

Orzechy chrupią  
najsmaczniej

Krem maślany  
i biszkopt pod lupą

Tortowe uniwersum  
Beaty Siedleckiej

## Włoskie rzemiosło i polska fantazja

Julia Veenenbos i Patryk Kozioł, Perla di Gelato,  
zwycięzcy Gelato Poland 2026



# Viands®

Szkolenia z nowoczesnego lodziarstwa opartego na włóknach roślinnych. Zapraszamy. Szkolenia prowadzi Julia Veenenbos, Mistrzyni Polski Gelato Poland 2026.

**W naszej ofercie znajdują Państwo między innymi:**

- Błonnik do stabilizacji lodów firmy Essenza
- Pastę pistacjową 100% z Sycylii
- Pastę z orzechów laskowych z Piemontu IGP
- Sosy, kremy, wariegatury z krótką etykietą
- Syrop klonowy o intensywnym smaku, do zastosowań cukierniczych
- Mąkę i płatki z kasztanów
- Żurawinę w wielu postaciach
- Tahini klasyczną i z czarnego sezamu
- Soki Sam Sok w małych szklanych butelkach

i wiele innych

**OFERUJEMY  
SMAKOWITE PRODUKTY  
DO LODZIARNI, KAWIARNI  
I PIEKARNI**

**Część naszej oferty można znaleźć na stronie [prysmaki.pl](https://prysmaki.pl)**

W celu uzyskania pełnej oferty B2B zapraszamy do kontaktu:  
[mail@viands.pl](mailto:mail@viands.pl) | tel. 48 664 59 90

PIJ



LODY



WAFLE



SHAKE



BAZY DO LODÓW



PASTY OWOCOWE

# Lody, gofry, desery...

SŁODKO... CHRUPIĄCO... IDEALNIE !!!



GRANITY



allegro

hurtownia\_plus\_\_

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

ul. Tuwima 98, 90-031 Łódź

tel. (42) 674 13 22

www.plus.biz.pl

zamowienia@plus.biz.pl

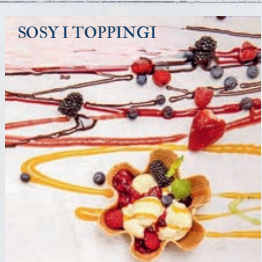
**ZAOPATRZENIE CUKIERNI, PIEKARNI  
LODZIARNI I GASTRONOMII**



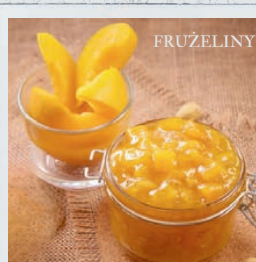
POP & JOY



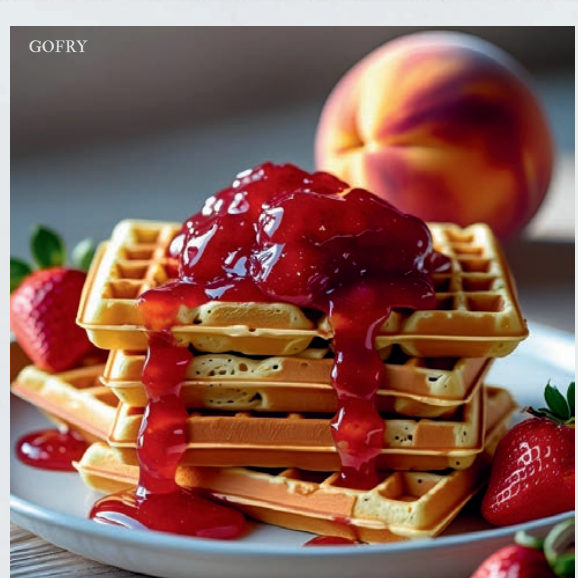
PIANKI, BEZY, LENTYLKI,  
PAŁECZKI, MACZKI



SOSY I TOPPINGI



FRUŻELINY



GOFRY

# Kwiecień *smakuje* początkiem



**C**hoć rok zaczyna się pierwszego stycznia, prawdziwy reset w naszej branży przychodzi właśnie teraz. Po targowym maratonie, po dziesiątkach rozmów, inspiracji i notatek zapisywanych naprędce między jednym stoiskiem a drugim, nastaje moment prawdy. Już nie tylko oglądamy – wreszcie zaczynamy działać. Testować. Wdrażać. Rzykować.

Bo wraz ze słońcem wraca coś jeszcze. Ruch. Energia. I... decyzje klientów podejmowane przy ladzie.

Sezon lodowy oficjalnie rusza. Maszyny wchodzą na wyższe obroty, witryny nabierają koloru, a pierwsze kolejki stają się sprawdzianem. Nie tylko z receptur, ale też z odwagi. Bo pytanie, które wraca co roku, wcale nie jest takie proste: czy naprawdę mamy czym zaskoczyć? Dlatego na naszej okładce pojawiają się zwycięzcy Gelato Poland 2026. Ludzie, którzy wiedzą, że lody nie wybacząją półśrodków. Tu nie ma miejsca na „wystarczająco dobrze”. Jest rzemiosło, precyzja, wiedza i wycucie. A efekt? Trwa dokładnie tyle, ile jedno spojrzenie klienta i jedna łyżeczka. Reszta zostaje w pamięci – i buduje reputację.

Ale kwiecień w „Mistrzu Branży” to nie tylko zimne witryny i gorące premiery smaków.

To także początek sezonu tortowego. Komunie, śluby, uroczystości – kalendarze zaczynają się wypełniać. A my bierzemy pod lupę tort. Najpierw biskopt: jego strukturę, napowietrzenie i proporcje. Bo to właśnie tam zaczyna się wszystko. Przyglądamy się też kremowi maślanemu – temu, co wydaje się proste... dopóki nie spróbujemy zrobić tego naprawdę perfekcyjnie. Zwłaszcza dziś, gdy wraca do łask razem ze stylem Lambeth cake.

I niezależnie od tego, czy kręcimy pierwsze lody w sezonie, składamy tort na wielkie wydarzenie, czy dopracowujemy recepturę, którą znamy od lat – za każdym razem zaczynamy trochę od nowa. Z większym doświadczeniem, ale też z większą odpowiedzialnością za efekt.

Może właśnie to jest najważniejsze. Nie sam początek, ale decyzje, które podejmujemy chwilę po nim. To one budują jakość. A jakość – jak wiemy – nigdy nie jest przypadkiem.

Życzymy Wam inspirującej, uważnej i po prostu smacznej lektury tego wydania.

Redakcja Mistrza Branży

Seria UF

# Robi dobrą robotę.

Zmywarka do garnków i przyrządów kuchennych.



W WINTERHALTER.PL

Gdy mycie staje się wyzwaniem, Seria UF firmy Winterhalter jest idealnym rozwiązaniem. Solidna konstrukcja. O ogromnej mocy. Innowacyjne cechy, doskonałe rezultaty zmywania i maksymalna higiena. Odpowiednia do różnorodnych zmywanych naczyń dzięki wyborowi trzech rozmiarów maszyn. Jesteś piekarzem, masarzem czy gastronomem, który zmywa naczynia w ekstremalnych warunkach? UF to profesjonalna zmywarka dla Ciebie.

## Redakcja i Marketing

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

## Natalia Aurora Urbanek

P.O. Redaktor Naczelnej  
aurora@MistrzBranzy.pl  
+48 605 628 326

## Beata Sitarz

Menadżer Produktu  
sitarz@MistrzBranzy.pl  
+48 881 610 668

## Agnieszka Mrukowicz

Menadżer Produktu  
mrukowicz@MistrzBranzy.pl  
+ 48 881 610 669

## Wydawnictwo Grupa 69

ul. Klimczoka 9  
40-857 Katowice

## Redaktor Techniczny

Przemysław Ścierański  
p.scierański@MistrzBranzy.pl

## Dział Prenumeraty i Kolportażu

prenumerata@MistrzBranzy.pl  
+48 881 610 668

## Korekta

Iwona Guzik

## DTP

Patrycja Krzemiń, Krzemiń Projekt

## Zdj. na okładkę

Edward Trzeciakiewicz,  
Good Lookin Food Photography

## konto bankowe

27 1140 2004 0000 3502 8222 7728

[www.MistrzBranzy.pl](http://www.MistrzBranzy.pl)

Wszelkie prawa zastrzeżone.

