleba povede. Může se pak zdát, že každý pekař by měl uzavřít pakt s čertem, aby si svůj úspěch co nejvíce pojistil. Málokteré řemeslo je tak úzce spojené s pověrami jako právě

výroba chleba. Kolik pekařů dává na svůj chléb křížek, i když dnes tak činí spíš ze zvyku nebo pro dosažení atraktivního vzhledu. Pojdme se teď společně podívat na pár takových pověr:

- » Má se za to, že právě tento křížek uchrání chléb před uškutím a před zlými nadpřirozenými bytostmi.
- » Ze stejného důvodu se do prvního bochníku dělá důlek, nebo rovnou tři (říká se tomu boží očko).
- » Aby nebyl chleba příliš popraskaný, má se hodit do pece hrst hrachu.
- » Pecny chleba se nesmí počítat, protože by nenakynuly.
- » Když zadělává hospodyně těsto na vánočku, má třikrát vyskočit a vyhýbat se jakékoliv konverzaci, jinak by se vánočka nepovedla.
- » Pukne-li nápadně chléb v peci, značí to neštěstí.
- » Jedna strašidelná legenda se vypráví v městečku ve Flandrech. Povídá se, že se ulicemi po nocích toulá duch mlynáře, který za svého života bil manželku a všem tuze rád škodil. Chodí od pekárny k pekárně a klepe na okno. Pekař okno otevře a vloží do bledé, kostnaté ruky svůj první pecen

chleba, protože moc dobře ví, že pokud by takto neučinil, napříště by se mu těsto nepodařilo.

V dnešní době si pověry říkáme spíš jen pro pobavení, než bychom se jich sveřepě drželi. A i přesto, nebo možná právě proto, se můžeme těšit pohledem na čerstvě upečené, nepopraskané pečivo všeho druhu. Na rozdíl od našich babiček nemusíme nutně chléb v každém jeho stádiu výroby žehnat ani se strachovat, že nám dostatečně nevykyne nebo naopak překyne. Dnes úlohu zaklínacích formulí splňují zlepšující přípravky, i když nám i v dnešní moderní době jejich složení zní velmi podobně. Pojdme se tedy v nové rubrice naší Vlaštovičky s touto problematikou seznámit blíže, abychom pochopili, co vlastně zlepšující přípravky jsou a jak jejich účinků co nejefektivněji využít. Na otázky odpovídal Lukáš Janáč, produktový manažer firmy Lesaffre Slovensko a současně nový člen redakční rady.

Co to vlastně jsou zlepšující přípravky?

Pojem „zlepšující přípravky“ zahrnuje celou škálu látek, které se přidávají do mouky či cesta, spra-

vidla na zlepšení ich vlastností a vlastností konečného výrobku. Pekáři umlávají práci, tlmí výkyvy v kvalitě mouky, výkyvy počas výroby, vplývajú na optimálnu tvorbu striedky, kôrky, senzorických vlastností produktu a podobne. V dnešnej dobe sú neoddeliteľnou súčasťou výroby takmer každej prevádzky.



Kdy se zlepšující přípravky začaly poprvé používat?

Přibližně do polovice minulého století sa pri výrobe chleba a pečiva používal výlučne tradičný spôsob výroby, ktorého korene siahajú do prvopočiatku tohto remesla. Výroba chleba na „kvasy“ nezriedka trvala aj deň. Takáto dlhá doba je nevyhnutná na priebeh všetkých prírodných procesov, ktoré dodávajú chlebičku jeho charakteristické vlastnosti. S rozvojom priemyslu a nových technológií vznikali aj prvé „továrne na výrobu chleba“, ktoré vyžadovali skrátenie času jeho výroby. Zistilo sa, že niektoré látky ako napr. enzýmy dokážu skrátiť výrobu približne na dve hodiny. V dnešnej dobe máme na slovenskom a českom trhu so zlepšujúcimi prípravkami desiatky spoločností, avšak len časť z nich sa venuje aj ich výrobe.

Jak tyto přípravky vznikají?

Výrobou v špecializovanom závode... (úsmev). Zlepšujúce prípravky sú pomerne zložité zlúčeniny, ktoré si vyžadujú určité technologické a vedecké zázemie. Je takmer nepredstaviteľné, že si pekáč pôjde kúpiť enzým, nasype ho do dieže a ten mu

zaručí optimálnu kvalitu výrobku. Jednak nemá na to čas, priestor, vyškolený personál a bezpochyby financie. Vývoj zlepšujúcich prípravkov sa často robí v spolupráci s technickými univerzitami, či výskumnými ústavmi.

Co mají společného „Ěčka“ a zlepšující přípravky?

Položil by som protitázku. Viete čo sú to „Ěčka“? Sú to prídavné látky, ktoré sa spravidla nepoužívajú samostatne ako potravinová prísada. Okrem toho sa zámerne pridávajú do potravín z technologických dôvodov (konzervačné, okysľujúce, antioxidačné a iné vlastnosti) a sú schválené v rámci EÚ. Keď hovoríme o „Ěčku“ tak máme na mysli konkrétnu látku, ktorá sa skrýva pod jej kódom. Spoločné majú napríklad to, že sa pridávajú do potravín s cieľom dosiahnuť požadované vlastnosti produktu, optimalizujú proces výroby, či podliehajú legislatívnym normám. Zlepšujúce pekárske prípravky sú často kombináciou viacerých „Ěčok“ (prídavných látok).

Spousta lidí automaticky považuje jejich používání za nebezpečné a vyhýbá se jim. Můžou být opravdu zdraví škodlivé, nebo se jedná o pověru?



Väčšina z nás vie, že vitamíny sú ľudskému telu prospešné látky a potrebujeme ich k svojmu životu. Viete však, že ich nadmerná konzumácia môže spôsobiť závažné ochorenia? Bolo by vhodné spomenúť čo tvorí obsah vrecúška, ktoré pekáč sype do dieže. Priznajme si, kto z nás číta

zloženie uvedené na etikete alebo špecifikačnom liste daného prípravku? Na našom trhu sú stále najčastejšie používané práškové zlepšujúce prípravky (okrem nich sa používajú aj pastové, tekuté a iné), ktorých zloženie tvoria:

- » nosič účinných látok, ktorým býva najmä múka
- » emulgátory – umožňujú lepšie premiešanie vody s tukovými časticami, zjemňujú striedku, spomaľujú starnutie pekárenských výrobkov
- » oxidačno – redukčné zložky – ovplyvňujú štruktúru lepku
- » enzýmy – látky, ktoré iniciujú alebo urýchľujú pochody. Rozkladajú napr. polysacharidy na jednoduché cukry, ktoré zohrávajú dôležitú úlohu pri výrobe pekárenských produktov.
- » ďalšie látky

Zložky týchto prípravkov sú vo väčšine prípadov prírodné resp. prírodne identické látky, ich používanie je v potravinovom priemysle povolené a nesmú ohrozovať zdravie konzumenta. Účinné zložky prípravkov napomáhajú prirodzeným pochodom v ceste a prispievajú tak k vzniku typických senzorických vlastností. Používanie väčšiny zlepšujúcich prípravkov bežný konzument vôbec nerozozná.

Je možné nechat si ZP zhotoviť na míru?

Samozrejme. Hoci sa väčšina výrobcov snaží namiešať zlepšujúce prípravky, ktoré by pokryli požiadavky čo najširšieho okruhu pekárni a zabezpečili rovnomernú kvalitu výrobkov po celý rok, nie sú prípravky na mieru ničím výnimočným. Niekedy si to vyžadujú technologické okolnosti v danej pekárni, inokedy sú to regionálne zvyklosti, či snaha odlíšiť sa od ostatných výrobcov. Tvorba prípravkov na mieru je často zdĺhavejší proces, vyžaduje si niekoľko testov v podmienkach pekárne a presné definovanie požiadaviek zo strany zadávateľa. Treba podoznieť, že mnoho pekárov sa stále snaží každý kvalitatívny problém vo výrobe riešiť vývojom prípravku na mieru, no často stačí len úprava technických parametrov



(doba pečenia, teplota, vlhkosť v kysniarni, úprava normy a podobne). Renomovaný dodávateľia zlepšujúcich prípravkov poskytujú spolu so svojimi výrobkami aj takýto bezplatný technologický servis.

O jaké přípravy je největší zájem?

Jednoznačne o prípravky, ktoré zaručujú kvalitný produkt po celý rok a ktoré zvládajú výkyvy v kvalite múky. Každý pekár sa snaží dodávať svojim zákazníkom kvalitný a chutný výrobok, či je leto alebo zima, či má novú alebo starú múku. Zákazníka jeho problémy nezaujímajú. Na druhej strane kupujúci neváha a za dobrým chlebíkom je ochotný prejsť niekoľko ulíc, či kilometrov navyše. Pokiaľ sa bavíme o konkrétnom type, tak stále prevažujú prípravky na výrobu chleba a bežného pečiva zabezpečujúce dobrú stabilitu cesta počas výroby, požadovaný objem, vzhľad, chuť výrobkov a vyrovnávajúce sezónne výkyvy. Ďalej sa používajú prípravky na zvýšenie jemnosti výrobkov, predĺženie trvanlivosti a čoraz viac aj prípravky pre mrazené technológie.

Můžou se jednotlivé přípravy míchat?

Áno, napríklad toastové chleby často obsahujú prípravok na zvýšenie vláčnosti a predĺženie trvanlivosti. Pri výrobe jemného pečiva sa používa kombinácia

klasického zlepšujúceho prípravku s prípravkom podporujúcim vláčnosť. Niektoré spoločnosti majú v ponuke prípravky 2 in 1. Ako príklad môžeme uviesť XtendLife od Lesaffre group, ktorý predlžuje trvanlivosť a zároveň dodáva výrobkom jemnosť. O možnosti kombinácie jednotlivých prípravkov je však potrebné poradiť sa s odborníkmi dodávateľských spoločností. Odporúčané dávkovanie, ktoré je uvedené na obale či špecifikačnom liste výrobku, vychádza z podrobných testov, legislatívnych limitov a má zabezpečiť optimálny priebeh výrobného procesu a želanú kvalitu finálneho výrobku. Nie vždy platí „Čím viac, tým lepšie“. Privysoké dávkovanie prípravku môže mať tiež negatívny dopad na štruktúru cesta. Na druhej strane treba brať ohľad aj na legislatívne limity pri niektorých prípravkoch a ich zložkách.

Je možné upéct rohlík s označením bio, který by obsahoval zlepšující přípravy?

Možno by bola vhodnejšia otázka či existujú Bio – zlepšujúce prípravky. Odpoveď je Áno. Lesaffre group sa tiež venuje tejto problematike a Bio prípravky má vo svojej ponuke. To, či výrobok je alebo nie je Bio, nezávisí len od používania zlepšujúcich prípravkov, ale všetkých ostatných surovín a výrobných postupov, ktoré podliehajú legislatívnym nariadeniam. Osobne Bio pokladám za dobrý marketingový ťah na podvedomie konzumenta a skôr sa prikláňam k názoru „Všetko s mierou“. Keby sme sa viac zamysleli, dospeli by sme k poznatku, že Bio nie je až také Bio ako sa tvrdí.

Má význam používat zlepšující přípravy i v malém pekárně?

Používanie zlepšujúcich prípravkov má svoj zmysel všade tam, kde nie je dostatok kvalifikovaného personálu, kde je záujem racionalizovať výrobu a kde nie je priestor na chyby či omyly.

Jsou speciální požadavky na skladování?

Ak sa bavíme o najčastejšie používaných práškových prípravkoch, tak tie si nevyžadujú špeciálne skladovacie podmienky. Vo väčši-

ne prípadov postačuje teplota do 25°C a suchý sklad. Niektoré typy pastovitých a tekutých prípravkov je potrebné skladovať pri chladiarenských teplotách. Privysoké teploty môžu negatívne ovplyvniť vlastnosti enzýmov a tým znížiť účinnosť prípravku.

Jak se promítne používání těchto přípravků do ceny?