Żaden z utworów zawartych w czasopiśmie (w całości ani w części) nie może być bez pisemnej zgody Wydawcy wykorzystany lub użyty na jakimkolwiek polu eksploatacji, w tym nie może być w jakikolwiek sposób powielany ani rozpowszechniany (w tym w formie elektronicznej, przez digitalizację, publikację i rozpowszechnianie w Internecie). Wykorzystanie utworów bez zgody podlega odpowiedzialności prawnej.

Redakcja nie ponosi odpowiedzialności za treść reklam i ogłoszeń. Redakcja nie zwraca materiałów niezamówionych oraz zastrzega sobie prawo do skracania i adiacji tych tekstów oraz zmiany ich tytułów.

Wszelkie znaki firmowe i towarowe oraz zrzuty ekranowe są zastrzeżone przez ich właścicieli i zostały użyte wyłącznie w celach informacyjnych. W czasopiśmie wykorzystano zdjęcia przesłane przez autorów oraz z serwisów: 123RF, iStockphoto, Stock.XCHNG



Lodziarska perełka

8

Rodzynek  
w świecie tortów

20

## Spis treści

### Rozmowa Mistrza Branży

Z garażu po mistrzowski puchar. Perla di Gelato – tu lody bronią się smakiem – rozmowa z Julią Veenebos oraz Patrykiem Koziotem.....	8
Smocza siła zakłęta w cukrze – rozmowa z Beatą Siedlecką.....	14
Szyfrowe prace – rozmowa z Arturem Felkelem .....	20

### Mistrz produkcji

Krem maślany w nowoczesnym cukiernictwie – między rzemiosłem a technologią.....	26
Jak poranny positek stał się fundamentem oferty piekarni i gastronomii.....	30
Od „Pani Ciasteczkowej” do własnej marki.....	34
Tutorial piernik komunijny .....	38
Chrup i tańcz – jak Rogalove zamienia deser w doświadczenie.....	40
Kostka cappuccino z karmelem.....	44
MIWE – siła marki, która rośnie razem z piekarnictwem.....	46
Nauka o talerzu .....	48
Glasbord® na ściany i sufity.....	51



Krem do zadań specjalnych

26



Szablony czynią cuda

34



Twardy i smaczny orzech

52

W orzechowym klimacie .....	52
Popiernicz z Hafcianeczką .....	58

## Mistrz zarządzania

Wiosenny sprint w piekarni .....	60
Specjalizacja to nie wybór. To konsekwencja skali i odpowiedzialności .....	62
Filozofia Rzemieślnika .....	64
Branżowe Centra Umiejętności – nowy wymiar doskonalenia zawodowego .....	66

## Flesh news

Sweettargi 2026 .....	69
III Konkurs Chlebem Pachnący .....	70
III Niezależny Konkurs Łódzki – Gelato Poland .....	71
V Mistrzostwa Polski na Pralinę .....	72
Master Baker 2026 .....	73
Gelato Festival – World Masters .....	74
Konkurs Piernika .....	75

## PARTNERZY WYDANIA

Bunge .....	33
Branżowe Centrum Umiejętności w Wieluniu .....	66
Carotex/Pollena Aroma .....	27
Geth .....	46
Kandy .....	39, 44
Lesaffre .....	IV okt.
Okmet .....	45
Plus .....	13
Ros-Sweet .....	55
Sarana .....	51
Sono Design .....	62
Szablony Kulinarne Anety .....	37
Targi Bakery Tech Poland /Drink Tech .....	19
Targi Warsaw Sweet Tech .....	25
Ulma Packaging Polska .....	43
Viands .....	II okt., 74
Winterhalter .....	5, 60

# Z GARAŻU PO MISTRZOWSKI PUCHAR. *PERLA DI GELATO* O LODACH, KTÓRE BRONIĄ SIĘ SMAKIEM

---

ZACZEŁO SIĘ OD TESTÓW NA MAŁEJ MASZYNI I DZIESIĄTEK PRÓB, A SKOŃCZYŁO TYTUŁEM MISTRZOWSKIM I CORAZ WYRAŹNIEJSZYM MIEJSCEM NA LODZIARSKIEJ MAPIE POLSKI. O TYM, DLACZEGO W GELATO NIE DA SIĘ OSZUKAĆ SKŁADU, JAK WYGRYWA SIĘ KONKURS POD PRESJĄ CZASU I CZEMU LUDZIE JEDZĄCY LODY TO PO PROSTU SZCZĘŚLIWI LUDZIE, OPOWIADAJĄ TWÓRCY PERLA DI GELATO I ZWYCIĘZCY TEGOROCZNEJ EDYCJI GELTO POLAND **JULIA VEENENBOS** ORAZ **PATRYK KOZIOŁ**.



■ Rozmawiała:  
**Natalia Aurora Urbanek**

**Natalia Aurora Urbanek:** Od kiedy zajmujecie się lodziarstwem? Jak znaleźliście się w tej branży?

**Julia Veenenbos:** W biznesie lodowym działam niespełna 5 lat. Zaczęło się niewinnie, od podjęcia próby wprowadzenia na polski rynek nowych marek półproduktów: Toschi i Essenza. Bardzo szybko poczułam, że aby móc zapewnić profesjonalną sprzedaż i obsługę klienta na najwyższym poziomie tak technologicznie nowoczesnych produktów, jak na przykład włókna roślinne, potrzebuję gruntownej wiedzy. Zaczęłam inwestować w wiedzę, w rozwój poprzez merytoryczne i intensywne szkolenia, zarówno w Polsce, jak i we Włoszech.

Wtedy odkryłam, że kręcenie lodów, wymyślanie receptur, odkrywanie smaków to może być mój pomysł na życie i biznes. Uwielbiam to robić, uszczęśliwiać ludzi pysznymi lodami. Bo przecież ludzie, którzy jedzą lody, to szczęśliwi ludzie.

 Perla di Gelato  
Lody premium z włoską duszą



FOT. EDWARD TRZECIAKIEWICZ. GOOD LOOKIN FOOD PHOTOGRAPHY

*PREMIUM TO NIE TYLKO NAJWYŻSZEJ JAKOŚCI SKŁADNIKI ALE TAKŻE NASZA ENERGIA, CZAS, SERCE, WKŁAD PRACY I CIĄGŁE DOSZKALANIE SIĘ W POSZUKIWANIU NOWYCH SMAKÓW I TECHNICZNEJ DOSKONAŁOŚCI.*



#### **Czy w Perla di Gelato pracujecie razem?**

**Julia:** Marka Perla di Gelato jest bardzo młoda. Stworzyliśmy ją dosłownie rok temu, ale jest efektem setek godzin spędzonych na testach na malutkiej maszynie w garażu. Kręciłam bardzo dużo lodów, a Patryk i Kasia (bo Perla di Gelato to trio) byli jednymi z pierwszych, niezwykle zaangażowanych testerów. Prywatna znajomość przerodziła się w plany biznesowe, plany w realizację i tak zaczynamy swój drugi sezon lodowy z pucharem mistrzowskim w ręku. Każdy ze wspólników/założycieli ma własny obszar odpowiedzialności, uzupełniamy się i dopingujemy.

Wychodzi na to, że, podobnie jak Apple czy Google, jesteśmy jedną z tych firm, które powstały w garażu (*śmiech*)!

**Patryk Koziół:** Moje doświadczenia zawodowe są merytorycznie zdecydowanie bliżej Apple i Google niż branży lodowej. Widać jednak, że doskonalone przez lata umiejętności, w tym organizacyjne, są bardzo uniwersalne i sprawdzają się także tutaj. Myślę, że właśnie dzięki dużej dywersyfikacji doświadczeń, umiejętności oraz specjalizacji w wybranych obszarach w zespole nasza młoda marka działa bardzo sprawnie i niezwykle szybko się rozwija.

#### **Co było najtrudniejsze podczas konkursu?**

**Julia:** Najtrudniejsza, najbardziej wymagająca była dla mnie presja czasu. I towa-

rzysząca jej niepewność, czy uda się zrealizować założony plan. To był jeden z tych aspektów, które pokazały, jak niezwykle ważna jest praca w zespole. Opanowa-

nie Patryka, przejęcie przez niego odpowiedzialności, w tym za pilnowanie czasu, i jasny sposób komunikacji przełożyło się na doskonałą organizację pracy i pozwoliło uporać się z wyzwaniem.

**Patryk:** Dla mnie wszystko było zupełnie nowym i świeżym doświadczeniem. Pierwsze w życiu mistrzostwa, dookoła kamery, do tego zawodowcy z branży, patrzący na każdy twój ruch. Dosłownie wszystko jawiło się jak jedna wielka niewiadoma, to był dla mnie chyba najtrudniejszy aspekt konkursu. Szczerze mówiąc, najmniej obawiałem się o same lody. Znam Julię, więc wiedziałem, że jeśli tylko czas i presja nas nie pokonają, to lody na 100% obronią się smakiem i jakością.

#### **Co zaważyło o Waszym zwycięstwie? Za co zebraliście najwięcej pochwał i punktów?**

**Patryk:** Niewątpliwie najważniejszy był produkt – lody. Ich smak, skład, konsystencja, autorski pomysł na „ogranie” tematu. Myślę jednak (i takie słowa usłyszeliśmy od jury), że równie mocno doceniono współ-





pracę w zespole – nasze zgranie, organizację pracy, czystość i komunikację.

**Na ile w takim konkursie wygrywa smak, a na ile koncepcja i storytelling? Czy w jakiś sposób przygotowawaliście się, trenowaliście do konkursu?**

**Patryk:** Te mistrzostwa są szczególnym konkursem, do którego nie sposób się konkretnie przygotować. Nie wiadomo, jakie składniki będą dostępne, jaki wylosujemy temat. To bardzo wymagające, mocno weryfikuje prawdziwe umiejętności. Liczy się to, co już masz wypracowane, elastyczność doboru składników, kreatywność, umiejętność pracy pod presją czasu.

W zasadzie jedyne, co zrobiliśmy przed startem, to podzieliliśmy się zadaniami tak, żebyśmy wiedzieli, kto i za co będzie odpowiedzialny. Naprawdę nic więcej!

**W Perla di Gelato stawiacie na włoskie receptury i czyste składniki – jak to się przekłada na konkursowe „wow”?**

**Julia:** To, co robimy w Perla di Gelato, to, co pokazaliśmy w konkursie, jest prawdziwe. Prawdziwe lody, prawdziwe smaki, prawdziwe zaangażowanie, no i prawdziwe produkty. Okazuje się, że autentyczność, szczerłość i uczciwość się sprawdza – czy w biznesie, czy w konkursie.

**Czy jest smak, którego baliście się użyć, a który finalnie okazał się strzałem w dziesiątkę?**

**Julia:** Był moment, gdy się zawahałam. Mocno się zastanawiałam, czy dodawać pastę z orzechów ziemnych do ganache'u z ciemnej czekolady. Czy nie przesadzę... Chciałam



jednak, żeby wszystkie trzy wylosowane i zadane nam konkursowe smaki były niezwykle wyraźne, bardzo „obecne”.

Ser był mocno wyczuwalny w lodach, ponieważ mogłam użyć swojego ulubionego i sprawdzonego serka do sushi z Piątnicy. Czekolada miała być obecna w ganache'u i pod postacią kakaowej kruszonki. Brakowało wyraźnego zaznaczenia smaku orzecha. Finalnie dodanie pasty do ganache'u okazało się bardzo dobrym pomysłem!

**Jak wygląda proces tworzenia nowego smaku – od pomysłu do kuwety?**

**Jakie smaki i jakie lody, desery lodowe cieszą się największą popularnością w Waszej lodziarni?**

**Julia:** Inspiracja jest wszędzie, więc szukam jej wszędzie. Obserwuję polskie i zagraniczne konta lodziarzy i cukierników, patrzę na nowe połączenia smaków, inspirowane

się też klasycznymi deserami. Jestem dumna, że mamy w Polsce mnóstwo młodych, bardzo zdolnych kucharzy i cukierników. Podglądam, co robią, bo mają niezwykłą wyobraźnię, cechuje ich też brak kulinarynych zahamowań.

Najpopularniejszym smakiem zeszłego sezonu zdecydowanie i bezapelacyjnie była pistacja w stylu dubajskim. Szczerze mówiąc, wcale nie widać, żeby ten trend wygasał, chociaż klasyczna śmietanka też ma się świetnie.

Gdy tworzę nowe lody, szczególnie oparte na istniejącym produkcie (jak czekolada dubajska), to zawsze zastanawiam się nie tylko nad smakami per se, ale też nad tym, co jest ważne w doświadczeniu jedzenia tego produktu. Przykładowo, jedzenie czekolady dubajskiej to dla mnie doświadczenie mocno zmysłowe. Bierze w nim udział nie tylko zmysł smaku,

ale i dotyku czy słuchu – przełamywanie czekolady, to charakterystyczne chrupnięcie prawidłowo zatemperowanej tabliczki... Dlatego w naszych lodach tak ważne są kawałki chrupiącej czekolady. Chcemy podobnego, zmysłowego doświadczenia przy lodach.

**Czy konkursy branżowe realnie zmieniają biznes lodziarni – czy to bardziej prestiż niż sprzedaż?**

**Patryk:** Zobaczymy! Mogę Ci opowiedzieć za rok. Oczywiście, mamy nadzieję, że wygrana przełoży się na sprzedaż, bo zwycięstwo w konkursie jest potwierdzeniem naszych umiejętności i sztuki. Być może w ten sposób więcej osób do wiedziało się o Perla di Gelato.

**Co dziś naprawdę definiuje „premium gelato”? Jaka jest Wasza definicja idealnych lodów rzemieślniczych?**

**Julia:** Nie wiem, czy w ogóle możemy mówić o czymś takim jak idealne lody. W każdym zakątku świata, również w Polsce, gusta są bardzo różne. Niektórzy lubią bardziej kremowe lody, inni mniej; niektórzy słodsze, inni mniej...

Nasze premium gelato definiuje bardzo wysoka sucha masa, która nadaje lodom „pełności” i „kremowości”. Dbamy także o odpowiednią siatkę cukrów, a składniki smakowe są bardzo wysokiej jakości.

To naprawdę są lody rzemieślnicze, w każdym znaczeniu tego słowa – prawie wszystkie smaki produkujemy sami dosłownie od zera – karmelizujemy cukry, gotujemy owocowe variegato (za wyjątkiem amareny, pomarańczy i marakui), pieczemy kruszonki czy palimy masło. Premium oznacza nie tylko najwyższej jakości składniki, ale także naszą energię, czas, serce, wkład pracy i ciągłe doszkalanie się w poszukiwaniu nowych smaków i technicznej doskonałości.

**Jak zmienia się polski klient? Jesteśmy już gotowi na odważniejsze smaki? Czy szukacie jakiejś nowinki smakowej i lodziarskiej do oferty na ten sezon?**

**Patryk:** Nasz klient jest tradycjonalistą z twistem. Z jednej strony bardzo lubi klasyczne smaki, ale jest też niezwykle otwarty na nowości. Przykładowo, widzimy nowy,



wyraźny trend smaków azjatyckich. Matcha jest coraz bardziej docenianym i lubianym smakiem, podobnie owoce egzotyczne, infuzje kwiatowe czy ziołowe. Tak naprawdę nad nowościami pracujemy cały czas! U nas smaki rotują, są też zależne od pogody i sezonu, oczywiście.

**Jakie trendy Was ekscytują, a jakie uważacie za przereklamowane? Czy jak był boom na dubajską czekoladę, mieliście ją również w ofercie?**

**Patryk:** Trendy są zależne od rodzaju klienta lodziarni. My mamy prawdziwą rzeszę wiernych fanów pistacji w stylu dubajskim, myślę więc, że pozostanie ona z nami na długo. Widzę też wyraźnie, że trend wegański powoli się wycisza, natomiast jest wiele zapytań o lody wysokobiałkowe czy bez dodatku cukru.

**Gdybyście mieli opisać swoje podejście do lodów jednym zdaniem – jak by ono brzmiało?**

**Julia:** Może odważnie, ale prawdziwie, czyli: „shit in – shit out”. Nie da się wyprodukować wysokiej jakości produktu bez wysokiej jakości składników.