Používanie zlepšujúcich prípravkov sa bezpochyby premietne v náraste vstupných nákladov. Keďže ich dávkovanie sa zväčša pohybuje od 0,3 do 2 % na múku v závislosti od typu a účelu použitia, nie je tento nárast v porovnaní s celkovými nákladmi na diežu nijak dramatický. Skrátene času výroby, redukcia nepodarkov, vyrovnaná kvalita produktov, zníženie nárokov na pracovnú silu to je len časť z ich prínosov, ktoré sa v konečnom dôsledku pozitívne odrážajú v úspornosti výroby.

A poslední otázka na závěr: Jak se díváte na pověry, které byly až donedávna jedinými zlepšujícími přípravky? Dodrží se některé v pekárenské praxi i dnes?

Môj osobný názor je ten, že mnohé povery a nielen v „pekárine“ majú svoj opodstatnený význam, hoci často nemajú racionálne vysvetlenie. Povery dávajú ľudskej práci väčšiu vážnosť, majú výchovný vplyv a nútia nás k väčšej obozretnosti.

Napr. Vami spomenutá povera: *Když zadělává hospodyně těsto na vánočku, má třikrát vyskočit a vyhybat se jakékoliv konverzaci, jinak by se vánočka nepovedla.* Úplná pravda, pokiaľ sa gazdinka zarozpráva prekysne jej vianočka alebo ju naopak pripáli. A to poskočenie už len dotvára logický základ... (úsmev). V dnešnej dobe sa s podobnými praktikami v pekárňach už takmer nestretávame. Za zmienku stojí azda len robenie križa na chlieb, ktorým sa ako „dar Boží“ pozhová a vzdáva sa mu úcta.

*uřknutí – uříknutí
důlek – jamka
sveřepě – tvrdošíjné*



„Pekařský trenažér“ – Školící středisko PEKASS

Společnost Pekass je od založení r. 1993 nositelem technického pokroku do pekáren. Pekass vždy nabízí především špičkovou techniku, tedy výrobky nejvyšší kvality s vysokou přidanou hodnotou a nejlepší péči a servisem. K dosažení těchto cílů musíme nyní upřít pozornost i na systém vzdělávání a to nejen našich pracovníků. Chceme intenzivně a kvalitně zvyšovat jejich dovednosti, kvalifikaci a rozšiřovat znalosti a zkušenosti. Stejně možnosti nabízíme i našim zákazníkům a partnerům.



EVROPSKÁ UNIE EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ INVESTICE DO VAŠÍ BUDOUCNOSTI

V novém školicím středisku se špičkovým zázemím pro výuku, které na konci roku 2009 na ploše 5000 m² otevřeme, bude v provozu „pekařský trenažér“ pro 12 osob. V objektu vzniknou dále servisní dílny, sklady strojů a náhradních dílů a centrála Pekass.

Projekt ŠKOLICÍ STŘEDISKO PEKASS úspěšně žádal o podporu formou dotace z fondů EU, konkrétně z Operačního programu Podnikání a Inovace – Školící střediska. Výstupy projektu, proškolení a získání praktických pekárenských dovedností, jsou

přínosem pro všechny dotčené cílové skupiny projektu. Projekt ŠKOLICÍ STŘEDISKO PEKASS reaguje na obecný nedostatek kvalifikované pracovní síly na trhu práce a nabízí jednoduchou a účinnou formou zajistit proškolení pracovníků pro konkrétní typ práce, případně k získání dílčí kvalifikace. Součástí projektu je vybavení školicího střediska samostatně moderní prezentační technikou a nábytkem a zejména moderními strojními zařízeními pro výuku základních pekárenských dovedností – výrobě

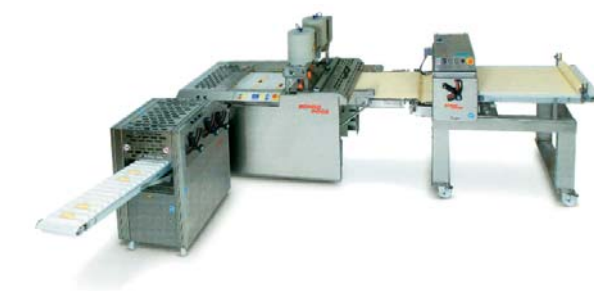
potravin v souladu se současnou naší a evropskou legislativou.

Věříme, že vzdělávání je nejlepší cestou ke společnému úspěchu a ke zvýšení prestiže oboru.

www.pekass.cz

a mísení těsta, tvarování, pečení, vše v souladu se současným trendem přechodu od manuální ke strojní automatizaci v pekárenské výrobě.

Připravujeme programy školení, do kterých se zapojují přední odborníci z oboru, zahraniční, externí a vlastní specialisté. Podělí se o své vědomosti z oblasti zvyšování produktivity práce, efektivitu a kvalitu výroby, marketingu, obchodu, řízení personálních činností atd. Účastníky seznámí s novými trendy v oboru, inovacemi a v neposlední řadě s problematikou kvality a zdravotní nezávadnosti





Názvem bratislavský rožok je možné označit jemné pečivo ve tvaru podkovičky, který v receptuře obsahuje nejméně 30 hmotnostních procent tuku, je s makovou nebo ořechovou náplní v množství nejméně 50 hmotnostních procent a na povrchu je jemně mramorově popraskaný.

Bratislavský rožok

Poprve upekli koš ořechových a makových „podkoviček“ prešporský (Prešpork – historický název Bratislavy) pekař Scheuermann na Mikuláše v roce 1785, aby jimi vyzdobil předvánoční výklad svého pekařství. Mezi obyvateli se zpráva o této novince roznesla rychlostí blesku a po křupavých „baugloch“ se jen zaprášilo.

Výraz baugle nebo také bajgle, jak se bratislavský rožok jinak nazývá, pochází z německého slova beugen – ohnout, podle tradičního tvaru výrobku. Zmiňovaný název bratislavský rožok se začal používat až po roce 1920, kdy se uzákonil současný název slovenské metropole Bratislava.

Pro svou výraznou chuť a vůni si bratislavské rožky získaly popularitu nejen ve Vídni a Budapešti, ale proslavily se dokonce až v USA, Japonsku nebo Libanonu.

Bratislavský rožok je legendární pochoutka, a navíc vynález bratislavských pekařů, a proto má také šanci zařadit se vedle sýrových korbáčků, skalického trdelníku a bryndzy do registru zaručeně tradičních specialit Evropské unie.