**Co najbardziej lubicie i cenicie w tej pracy? Co Was najbardziej wciąga: proces, efekt czy reakcja ludzi?**

**Julia:** Ludzie. Ich zachwyt, reakcja, lodowe szczęście to coś, co jest najbardziej karmiące i nadaje sens tej pracy. Cenimy to, że nasi klienci wracają, słuchamy uważnie ich sugestii. Tak właśnie powstał jeden z popularniejszych sorbetów zeszłego se-

zonu. Jednemu z naszych klientów marzyły się lody rokitnikowe. Nie byłam do tego przekonana, przyznając, ale zaufałam, spróbowałam i wyszedł wspaniały sorbet, po który wraca i dopytuje mnóstwo osób.

**Kto Was ukształtował: mistrzowie włoskiego gelato czy własne doświadczenia?**

**Julia:** Najmocniej ukształtowało mnie dwóch włoskich mistrzów, którym jestem ogromnie wdzięczna za poświęcony czas i niezwykłą cierpliwość. Antonio Iazzetta – założyciel marki Essenza Gelato i Luca Musolesi – gelato expert.

Antonio nauczył mnie czegoś, czego nie da się przecenić: jak robić lody z sercem. Luca natomiast pokazał, jak koncentrować się na aspektach technicznych, składnikach, ich działaniu. Połączenie tych dwóch aspektów, tych dwóch podejść do kręcenia lodów, pozwala mi odnaleźć własny złoty środek.

**Jaki smak najlepiej opowiada Waszą historię jako duetu? Gdybyście mieli stworzyć gelato inspirowane Polską – co by się w nim znalazło?**

**Patryk:** W konkursie wystąpiliśmy jako duet, ale przecież Perla di Gelato to trio. Myślę, że naszą historię najlepiej opowiada smak, który również stworzylibyśmy pod gelato inspirowane Polską. Byłyby to... lody z buraków. Nieoczywiste, na pozór niepasujące, ale pokazujące fantazję, poczucie humoru i miłość do najlepszych składników, prosto z polskiej ziemi.

**I najważniejsze: co dalej po takim zwycięstwie – spokój czy jeszcze większy apetyt na dalsze konkursy?**

**Julia i Patryk:** Nie wykluczamy udziału w innych konkursach, ale naszym pierwszym i najważniejszym priorytetem jest robienie najlepszych lodów w Polsce. Natomiast z pewnością pojedziemy do Rimini w styczniu 2027 roku, na europejskie kwalifikacje do Gelato World Cup. Trzymajcie kciuki, proszę!

Tymczasowo, mamy nadzieję, że pogoda w najbliższym sezonie będzie bardziej sprzyjająca niż w zeszłym roku, czego sobie i wszystkim innym lodziarzom w całej Polsce najmocniej życzymy!



# PRZEKĄSKI MAŁE PRZYJEMNOŚCI, WIELKIE ZNACZENIE

W codziennym biegu coraz częściej sięgamy po coś „na szybko”. Przekąski przestały być jedynie dodatkiem między posiłkami – dziś stanowią ważny element naszej diety, stylu życia, a nawet... sposobu spędzania czasu. Jak wybierać mądrze i co warto mieć pod ręką?

**Przekąski – więcej niż tylko „coś na ząb”.** Jeszcze kilkanaście lat temu przekąski kojarzyły się głównie z chipsami czy batonami. Dziś ich definicja znacząco się zmieniła. Coraz częściej wybieramy produkty, które nie tylko smakują, ale też dostarczają wartości odżywczych. Dobrze dobrana przekąska:

- dodaje energii między posiłkami,
- zapobiega nagłym spadkom cukru,
- poprawia koncentrację,
- może wspierać zdrowe nawyki żywieniowe.

**Wytrawne przekąski** to idealny wybór zarówno na szybki lunch, jak i spotkanie ze znajomymi. Ich ogromną zaletą jest różnorodność – od prostych po bardziej wyszukane. Popularne opcje: świeże warzywa z hummusem lub dipami, sery i oliwki, mini kanapki i wrapy, krakersy z pastami (np. z awokado czy tuńczyka). Wizyta w piekarni to dziś coś więcej niż zakup chleba. Nowoczesne piekarnie coraz częściej oferują szeroki wybór przekąsek, które mogą zastąpić śniadanie, lunch czy coś „na szybko” w ciągu dnia. Znajdziesz tam piny, focaccie, bułki z parówką, paszteciki, kawałki pizzy, kanapki czy bagietki z dodatkami.

**Słodkie przekąski** nie muszą oznaczać nadmiaru cukru. Współczesne podejście do słodyczy stawia na jakość składników i balans. Lepsze wybory to: batoniki owsiane, gorzka czekolada, owoce z jogurtem, orzechy i suszone owoce. Trend „fit słodyczy” sprawia, że coraz częściej sięgamy po **przekąski bez dodatku cukru, bazujące na naturalnej słodyczy składników**. Przekąski w stylu smart – czyli jakie? Nowoczesny konsument oczekuje od przekąsek czegoś więcej niż tylko smaku. Liczy się także:

- skład – im krótszy i bardziej naturalny, tym lepiej,
- wygoda – łatwość przechowywania i transportu,
- funkcjonalność – np. wysoka zawartość białka czy błonnika.

Coraz popularniejsze są przekąski „on-the-go”, które można zabrać do pracy, szkoły czy na trening. W cukierniach poza słodkimi bułkami z różnymi dodatkami można znaleźć też rogaliki croissant (zwykłe maślane lub z nadzieniem), babeczki, muffinki, desery w stoiczkach lub mini porcjach, kremy, musy, serniki na zimno, panna cotta, tiramisu, desery owocowe oraz gofry na słodko jak i wytrawne.

**Przekąski a styl życia.** Warto pamiętać, że to nie same przekąski są problemem, lecz ich jakość i ilość. Odpowiednio dobrane mogą być sprzymierzeńcem zdrowia i dobrej formy. Kilka prostych zasad:

- unikaj produktów wysokoprzetworzonych,
- kontroluj porcje,
- staraj się łączyć smak z wartością odżywczą,
- traktuj przekąski jako uzupełnienie diety, a nie jej podstawę.

**Przekąski to coś więcej niż chwilowa przyjemność. To element codziennej diety, który – odpowiednio dobrany – może wspierać zdrowie, energię oraz dobre samopoczucie.** Niezależnie od tego, czy wybierasz coś słodkiego, czy wytrawnego, warto postawić na jakość i świadome wybory.

W hurtowni **PLUS** znajdziesz wszystkie składniki z których przygotujesz **wspaniałe przekąski**, (zarówno słodkie jak i wytrawne) od składników podstawowych po wyjątkowe dodatki. Między innymi oferujemy: farsze pieczarkowe, kapuściane, nadzienia owocowe, owoce w żelu, bakalie, ziarna, kajmaki, czekolady, śmietany, gofry oraz barwniki, zamsze, posypki, sosy, kolorowe kwiatki, które dodadzą odrobiny radości i rozjaśniają „szare dni” oraz zaostyrzą apetyt. **Zapraszamy do zakupów stacjonarnych, z dowozem lub poprzez platformę Allegro.**



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

ul. Tuwima 98, 90-031 Łódź

tel. (42) 674 52 24

e-mail: zamowienia@plus.biz.pl

[www.plus.biz.pl](http://www.plus.biz.pl)



**ALLEGRO:** hurtownia\_plus\_\_



# SMOCZA SIŁA ZAKLĘTA W CUKRZE

O GRAND PRIX EXPO SWEET, ARTYSTYCZNYCH  
TORTACH I ODWADZE PODĄŻANIA ZA WŁASNĄ WIZJĄ  
ROZMAWIAMY Z TWÓRCZYNIĄ ZWYCIĘSKIEJ PRACY  
*BEATĄ SIEDLECKĄ.*



GRAND PRIX NA TARGACH EXPO SWEET TO JEDNO Z NAJBARDZIEJ PRESTIŻOWYCH WYRÓŻNIEŃ W POLSKIM CUKIERNICTWIE ARTYSTYCZNYM. KONKURSOWE PRACE OD LAT PRZYCIĄGAJĄ UWAGĘ NIE TYLKO TECHNIKĄ WYKONANIA, LECZ TAKŻE POMYSŁOWOŚCIĄ, ROZMACHEM I OSOBISTYMI HISTORIAMI ZAPISANYMI W CUKRZE, CZEKOŁADZIE ORAZ MASIE CUKROWEJ. W TYM ROKU JURY ZACHWYCIŁ SPEKTAKULARNY TORT INSPIROWANY ŚWIATEM SMOKÓW I KOBIECEJ SIŁY. O KULISACH JEGO POWSTAWANIA, O ARTYSTYCZNEJ DRODZE OD TEATRU DO CUKIERNICTWA I TYM, CZYM NAPRAWDĘ JEST PRACA CUKIERNIKA ARTYSTY, ROZMAWIAMY Z AUTORKĄ NAGRODZONEGO DZIEŁA.