My vám přinášíme pro inspiraci recepturu, podle které se pečou bratislavské rožky v současnosti.

TĚSTO		
RECEPTURA	Surovina	Dávka v % na množství mouky
	Pšeničná mouka 512	100 %
	Cukr	11 %
	Margarín	56 %
	Vaječný žloutek	8 %
	Sušené mléko	4 %
	Droždí	4 %
	Sůl	1 %
	Voda	18 %
	Hmotnost těsta	2 220 g
POSTUP VÝROBY	Maková náplň	2 350 g

Z prosáté mouky, droždí, trochy cukru a asi poloviny roztoku vlažného mléka se zhotoví kvásek, který se popráší moukou. Po vykynutí kvásku se přidají: margarín, žloutky, zbytek cukru, sůl a postupně zbytek roztoku vlažného mléka. Vše se důkladným promíslením zpracuje v hladké, nelepivé těsto, které se nechá krátký čas odležet. Po mírném odležení se těsto rozdělí do dílků, které se stočí do kuliček a tyto se po opětovném krátkém odležení rozválí na oválné placky (vzhledem k tomu, že jde o poměrně tuhé a mastné těsto, nepoužívá se mouka při válání ani formování). Do placek se podélně na střed nanese příslušné množství náplně. Placky s náplní se stočí tak, aby na koncích byly špičatější a v prostředku tlustší. Po zformování se rohlíčky ihned na povrchu a po stranách potřou žloutkem a v teplém prostředí se nechají osušit a mírně vykynout. Potom se znovu potřou žloutkem a dají oschnout do chladné místnosti. Po osušení se mírně z boku stisknou (tím se nepravdělně poruší žloutkový povlak) a vloží se do pece s teplotou 200 až 220°C. Po částečném zbarvení se dopékají v mírnější teplotě.



Bývalý cukrovar Némčice nad Hanou: Po této koleji se již žádná melasa nesveze.

Ceny surovin klesají. Droždí zdražuje. Jak je to možné?

Každý pekař vám dnes řekne, že „suroviny jdou dolů“. Myslí tím jejich ceny. Mouka je dnes nejlevnější za mnoho let a ani ceny dalších surovin nerostou, spíše klesají. Jedině droždí se zdražuje. Je to drzost výrobců droždí, kteří se domluvili, aby vydělali víc peněz na úkor bezmocných pekařů?

Odpověď je složitější než otázka. Je potřeba se podívat trochu blíže na to, kde se vlastně droždí bere.

Droždí se dnes vyrábí několika-stupňovým množením základní kultury kvasinek. Trochu jich vezmete, dáte je do kádě, vytvoříte jim správné podmínky a necháte je množit se a růst. Jak jednoduché. Háček je v tom, že pro množení a růst potřebují kvasinky mimo jiné takzvaný fermentační substrát, lidově řečeno „krmivo“. Tím krmivem je dnes většinou melasa, která vzniká v cukrovarech při výrobě cukru.

A tady je hlavní příčina zdražení droždí v roce 2009. Melasa je dražší, a to výrazně. Melasy je nyní k dispozici méně než dříve, protože se u nás a v okolních zemích vyrábí méně cukru. Mnoho evropských cukrovarů bylo zavřeno a srovnáno se zemí.

Není-li cukrovar, není ani melasa. K tomu se přidává další vliv – výroba biopaliv. Z médií všem dobře známý fakt, že do pohonných hmot se musí přimíchávat takzvaná biosložka, vedl k tomu, že se melasa nově používá nejen pro výrobu droždí, ale také pro výrobu biopaliv. Takže je najednou o melasu větší zájem než dříve.

Sečteme-li tyto dva vlivy dohromady, tedy méně melasy na trhu a větší zájem o ni, umíte si představit, co se stalo s její cenou. V některých zemích se meziročně zvýšila dvakrát, v těch šťastnějších „jen“ o desítky procent. Přitom cena cukru současně výrazně klesla díky levnému dovozu. Říká se, že za rok bude melasa zase levnější. Nechme se překvapit.

Jaký má cena melasy vliv na cenu droždí? Zásadní. Melasa je hlavní surovina pro výrobu kvasnic, svým významem srovnatelná s rolí mouky při výrobě pečiva. Když má pekař dražší elektřinu, může se pokusit kompenzovat vyšší náklady někde jine. Když má pekař o polovinu dražší mouku, nenadělá nic. Totéž platí při výrobě droždí. Zdraží-li se jedna surovina, které se používá malé množství, dá se ušetřit někde jinde. Ale při výrazném zdražení

melasy nenadělají drožďaři nic. Musí zdražit také, jinak nepřežijí.

K tomu se přidávají ještě další vlivy. Za prvé, ceny energií i přes hospodářskou krizi rostou. To pocítil každý pekař na vlastní kůži a výrobci droždí rovněž. Za druhé, ekologické normy týkající se čištění odpadních vod se zpřísnují a požadují ještě dokonalejší úpravu odpadních vod vzniklých při výrobě droždí. Ekologie se stává výrazným faktorem, který ovlivňuje výrobní náklady droždí.

Takže, jaká je tedy odpověď na otázku položenou v úvodu?

Droždí se zdražuje, protože se výrazně zvýšily jeho výrobní náklady. Výrobní náklady rostou hlavně proto, že se zvýšila cena melasy, která je základní surovinou pro výrobu kvasnic.

Ostatně, více jsme na toto téma psali v minulých číslech našeho časopisu. Nemáte-li již po ruce jeho tištěnou verzi, najdete ji v elektronickém formátu na našich webových stránkách www.lesaffre.cz.



Už tri mesiace platí na Slovensku nová mena Euro. Po jej zavedení od 1. januára 2009 si na ňu pomaly začínajú zvykať každý z nás. Ešte veľmi dlho si však budeme prepočítavať nielen v duchu, ale poniektorí aj na euro kalkulačke spotrebiteľské ceny v eurách na koruny.

Čo nám prinieslo €URO?

Najproblematickejším bol asi prvý mesiac, keď sa samotný prechod uskutočnil. Niektorí obchodníci to urobili veľmi šalamúnsky a koncoročné inventúry, ktoré po minulé roky trvali maximálne prvý pracovný týždeň, u nich skončili zhodou okolností 16. januára, keď sa skončil duálny obeh slovenskej koruny a eura... Možno im síce na skladoch pribudol tovar, ale skôr si myslím, že sa chceli vyhnúť vymieňaniu korún za eurá a prijímať platby v oboch menách súčasne.