## Opis zwycięskiego tortu

Zaczynając od góry – smok został wykonany z czekolady plastycznej, natomiast skrzydła powstały z papieru ryżowego, nasączonego gliceryną, aby zachowały elastyczność.

Wysokie piętro to etap wymagający długiego czasu pracy – nałożono wiele warstw, by nadać kompozycji głębi. Całość była ręcznie malowana z wykorzystaniem łączonych technik: od pędzla, przez gąbkę, aż po szpachlę – w ten sposób powstały góry.

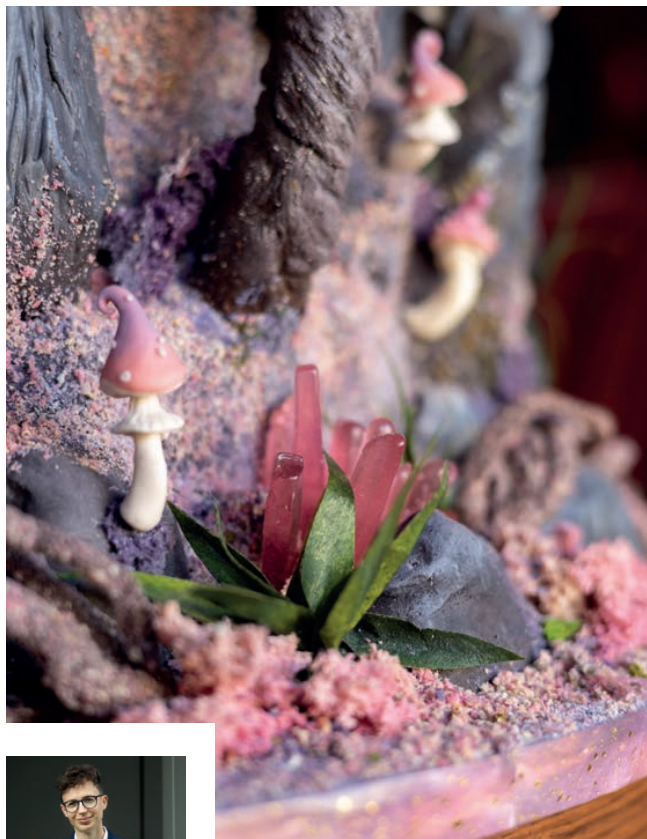
Zamek został wyrzeźbiony z połączenia masy cukrowej i czekolady plastycznej. Korony drzew wykonano ze smażonego tiulu waflowego oraz mchu przygotowanego w mikrofalówce.

Dolne piętra zostały pokryte kruszonym ciastem w różnych kolorach. Góry 3D powstały z masy cukrowej, a pnie drzew z czekolady plastycznej.

Smoczyce były najbardziej pracochłonnym elementem – modelowane z czekolady plastycznej, ze skrzydłami wykonanymi podobnie jak u smoka, czyli z połączenia czekolady plastycznej i papieru ryżowego, również nasączonego gliceryną dla zachowania elastyczności.

Największym wyzwaniem okazały się włosy, które były ręcznie wyciągane z „art gel” – ten etap zajął kilka dni. Grzybki wykonałam z połączenia masy cukrowej i czekolady plastycznej, natomiast kryształki powstały z izomaltu.





■ Rozmawiał: **Michał Czaplicki**

**Michał Czaplicki: Grand Prix na Expo Sweet to ogromne wyróżnienie. Serdecznie gratulujemy! Pani tort zachwyił również naszą redakcję, która podziwiała go na wystawie podczas targów. Skąd wziął się pomysł na zwycięski tort?**

**Beata Siedlecka:** Geneza tej pracy jest dla mnie bardzo istotna, bo tak naprawdę wszystko zaczęło się od tego, że... nie wzięłam udziału w konkursie. W zeszłym roku planowałam start w mistrzostwach Polski, ale kawiarnia była wtedy na bardzo wczesnym etapie rozwoju, więc wymagała poświęcenia ogromnej ilości czasu i energii. Zorientowałam się, że nie będę w stanie przygotować pracy na takim poziomie, jaki chciałabym pokazać. Wiedziałam, że jeśli wystartuję, to nie w pełni swoich możliwości. Dlatego z ogromnym bólem serca, naprawdę ze łzami w oczach, musiałam zrezygnować z udziału w mistrzostwach.

Na Expo Sweet jednak pojechałam, kibicowałam koleżankom. Jedna z nich, Izabela

Freda, tuż przed ogłoszeniem wyników powiedziała mi coś, czego absolutnie się nie spodziewałam. Mianowicie, że chciałaby, abym pojechała z nią na mistrzostwa świata w Mediolanie. Nawet mimo tego, że nie startowałam! To był dla mnie ogromny zaszczyt i jednocześnie wielkie zaskoczenie.

**Kiedy ta myśl zaczęła przeradzać się w konkretną koncepcję pracy konkursowej?**

Pamiętam ten moment bardzo dokładnie, właśnie wtedy pojawiła się w mojej głowie myśl o pracy, która zdobyła Grand Prix. Izabela startowała kiedyś z węzem smokiem. Z kolei ja prowadzę kawiarnię przy ulicy Smoczej i często wykorzystuję w swoich deserach smocze motywy. W pewnym momencie te dwa światy po prostu się połączyły. Tak narodziła się koncepcja smoczych – kobiet-smoków walczących ramię w ramię. Ta praca była w pewnym sensie dedykowana Izabeli, ale także wszystkim kobietom zajmującym się cukiernictwem artystycznym. Szczególnie tym spotkaniom, które towarzyszą Expo Sweet – kiedy możemy się wreszcie zobaczyć na żywo, rozmawiać, dzielić doświadczeniem i budować relacje.



**Jak wygląda proces powstawania: od pomysłu do gotowego tortu?**

Najpierw pojawia się wizja. Ja bardzo szybko wiedziałam, że tort będzie wysoki i wielopiętrowy. To forma, w której pracuję najchętniej i dzięki niej jestem już w pewnym stopniu rozpoznawalna. Od początku wiedziałam też, że część pracy będzie malowana. Bardzo lubię malować na tortach i często wykorzystuję tę technikę.

Inspiracji szukałam w różnych miejscach – w internecie, na Pinterście, w ilustracjach fantasy, a nawet w obrazach generowanych przez sztuczną inteligencję. Czasami jeden obraz potrafi uruchomić lawinę pomysłów. Tak było w tym przypadku. Jeden z obrazów szczególnie przykuł moją uwagę. Przedstawiał zamek w formie płaskorzeźby – nie w pełnym trójwymiarze, lecz bardziej jak malarską scenę. Ten element bardzo mnie zainspirował i stał się podstawą górnej części tortu.

Najważniejsze były jednak smoczyce, czyli kobiety-smoki. To one pojawiły się w mojej głowie jako pierwsze. Smok na samym szczycie tortu jest symbolem wyzwania. W moim odczuciu to metafora tego, co czeka nas na mistrzostwach świata.

### Czy można powiedzieć, że ta praca to też pewnego rodzaju manifest?

Tak, zdecydowanie. Chciałam pokazać kobiecą siłę. Kobiety często wydają się delikatne, kruche, subtelne, ale w rzeczywistości potrafią być niezwykle silne i wytrwałe. Dlatego zależało mi, żeby te postacie były do siebie podobne, ale jednocześnie różne. Każda ma swoją osobowość, historię, ale wszystkie stoją ramię w ramię.

W mojej pracy każdy element musi mieć sens. Tu nie ma przypadkowych elementów. Czasami ktoś mówi: „tu można by coś jeszcze dodać”. Wtedy zawsze pytam: dobrze, tylko co dokładnie i dlaczego? Jeśli coś nie pasuje do historii, którą opowiadam w pracy, to nie powinno się tam znaleźć.

### Czyli kompozycja tortu jest dla Pani trochę jak scenografia?

Dokładnie tak. To bardzo dobre porównanie. Każdy element jest częścią opowieści. Pamiętam jedną z moich pierwszych prac na Expo Sweet – tort inspirowany światem Harry’ego Pottera. Zrobiłam wtedy figurkę Bellatrix Lestrange, która była naprawdę bardzo udana.