Existujú však profesie, ktoré si takúto „fintu“ nemohli dovoliť a medzi ne určite patria aj pekári. Chlieb a pečivo sa na Slovensku bude jesť vždy a to bez ohľadu na to, či sa platí korunami alebo eurom. Aj preto som počas prvých januárových dní navštívil zopár pekárni na východnom Slovensku, aby som zistil ako tento prechod z jednej meny na druhú prebiehal. Prvá reakcia zamestnancov väčšiny z nich bola: „Preboha čo budeme s toľkými mincami robiť?“ Niekde to naozaj vyzeralo tak, že prvé dva týždne roka 2009 všetci ľudia, čo mali doma prasiatka plné slovenských mincí, si ich chodili zamieňať do obchodov za eurá. Človek by si povedal však vydržme dva týžd-

ne kým sa stiahnu všetky „staré“ mince z obehu a bude to lepšie. Lenže opak sa stal pravdou. Mnoho zákazníkov chodí nakupovať pečivo za drobné mince, a tak sa preplnili kasy v našich pekárňach rôznymi mincami malých nominálnych hodnôt, ktoré niekde doslova až „nabobtnali“ do veľkosti vyššie spomínaných prasiatok. Niektorí by si povedali, že keď peniaze ako peniaze. Ale pokiaľ denne dostanete stovky mincí, hneď Vás prejde chuť na ich prepočítavanie a v banke vás čaká nemilé prekvapenie vo forme poplatkov za prerátavanie mincí. Vo viacerých z nich bol až donedávna dokonca poplatok za odovzdanie akejkoľvek euro mince 1 euro cent. To sa na prvý pohľad nezdá veľa, ale keď napríklad nesiete do banky 200 centových mincí tak zaplatíte poplatok vo výške 2 EUR. To znamená že im tie mince darujete. Našťastie banky sľúbili, že tieto poplatky budú úplne zrušiť, alebo ich výrazne znížia.

Pred nedávnom sa mi do rúk dostal článok o prechode na euro na Malte a Cypre. Píše sa v ňom ako od 1. 1. 2008 zareagovali maltskí a cyperskí výrobcovia, resp. obchodníci na príchod novej meny. Zhruba tri štvrtiny

z nich urobili pekné gesto a po zavedení eura znížili svoje ceny o jedno percento. Na Slovensku nemuseli takéto gesto výrobcovia vôbec urobiť, keďže to za nich „urobili“ obchodné reťazce, ktoré si svoje nákupné ceny zaokrúhlili na dve desiatinné miesta smerom nadol. V duchu si povieme, ale keďže zaokrúhľovanie je len bežná matematická záležitosť. Avšak je veľmi dôležité, akú sumu zaokrúhlujeme. Keď si kupujeme napríklad auto v hodnote 250 000 Sk, čo je presne 8 298,479 € a zaokrúhlime cenu smerom nadol, pridáme o zhruba 27 bývalých halierov. Pri kúpe auta nám to môže byť v podstate jedno. Ide však o princíp. Ak si takéto zaokrúhľovanie preniesieme na rožok, ktorý stojí v obchode 1,50 Sk tak nás to môže prísť dosť drahé. V takom prípade by sme na jednom rožku, ktorý Slováci tak milujú, prišli o 27 halierov, čo v konečnom dôsledku zníži cenu o 18%. Áno, aj to sa stalo. Reťazce týmto využili nejednotnosť slovenských výrobcov pečiva a príchod eura krásne využili vo svoj prospech a dokázali takto znížiť cenu.

Na záver by som vám na odľahčenie témy napísal zopár kuriozít z čias, keď na Slovensku prebiehal duálny obeh eura a koruny:



- » 18 vedierok plných mincí v hodnote viac než 100-tisíc korún priniesol na výmenu klient Slovenskej sporiteľne v žilinskom regióne
- » 8 000 50-haliernikov v debničkách od kyslej kapusty priniesla do pobočky VÚB banky pani z obchodu so zeleninou
- » 40 500 kusov desaťkorunových mincí priniesol na výmenu do pobočky VÚB prevádzkovateľ detských automatov. Pracov-

- níčka mince počítala tri hodiny a nabrala ich do 81 vreciek po 500 kusov
- » 100 kilogramov mincí priniesol klient do pobočky VÚB banky v cestovných taškách
- » V lavóroch, preprávkach na zeleninu aj škatuliach od kopírovacieho papiera nosili ľudia do bánk na výmenu korunové mince.
- » Aj neplatné 10 – a 20-halierové mince, talianske líry či tuzexové bony si ľudia prišli počas duálneho obehu vymeniť do bánk.
- » Škatuľu plnú neotvorených štatovacích balíčkov priniesol do NBS jeden podnikateľ. Neotvorené balíčky mu však nevzali, musel ich pootvárať a mince roztriediť.
- » Vlhké korunové bankovky priniesol na výmenu klient do Tatra banky s tým, že ich z bezpečnostných dôvodov ukrýval v studni.

- » Jednu slovenskú korunu si do Tatra banky prišla vymeniť klientka, ktorá potrebovala akútne uhradiť pohľadávku presne v tejto sume.
- » 565 ton alebo 114,5 milióna kusov slovenských obehových mincí doteraz zničili v NBS, čo je váha takmer 32 miliónov stavebných tehál.



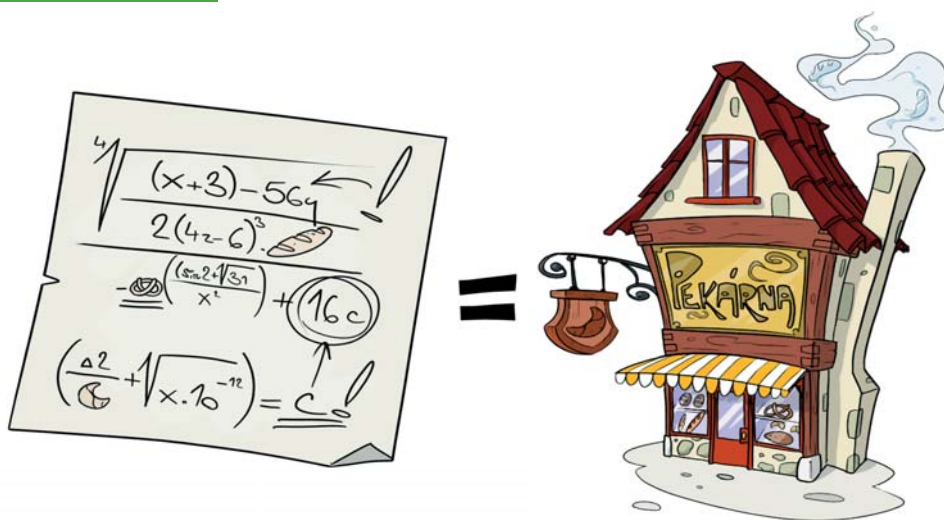
Jablečná směs



na výrobu chutného a zdravého pečiva s obsahem vlákniny a nenasycených mastných kyselin

- » všestranné použití
- » dlouhotrvající čerstvost a vysoká výživová hodnota hotových výrobků





Kolikrát jste si položili otázku, čím je utvářena úspěšná pekárna, lámali si hlavu při pohledu na frontu tvořící se u sousedova pekařství, přečetli spoustu chytrých knih? Kdyby však existoval vzorec zahrnující všechny faktory vedoucí zaručeně k úspěchu, byl by vyvážen zlatem. Zkusme si pro tentokrát jednoduše stoupnout před vlastní pekárnu či pekařství a nechme je na sebe působit.

Úspěšná pekárna – rovnice o několika neznámých... (?)

Pokud jste byli v Paříži, potažmo kdekoliv ve Francii, dáte mi za pravdu, že pekárna tvoří neodmyslitelnou součást města nebo vesnice a nechybí ani v těch nejzastřenějších koutech. Tato útulná prodejna, jejíž vůně přiláká každý den několik desítek lidí, se stala pro celou zemi její značkou – přidanou hodnotou, bez níž by Francie jistě ztratila část svého kouzla. Často bývá zachycena na fotografiích z dovolené. Je to místo, v němž se setkávají lidé, jejich zvyklosti a nálady, a pokud je propojena i s malou kavárnou, řeší se zde zevrubně záležitosti všedních i svátečních dnů. Někteří české pekárny se tomuto obrazu blíží a navíc si dokážou přitom uchovat svou českou autentičnost a s těmi francouzskými si v ničem nezadají.

Jak je vnímána prodejna:

Vůně:

Zkuste si představit prodejnu pečiva, která by nevydávala žádnou specifickou vůni, nebo by voněla například po lilích. Její provozovatel by si určitě nemusel dlouho lámat hlavou nad tím, proč mají ve srovnání se sousední pekárnou tak malý zisk. U prodeje pečiva je vůně jedním z prvních impulzů k nákupu. Podle výzku-

mu z roku 1999, který byl proveden na Rockefellerově univerzitě v New Yorku, průměrný člověk registruje a uchová v paměti 36% toho, co cítí, 5% toho, co vidí, 2% toho, co slyší a 1% toho, čeho se dotýká. Navíc podle psychologů se už takto zapamatovaná vůně nikdy nevymaže z mozku. Vůně právě upečeného pečiva je jedna z nejsnáze rozpoznatelných vůní a je jedním z prvních impulzů k nákupu.

Pekárny mají obrovskou výhodu, že vůně čerstvě upečeného chleba má schopnost přilákat spoustu lidí, včetně těch, kteří neměli návštěvu tohoto místa původně v úmyslu. Tato vůně je navíc jen málokomu nepříjemná, což se o jiných řici nedá. Pekárna, z níž se line po ulici vůně čerstvého chleba, má tak jednu z hlavních zbraní proti konkurenci.

Barvy:

Barvy jsou v životě člověka hodně důležité, a aniž si to sami uvědomujeme, dokážou do značné míry ovlivňovat momentální náladu a rozpoložení. Promlouvají k nám svým jazykem, a aniž bychom se museli tomuto jazyku učit, rozumíme mu. Není náhoda, že se barvy dělí na teplé a studené. Mají možnost místnost ochladit nebo naopak oteplít, a to nejen co

se týče subjektivního vnímání. S pekárnou a pečivem bývají spojovány teplé, přírodní barvy – hnědá, oranžová, žlutá. Tyto barvy jsou propojeny se sluncem, úrodou, navozují pocit radosti a optimismu, srdečnosti a otevřenosti. Hnědá v nás evokuje tradici, rodinu, jistotu a pořádek. V prodejně pak tyto barvy pomáhají dotvářet přirozenost výrobků a rozehrávají v mysli zákazníka příběh jejich výroby od sklizně pšenice až po vložení pečiva do sáčku. V pekárnách se mohou samozřejmě vyskytovat i jiné barvy – například zelená nebo červená, je však důležité, aby společně s vystaveným pečivem a doplňkovým sortimentem utvářely soulad a nebily se.

Otvírací doba:

Otvírací doba je spojena s životním stylem obyvatel dané oblasti a v případě pekárny může být dobrým marketingovým nástrojem. Zatímco v zemích Latinské Ameriky, kde se pozdě vstává, by pekárna otevřená v sedm hodin, přivítala jen pár návštěvníků, u nás by si jen málokterá dovolila otevřít později. Pokud chceme právě z brzké otvírací doby udělat naši výhodu, je dobré zdůraznit tuto skutečnost poutačem na dveřích. Například:

„Otevíráme pro Vás už v 5.59, abyste si u nás mohli dát svou první ranní kávu s koblíhou.“

Velmi brzká otvírací doba může mít i svůj význam v místech, kde je soustředěna spousta nočních podniků. Lidé, kteří si po celou noc vychutnávali kouzlo noční zábavy, jistě uvítají možnost dát si teplou kávu či čokoládu a zakousnout se do čerstvého pečiva ještě předtím, než se odeberou do svých domovů. Co se týká zavírací doby, lidé zůstávají v průměru déle v práci, než tomu bylo dřív. Proto je dobré, aby pekárny zvážily tuto situaci a upravily podle toho zavírací dobu.