Problem polegał na tym, że nie pasowała do kompozycji tortu. Ostatecznie postawiłam ją obok pracy i dlatego nie zdobyłam Grand Prix. Jury powiedziało później, że

gdyby figurka była na tortie, prawdopodobnie wygrałabym konkurs. Jednak dla mnie to nie miało kompozycyjnego sensu. Na szczycie tortu znajdowały się księżyc i magiczna kula – Bellatrix po prostu tam nie pasowała. Dlatego wolę przegrać konkurs, niż zrobić coś wbrew logice całej pracy.

### Zanim zajęła się Pani cukiernictwem, realizowała się Pani jako charakteryzatorka w teatrze. Czy to doświadczenie pomaga w pracy?

Bardzo. W szkole trenowałam rysunek, rzeźbę i różne formy charakteryzacji. Każ-

da z tych dziedzin była sposobem wyrażania siebie jako artysty. Natomiast w pracy zawodowej, szczególnie w teatrze, pole do wykazania się bywa ograniczone. Bardzo często sprowadza się do makijażu czy fryzur. Świat filmowy też jest dość hermetyczny. Żeby dostać się do większych produkcji, trzeba mieć kontakty, a ja pracowałam wtedy na etacie w teatrze. Wiele projektów filmowych zyczajnie kolidowało z moimi obowiązkami. W cukiernictwie okazało się natomiast, że możliwości są praktycznie nieograniczone. Mogę wykorzystać wszystkie swoje umie-

*KAŻDY ELEMENT JEST CZĘŚCIĄ OPOWIEŚCI.  
DLA MNIĘ KOMPOZYCJA TORTU JEST TROCHĘ  
JAK SCENOGRAFIA. WOLĘ PRZEGRAC KONKURS,  
NIŻ ZROBIĆ COŚ WBREW LOGICE CAŁEJ PRACY*





jętności plastyczne – rzeźbę, malarstwo, kompozycję.

### Jak doszło do zmiany zawodu?

Gotowanie uwielbiałam od dziecka, szczególnie pieczenie słodkości. Mimo to przez wiele lat w ogóle się tym nie zajmowałam. Dopiero około trzydziestego roku życia odkryłam, że z cukru można zrobić znacznie więcej niż tylko klasyczne wypieki. Można tworzyć rzeźby, sceny, postaci. Przełomowy moment nastąpił, kiedy zamówiłam tort na trzydzieste urodziny. Byłam nim ogromnie rozczarowana – nie był ani szczególnie ładny, ani smaczny.

Pomyślałam wtedy: przecież można to zrobić lepiej. Zaczęłam więc robić torty – najpierw dla rodziny i znajomych. Na początku byłam dosłownie po łokcie w masie cukrowej, którą przygotowywałam.



### Skąd pomysł na kawiarnię inspirowaną światem magii?

Jestem wielką fanką Harry'ego Pottera, więc kiedy zaczęłam szukać takich miejsc w Warszawie, okazało się, że właściwie ich nie ma. Rodzina namawiała, żebym otworzyła

pracownię tortów, ale ja lubię mieć widowinę. Lubię widzieć reakcję ludzi na to, co tworzę. Dlatego pomyślałam, że połączę te dwa światy – cukiernictwo i magię – i stworzę miejsce, w którym goście będą mogli doświadczać tego wszystkiego na żywo. Wnętrze kawiarni zaprojektowałam sama. Wiele dekoracji wykonałam własnoręcznie albo z pomocą innych osób.

### Czy klienci rozumieją wartość tortów artystycznych?

Niestety nie zawsze. Bardzo często słyszymy: „to tylko kawałek ciasta”. Ludzie nie zdają sobie sprawy, ile godzin pracy wymaga przygotowanie dekoracji. Gdyby ocenić realnie czas pracy i przeliczyć go na stawkę godzinową, ceny tortów byłyby znacznie wyższe. Dlatego dziś pozwalam sobie

na selekcję projektów. Jeśli ktoś przysłał inspirację, która zupełnie nie pasuje do mojego stylu i wrażliwości, po prostu jej nie realizuję – nawet jeśli oferta finansowo jest bardzo dobra. Tworzenie musi sprawiać przyjemność.

### Ile czasu zajmuje stworzenie takiej pracy jak ta nagrodzona na Expo Sweet?

To zależy od projektu, bo część dekoracji można przygotować wcześniej. Nad tą, która zdobyła Grand Prix, pracowałam około 2 miesięcy. Codziennie po 8, czasem 10 godzin. Oczywiście w międzyczasie zajmowałam się też sprawami firmy. To naprawdę bardzo dużo pracy. Ale było warto. Najważniejsze jest wewnętrzne spełnienie. Chociaż muszę przyznać, że kiedy ogłoszono Grand Prix, wszystkie emocje ze mnie zeszły. Po prostu się rozplakałam. To był moment ogromnego wzruszenia i poczucia, że ktoś naprawdę docenił tę pracę.

**Nic dziwnego! Taka nagroda wręczana jest tylko jednej osobie! Jeszcze raz serdecznie gratulujemy! I dziękuję za rozmowę.** ■

BRANŻOWE TARGI  
PRODUKCJI NAPOJÓW  
I PŁYNNEJ ŻYWNOŚCI

DRINK TECH  
Expo Poland

ZESKANUJ KOD I ZOBACZ WIĘCEJ SZCZEGÓLÓW



9 - 11 CZERWCA 2026

📍 WARSZAWA | PTAK WARSAW EXPO



BAKERY  
TECH POLAND

BRANŻOWE TARGI  
TECHNOLOGII I SPRZĘTU  
PIEKARNICZO-CUKIERNICZEGO



ZESKANUJ KOD I ZOBACZ WIĘCEJ SZCZEGÓLÓW

PATRONI MEDIALNI:

Mistrz branży  
spozywcze.pl

wiadomości  
spozywcze.pl

SKONIS<sup>LT</sup>

HORECA  
taste

# SYZYFOWE PRACE

O PRZYGOTOWANIU TORTÓW ARTYSTYCZNYCH MÓWI BEZ ZŁUDZEŃ: TO NIE TYLKO CUKIERNICTWO, ALE TEŻ LOGISTYKA, PSYCHOLOGIA KLIENTA, ESTETYKA, KALKULACJA I OGROMNA ODPORNOŚĆ NA STRES. O WŁASNEJ PRACOWNI, PRACY PRZY WESELACH, PUŁAPKACH VIRALOWYCH TRENDÓW I O TYM, DLACZEGO W TEJ BRANŻY TRZEBA MIEĆ WŁASNY STYL, OPOWIADA CUKIERNIK, SZKOLENIOWIEC I TWÓRCA TORTÓW ARTYSTYCZNYCH *ARTUR FELKEL*.



■ Rozmawiała:  
Natalia Aurora Urbanek

**Natalia Aurora Urbanek: Można powiedzieć, że jesteś rodzyńkiem wśród kobiet prowadzących pracownię tortów artystycznych. Skąd taka zajawka?**

**Artur Felkel:** Wszystko zaczęło się 15 lat temu od myśli o gotowaniu. Po ponad roku ukierunkowały się one właśnie na cukiernictwo. Właściwie to też efekt fascynacji popularnym wtedy programem o tworzeniu tortów artystycznych Buddy Valastro – Cake Boss. Jak większość osób zafascynowanych tym programem zacząłem piec w domu. Szybko przełożyło się to na decyzje życiowe – wybrałem kierunek kształcenia. Poszedłem do technikum spożywczego w Łodzi. Kształciłem się na technika technologii żywności w zawodzie cukiernika. I po 4 latach zdobyłem tytuł cukiernika. W tym czasie bardzo mocno rozwijałem się poza systemem szkolnym. Pracowałem po nocach. Rzeźbiłem i dekorowałem torty, tak dla siebie, żeby doskonalić technikę. I dokładnie po roku od zakończenia technikum otworzyłem własną pracownię!

**Bardzo szybko! Gratuluję odwagi!**

Odwaga? Chyba trochę brak wyboru. Szukając pracy, odwiedziłem mnóstwo miejsc. Nie chciałem pracować na linii produkcyjnej,



ARTUR FELKEL JEST WŁAŚCIELEMI PRACOWNI TORTÓW  
AF PASTRY W ŁODZI. OD NIEDAWNA DZIAŁA TAKŻE  
JAKO SZKOLENIOWIEC W MIĘDZYNARODOWEJ SZKOLE  
KULINARNEJ ASHATI, ALE TAKŻE ONLINE. NA SWOICH SOCIAL  
MEDIACH POKAZUJE KROK PO KROKU JAK DEKOROWAĆ  
I SKŁADAĆ TORTY WESELNE



*ARTUR PODCHODZI DO KAŻDEGO ZAMÓWIENIA INDYWIDUALNIE. PODKREŚLA JEDNAK, ŻE AKTUALNEJ WIELE REALIZACJI TO TORTY W STYLU LAMBETH CAKE*

bo wiedziałem, że to nie dla mnie. Szukałem ujęcia dla swojej kreatywności. Celowałem raczej w małe pracownie lub restauracje. Niestety nie odnajdywałem się w tych miejscach albo dojazd trwał zbyt długo. W końcu postanowiłem pójść na swoje, bo nie miałem absolutnie nic do stracenia.

**Domyślałem się, że łatwego startu nie miałeś.**

To była wręcz droga przez mękę. Nie miałem żadnego dofinansowania czy dotacji, wziąłem tylko niewielką pożyczkę. A moje ambicje były bardzo wysokie. Nie chciałem wyposażać pracowni w sprzęt z Ikei, od razu postawiłem sobie za cel wszystko na najwyższym i profesjonalnym poziomie. Chciałem kupić porządny sprzęt, który posłuży przez lata.

Przeprawa była ciężka, bo pierwszy lokal wziąłem od miasta. W ruinie, do całkowitego remontu, który trwał pół roku. Potem czekała mnie kolejna przeprawa, pierwsza z sanepidem. Musiałem odnaleźć się w tej sytuacji. Kosztowało mnie to wiele nerwów, ale zdobyłem też ogrom doświadczenia. Dlatego dziś, jak ktoś przychodzi do mnie na szkolenie, to uczę go, jak rozmawiać choćby z sanepidem i na co zwracać uwagę, szukając lokum pod pracownię.

**Faktycznie, takie trudy na początku kształtują charakter i dają ogrom wiedzy, której nie zdobędzie się inaczej jak tylko dzięki tego typu doświadczeniom.**

Najważniejsze, że finał był szczęśliwy! Udało się! Pierwsza pracownia była połączona z minikawiarnią. I tak to działało do pandemii. Potem produkowałem już tylko na zamówienie. I tak jest do dziś, mam prężnie działającą pracownię tortów i słodkości okolicznościowych. To wszystko zdobyłem ciężką pracą. I mocno kreatywnym podejściem.



**Obsługujesz zatem z dość wymagającym klientem, bo weselnym. To specyficzny rodzaj pracy...**

Obsługuję mnóstwo par weselnych, większość klientów mam właśnie z wesel. Owszem para młoda to zdecydowanie wymagający klient. Jednak warto zadbać o takiego klienta. Powinien być tak zaopiekowany, by dosłownie zapomniał, że w ogóle ma być jakiś tort. Musi być zaskoczony, zrobić wielkie wow przy wydaniu tortu już na sali. I wtedy zyskujemy absolutną pewność, że klient wróci.

**To znaczy? Przecież nie będzie urządził kolejnego wesela?! No, może czasem za kilkanaście lat...**

Pojawią się na pewno inne okazje: rocznica, urodziny, chrzciny, potem roczek i tak to się kręci. Pamiętajmy też, że każde wesele to ogromna reklama, bo gości, czyli potencjalnych klientów, jest

dużo. To nawet 100 osób, które mogą się zachwycić tym tortem i też złożyć zamówienie. Często jest też tak, że para weselna ma mnóstwo rówieśników, którzy kiedyś też będą brać ślub. A nadal bywa tak, że tort zamawiany jest na ostatnią chwilę, więc tym bardziej jedno wesele to setki szans, z których warto skorzystać.

### **I taka praca – skupienie się na tortach weselnych – nie staje się z czasem nudna, bo za bardzo powtarzalna?**

Po latach robienia tortów weselnych nadal uwielbiam takie zlecenia. I dokładam wszelkich starań, by każde było czymś wyjątkowym. Warto pamiętać, że każdy tort trzeba pokazać w internecie. Bo taki 4-piętrowiec w mediach społecznościowych zrobi ogromne wrażenie i znów – jeden tort to gigantyczna reklama.

### **Dziś torty są raczej ciut mniejsze?**

Tak, od pandemii mamy trend mniejszych imprez okolicznościowych. Ale powoli wracamy też do coraz większych zamówień. Od jakiegoś czasu organizowane są wesela na 100, nawet 150 osób. Co do trendów wizualnych, estetyka gra dziś ogromną rolę. Ja uwielbiam styl Lambeth cake, który właśnie wrócił do łask. Podoba mi się, bo to powrót do początków, do korzeni. Trzeba wykazać się zmysłem estetycznym i dokładnością, to wymagający styl. Wszystko musi być równo wyszprycowane. Dopiero wtedy całość wzbudza zachwyt.

Przy zamówieniach weselnych można poszaleć, bo dziś klient jest znacznie bardziej otwarty na niestandardowe rozwiązania, na przykład czarne lub bardzo kolorowe dekoracje. Niedawno robiłem tort w jasnoniebieskich barwach, co też jest rzadko spotykane.

### **A figurki? Pojawiają się jeszcze?**

Pojawiają się, ale nie takie standardowe, np. para weselna z masy cukrowej. Postaci są bardzo kreatywne i indywidualnie skrojone. Para ma swoje ulubione postaci z gry wideo czy filmu i proszą, by przedstawić ich w tym stylu. Albo nawiązanie do nazwisk. Niedawno, na przykład, robiłem fokę oraz świnkę morską z welonem i cylindrem. Wszystko ma dziś bardzo prywatny, indywidualny wymiar. I dzięki temu nadal pasjonuję się tworzeniem tortów, bo to zwyczajnie nie może się znudzić. Po latach nadal staram się, żeby tort był duży, żeby budził zachwyt.

### **Jak już wspomniałam, to bardzo wymagająca specjalizacja.**

Zdecydowanie! To bardzo stresujące, a nawet wycieńczające zajęcie (*śmiech*). Zwłaszcza gdy sporo wesel jest niemal w tym samym czasie (*śmiech*). Fakt, że ja jestem z tych, co raczej pracują sami. Niekoniecznie dlatego, że nie ma nikogo do pracy. Zwykle, gdy miałem kogoś ogarniętego do pomocy, to zawsze kończyło się tym, że ostatecznie szedł na swoje. Taka

już jest specyfika tej branży. Inna kwestia to koszt pracownika. Stąd taki wybór. I zawsze mówię: „nigdy więcej”, a potem znów nie śpię przez kilka dni z rzędu. I tak to się kręci.

### **Ciężka praca, do tego indywidualne podejście – to wszystko musi być odpowiednio wyceniane. Taki tort swoje kosztuje. Czy klient weselny 2026 jest na to gotowy?**

Świadomość klienta jest duża, wręcz bardzo duża – wie, ile to pracy, składników itd. Mimo to ten sam klient chce, żeby cena była najniższa, jak tylko się da. Trzeba nagimnastykować się przy produkcji, by zachować jakość i klient był zadowolony. To naprawdę trudne, zważywszy, jak szybko zachodzą zmiany w świecie, które mają realny wpływ na zwyczajki cen. Najbardziej było to widoczne przy cenach kakao i czekolady. Niestety tej dynamiki nie przewidzi się na rok czy dwa lata do przodu, a umowy z parami weselnymi na tort często są zawierane dużo wcześniej. To ryzyko, że coś bardzo zdrożeje, trzeba umiejętnie wkalkulować. Umowa to ważna kwestia, zarówno dla nas, żeby się zabezpieczyć, jak i dla pary młodej.

### **W jaki sposób?**

Z całą pewnością pomagają robienie zapasów produktów długoterminowych. Gdy liczymy food cost, to w przypadku tortu trzeba doliczyć koszt takiego zabezpieczenia. Paliwo i prąd także drożeją.



Żeby zbić food cost, trzeba się najeździć, bo rzadko zdarza się, żeby wszystkie produkty były w świetnej cenie w jednym miejscu. Natomiast obcując z uczestnikami szkoleń, zauważyłem, że to wręcz niezdrowa norma, ludzie wyliczają food cost, ale nie dodają do tego czegoś najbardziej podstawowego – czasu swojej pracy.