Komunikace se zákazníky:

Této problematice se již podrobně věnovaly předešlé články Vlaštovky a nemělo by význam se o ní ještě více rozepisovat. Přesto je na místě zdůraznit nutnost informovanosti prodejců. Ti by měli přesně znát výrobky, které prodávají, jejich druh i složení a měli by umět o nich poskytnout dostatečné informace a poradit. Odpověď na zákaznickou otázku: „Co je uvnitř?“, by nikdy neměla být typu: „Jé, tak to já vám neřeknu, to opravdu nevím“. Správný prodejce by naopak měl umět přesně charakterizovat chuť výrobku a v případě, že nějaký výrobek chybí v nabídce, upozornit zákazníka na jiný, podobný.

Vlastnosti výrobků:

- » Křupavé – kůrka u housek, kůrka u baget, koblíhy
- » Kypré, lehké, nadýchané – piškotové pečivo, housky z kynutého těsta, koblíhy, vánočky
- » Křehké, jemné – pečivo z křehkého těsta, štola
- » Měkké, vláčné – perník, třený moučník
- » Jemné, drobivé – pečivo z listového těsta

Sladké, chutnající lehce sladce, ne moc sladké, bez cukru, karamelizující mandlová příchuť, s obsahem čokolády, lehce nakyslé, příchuť po ovoci, osvěžující ovocná příchuť, mírně aromatické, obzvlášť aromatické, kořeněné, pikantní, s obsahem alkoholu,

jemná máslová příchuť, s intenzivní příchutí oříškovou, mandlovou, marcipánovou, medovou, nugátovou, skořicovou, anýzovou, citronovou.

Cedule, štítky, poutače:

Různorodé cedulky mají význam jak informativní (informace o prodejní době, specializovaných akcích, cenách, hmotnost), tak i dekorativní, čímž dotváří charakter prodejny. Slouží jako psaná komunikace mezi prodejnou a zákazníkem. V pekárně je můžeme rozdělit na venkovní a vnitřní. Pokud mají tyto cedule jednotný styl označení, prodejna získává body navíc. Velice efektivně působí nápisy psané křídou na tabuli, neboť to v nás evokuje dojem přirozenosti a srdečnosti.



Venkovní – Pouhé označení „Pekárna U Rohlíku“ nad vchodem už nestačí. Lidé si spíš všimnou tabule, která je nakloněná do ulice, nebo případně nápisů na výloze. Ať už je na ní ilustrativně zobrazeno samotné pečivo nebo informace o nabídce pekárny a jejich specialitách, dokáže do pekárny, společně s vůní, nalákat lidi procházející se ulicí.

Visačky na dveřích – Měly by na nich být uveřejněny nejaktuálnější informace (dovolená, zkrácení – prodloužení otvírací doby), současně ale můžeme využít této plochy jako pozvánky na různé akce spojené s provozem, například: „Po celý týden v nabídce typické francouzské pečivo. Prodáváme velikonoční jidáše“. Navíc je na tomto místě prostor poděkovat návštěvníkům za návštěvu pekárny: „Děkujeme Vám za Vaši návštěvu“ atd.

Štítky u výrobků – Ze zákona je povinnost udávat u výrobku název, hmotnost a cenu. Správné a jednoznačné pojmenování



zrychlí a usnadní komunikaci mezi prodávacem a zákazníkem. Nebude docházet k situacím typu: „Dejte mi prosím tam tu koblíhu s marmeládou, jak máte vzadu nad tím koláčem... ne tu vedle... aha, tak vy říkáte že je čokoládová“... atd.

Nabídkové tabule – Ty poslouží v případě, že není možné vystavit všechno zboží. Bývají využívány zvláště v situacích, kdy je pekárna spojena s posezením a servisem nápojů a teplého občerstvení. Zákazník si tak rychle všimne celého sortimentu a rozhodne se, na co má momentálně chuť, aniž by byl omezený jen tím, co vidí.

Podpora prodeje:

V dnešní době jsou lidé zvyklí na to, že si většinu zboží mohou koupit se slevou, nebo naopak dostat něco navíc. Pekárny zatím tohoto nástroje využívají jen okrajově a spíš se omezují jen na krátkodobé zlevnění výrobků, které chtějí dostat do povědomí zákazníků. V pekárně mohou posloužit níže uvedené marketingové nástroje:

- » Věrnostní karty, kdy zákazník například za každých 200 utracených korun v prodejně dostane slevu na další nákup nebo na nějaké výrobky.
- » Akce typu 3 za 2, 4 za 3 a pod. – zákazník si koupí tři koláčky a čtvrtý dostane zdarma
- » Pravidelné, různorodé ochutnávky
- » Sezónní zboží
- » Speciální balíčky – například snídaněvé menu, kdy si zákazník za jednotnou cenu může vybrat teplý nápoj, džus a nějaký pekařský výrobek
- » Soutěže

Nejen že zákazník bude v naší prodejně instinktivně utrácet víc, ale naopak si tímto můžeme zajistit, že se bude vracet.

*potažmo – případně, respektive
zevrubně – podrobně, detailně*

Pekařský kvíz

Správné odpovědi zasílejte do 30. 4. 2009 prostřednictvím e-mailu nebo pošty.

Výherkyní pekařského kvízu z minulého čísla, která jako cenu obdržela dárkový poukaz na libovolný pobyt nebo proceduru v Priesnitzových lázních Jeseník v hodnotě 1 000 Kč se stala: Miroslava Petrášová (Bruntál) **Gratulujeme!**

Česká republika:**1. e-mail**

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

2. pošta

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

AdMark, s.r.o.

Pavlaína Pátíková

Na Bystřičce 740/26

772 00 Olomouc

Slovenská republika:**1. e-mail**

Správné odpovědi s přesnými kontaktními údaji posílejte na adresu: zbo@lesaffre.sk, předmět: vlaštovička_kvíz

2. pošta

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

Lesaffre Slovensko a.s.

Južná trieda 74

040 01 Košice

BĚHEM CELÉHO ROKU 2009 MÁTE MOŽNOST SOUTĚŽIT S NAŠÍM PEKAŘSKÝM KVÍZEM O ZÁJEZD PRO 2 OSOBY DO ALP.

Ze všech došlých správných odpovědí z pekařských kvízů uveřejňovaných v jednotlivých číslech Vlaštovičky bude na konci roku 2009 vylosován výherce, který získá zájezd do Alp pro 2 osoby.

V roce 2009 vyjdou čtyři čísla Vlaštovičky, takže každý úspěšný luštitel může být do slosování zařazen až čtyřikrát – vždy jednou za každé číslo Vlaštovičky, pokud správné odpovědi na všechny otázky, jak české tak i slovenské, z jednotlivých čísel odešle buď poštou nebo e-mailem na výše uvedené kontakty. Do slosování budou zařazeni i ti, kteří správně odpoví na všechny otázky, například pouze v jednom nebo dvou případech třech číslech Vlaštovičky.

Soutěže se mohou zúčastnit všichni zákazníci společností Lesaffre Česko a Lesaffre Slovensko.

Výhru nelze vymáhat právní cestou.

NAVÍC ZE SPRÁVNÝCH ODPOVĚDÍ Z KAŽDÉHO ČÍSLA VLAŠTOVIČKY VYLOSUJEME JEDNOHO VÝHERCE, KTERÝ ZÍSKÁ ZAJÍMAVOU CENU.

V tomto čísle máte možnost získat dárkový poukaz na nákup v obchodním řetězci TESCO v hodnotě 1 000 Kč.

1. Aká látka sa skrýva pod kódem E220?

- a/ Oxid siričitý
- b/ Siročitan vápenatý
- c/ Kyselina benzoová

2. Vo väčšine práškových zlepšujúcich prípravkov sa ako nosič účinných látok používa:

- a/ Voda
- b/ Múka
- c/ Amyláza

3. Od ktorého dátumu už neplatí duálny obeh slovenskej koruny a eura?

- a/ 1. januára 2009
- b/ 16. januára 2009
- c/ 10. januára 2009

4. Ktorý známy slovenský spevák vystúpil na Pekárskom kongrese 2008?

- a/ Peter Cmorík
- b/ Miro Žbirka
- c/ Pavol Hammel

5. Který z následujících výroků je nepravdivý:

- a/ Mezi zlepšujícími přípravky se dají nalézt i takové, které splňují všechny podmínky k tomu, aby získaly označení BIO.
- b/ Všechny zlepšující přípravky jsou složeny z „éček“, a tudíž jejich používání ohrožuje zdraví.
- c/ Zlepšující přípravky jsou podrobeny velké škále testů a musí bezpodmínečně splňovat legislativní limity dané zemí.

6. Jaká je hlavní surovina používaná v Evropě pro výrobu pekařského droždí?

- a/ melasa z cukrové řepy
- b/ melasa z cukrové třtiny
- c/ zelený sirob

7. Ve kterém roce došlo ke změně obchodního názvu pobočky Lesaffre na Slovensku na současný název Lesaffre Slovensko?

- a/ 1999
- b/ 2004
- c/ 2006

Pomůcka: Správné odpovědi na všechny otázky kvízu naleznete v článku uvnitř tohoto čísla Vlaštovičky.



**Záruka dlouhé
trvanlivosti a optimální
čerstvosti vašeho
baleného pečiva!**

➔ **originální zlepšující přípravek kombinující
prodlouženou trvanlivost se zárukou
optimální čerstvosti baleného pečiva
(toustový chléb, večky,...)**

➔ **patentovaný koncept bez použití
konzervačních látek**

➔ **záruka kvality
baleného pečiva
po celou dobu
trvanlivosti**

**XtendLife® M**

*je řešením pro zajištění
dlouhotrvající čerstvosti
a optimální konzistence vašeho
baleného pečiva po celou dobu trvanlivosti!*

Leták s podrobnými informacemi na www.lesaffre.cz

Obchodní tým Lesaffre Česko



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



Josef Felgr
vedoucí prodeje – pekárny
(Čechy)

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



Zdeněk Řehák
pekář – technolog
(kraj Zlínský, Jihomoravský)

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



Jan Pavlů
pekář – technolog
(kraj Pardubický, Olomoucký,
Moravskoslezský)

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



Zdeněk Böhml
pekář – technolog (kraj Karlo-
varský, Plzeňský, Středočeský,
Jihočeský)

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



Jan Krieger
pekář – technolog
(kraj Liberecký, Karlovarský,
Středočeský, Ústecký)

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



Lubomír Halaška
pekář – technolog
(kraj Vysočina, Středočeský,
Jihočeský)

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



Eduard Tóth
výkonný ředitel

tel.: + 421 (0)55/72 01 061-2
e-mail: eduard.toth@lesaffre.sk



Lukáš Janáč
produktový manažer

tel.: +421 (0)33/55 33 990
mobil: +421 (0)903 618 828
e-mail: janac@lesaffre.sk



Zuzana Bobáková
marketingový pracovník

tel.: +421 (0)55/72 01 061
mobil: +421 (0)903 256 414
e-mail: zbo@lesaffre.sk



Erika Karlíkova
obchodný zástupca
západné Slovensko

tel.: +421 (0)33/55 33 990
mobil: +421 (0)903 618 063
e-mail: karlikova@lesaffre.sk



Richard Kozár
obchodný zástupca
východné Slovensko

tel.: +421 (0)55/72 01 065
mobil: +421 (0)903 497 786
e-mail: kozar@lesaffre.sk



Katarína Zemančíková
pekár – technolog
stredné Slovensko

tel.: +421 (0)33/55 33 990
mobil: +421 (0)903 618 003
e-mail: zemancikova@lesaffre.sk



Štefan Tóth
pekár – technolog
stredné Slovensko

tel.: +421 (0)33/55 33 990
mobil: +421 (0)903 618 810
e-mail: sto@lesaffre.sk



Miroslav Keseg
pekár – technolog
západné Slovensko

tel.: +421 (0)33/55 33 990
mobil: +421 (0)903 618 036
e-mail: keseg@lesaffre.sk



Peter Kollár
pekár – technolog
východné Slovensko

tel.: +421 (0)55/72 01 065
mobil: +421 (0)903 269 975
e-mail: kollar@lesaffre.sk

Obchodný tím Lesaffre Slovensko