### Chcą zejść z ceny kosztem siebie?

Może wynika to też trochę z tego, że wiele osób uczyło się na szkoleniach internetowych, rolkach z Instagrama i wciąż myślą, że powinno to iść właśnie w ekspresowym tempie. A zrobienie figurki wymaga długich godzin pracy. Przy skomplikowanym projekcie te 12 godzin pracy trzeba normalnie wyliczyć. Wiadomo, ten czas też jest kwestią doświadczenia! Dziś wykonanie drip cake to dla mnie pół godziny pracy. Ale to efekt wielu lat pracy i doświadczenia z tortami. I nie można się sugerować tym, że ktoś robi to szybciej. Zawsze bierzemy pod uwagę to, ile godzin pracy poświęciliśmy na daną realizację. Zwłaszcza przy indywidualnych projektach – nie porównujemy się pod żadnym względem.

### Dziś wiele osób nie tylko się porównuje, ale i inspiruje innymi, trochę zapominając o indywidualnym podejściu. Mam na myśli podążanie za viralowymi trendami.

Jestem dumny z tego, że nigdy nie podjąłem się tematów viralowych. Jestem mocno indywidualny w tym, co robię i jak robię. Gdy robisz to, co viralowe, to owszem, może i masz w pewnym momencie wzmożoną sprzedaż, ale też giniesz w tłumie. A ja chciałbym się wyróżnić.

### Czyli virale potrafią bardziej zaszkodzić niż pomóc?

Stawianie na virale może nas szybko pozbawić pracy. Bo wraz z viralem możemy zatracić samych siebie. Poza tym często oznacza to nakręcanie kupowania de facto niepotrzebnych form, sprzętów czy surowców. Podejrzewam, że niektórzy do teraz mają całe worki ciasta kataifi. Na internetowych wyprzedażach wciąż pojawiają się otwarte pasty pistacjowe i wiele tego typu ciekawostek. Finalnie często wychodzi się na zero, a realnego zarobku nie ma. I najgorsze jest to, że nikt nas nie zapamięta, bo chodziło nie o nasz produkt, tylko o wykreowany viral. I co teraz? Kolejny viral?

Viral często bardzo szybko psuje jakość danego produktu, na który akurat jest boom, bo każdy chce go naśladować, a wielu robi to niezgodnie ze sztuką, byleby tylko wpaść w ten wir. Tak zresztą było z dubajską czekoladą, przecież w założeniu miała być ona symbolem absolutnego luksusu. Klient przestaje ufać producentom, gdy widzi coś, co miało być premium, a nagle jest w każdym sklepie czy nawet na stacji benzynowej. Czuje się oszukany. To nie buduje pozycji cukiernictwa.

### Czyli dziś, żeby się wyróżnić, nie wystarczy już tylko dobrze piec?

Nie tylko pieczenie jest ważne, nie samymi tortami człowiek się wyróżnia, ale pokazując swoją osobowość. Trzeba zaprezentować nasz artyzm. Klient ufa nam mocniej, jeśli widzi naszą osobowość. Jak ktoś zna moją estetykę i ją ceni, to przyjdzie do mnie ze swoją artystyczną wizją.

### Czyli social media to już właściwie obowiązek?

To trochę hobby, sposób, by swój artyzm pokazać na zewnątrz. Sprawia mi to przyjemność, ale kosztuje też sporo pracy. Zwłaszcza jak pracuje się na żywym produkcie. Ja pokazuję cały proces twórczy od A do Z. Nie ma dubli. Trzeba to też ciekawie przedstawić. Zrobienie pięknego tortu już dziś nie wystarcza – trzeba też umieć go pokazać.

### Ty nie tylko tworzysz, ale też uczysz innych.

Aktualnie oprócz prowadzenia pracowni zajmuję się działalnością szkoleniową. Rozpocząłem m.in. cykl w Ashanti oraz w szkole w Wieluniu. Szkolę oczywiście z tortów klasycznych. Mam na

koncie lata doświadczenia, wiele porażek i problemów, które mogę przekazać dalej. I właśnie dlatego takie szkolenia mają sens, bo to nie tylko pokaz dekoracji. Liczy się też bezpośredni kontakt – każdy może pytać, o co chce, po czym rozwiązujemy problem. Co zrobić, jeśli tort przewróci się podczas transportu? Jak uratować konstrukcję? Jak zapanować nad stresem? Tego nie da się nauczyć z filmiku.

### No właśnie – zawsze da się uratować tort?

Zawsze! Raz wiozłem tort na wesele. Pojechałem na szczęście dużo wcześniej, kilka godzin przed wydaniem. Tort przewrócił się na bok. Wróciłem na pracownię i go naprawiłem. Dlatego warto realizować kilka zamówień naraz, bo wtedy w lodówce mamy złożony tort dla kogoś innego. Smaki często są podobne. Można więc zastąpić

choć jedno piętro. Jak się chce, to się da. Tak się buduje doświadczenie. Właśnie nie wtedy, kiedy wszystko idzie idealnie, tylko wtedy, kiedy nagle coś się rozsypuje i trzeba zareagować.

### Brzmi jak zawód dla ludzi o naprawdę mocnych nerwach.

Zdecydowanie. Tu cały czas współpracują adrenalina, ambicja i ogromna odpowiedzialność. Z jednej strony to praca bardzo artystyczna, a z drugiej niesamowicie wymagająca technicznie i psychicznie. Często trzeba wymyślać coś od nowa, improwizować, reagować od razu. I chyba właśnie dlatego tak ważne jest, żeby mieć swój styl i nie zgubić go po drodze.

Branżę oczywiście obserwuję, ale nie żyję tym, co akurat trenduje. Patrząc z perspektywy lat, mam poczucie, że w tej pracy ciągle coś buduje się od nowa. To trochę syzyfowa praca – wciąż trzeba wkładać w nią ogrom energii, uwagi i serca. Jednak może właśnie dlatego ten zawód nadal mnie trzyma. Bo mimo całego wysiłku, stresu i zmęczenia na końcu jest ten moment, kiedy widzisz zachwyt klienta. I wtedy wiesz, że było warto. ■





www.warsawsweettech.com

# WARSAW SWEET TECH



## 4. EDYCJA

MIĘDZYNARODOWE TARGI ROZWIĄZAŃ  
DLA BRANŻY CUKIERNICZEJ, LODZIARSKIEJ,  
KAWIARNIANEJ I PIEKARNICZEJ

# 15 – 17 WRZEŚNIA 2026

ZAREJESTRUJ SIĘ



# KREM MAŚLANY W NOWOCZESNYM CUKIERNICTWIE

– między rzemiosłem  
a technologią



➤ To powrót świadomy. Wynika nie tylko z trendów wizualnych, ale przede wszystkim z potrzeby kontroli. Krem maślany, w przeciwieństwie do wielu lżejszych alternatyw, daje cukiernikowi coś kluczowego: przewidywalność. A ta w produkcji, zarówno rzemieślniczej, jak i półprzemysłowej, jest walutą o najwyższej wartości.

## Narzędzie pracy i... *Bridgertonowie*

Już na poziomie pracowni widać zmianę podejścia. Krem nie jest dziś dodatkiem. Jest narzędziem. Jak zauważa Magdalena Skała, właścicielka pracowni Dolci: – Obecnie zdecydowanie obserwujemy powrót kremów maślanych jako jednego z głównych wykończeń tortów, szczególnie w pracowniach rzemieślniczych. W dużej mierze wynika to z odejścia od masy cukrowej na rzecz bardziej naturalnego wyglądu i smaku. Trendy branżowe pokazują, że obok kremu maślanego bardzo mocno funkcjonują także ganache, czyli tynki z dodatkiem czekolady, oraz kremy śmietanowe czy mascarpone, zwłaszcza w tortach typu naked i semi-naked.



Jeszcze dekadę temu wydawało się, że krem maślany nie wytrzyma konkurencji z lekkimi musami, śmietaną czy kremami na bazie serków. Dziś wraca, ale w nieco innej roli. Nie jako ciężki, przestudzony dodatek, lecz precyzyjnie zaprojektowany element technologiczny, który decyduje o konstrukcji, estetyce i trwałości współczesnego tortu.

To współistnienie różnych technologii nie oznacza jednak równorzędności. W kontekście wykończeń – szczególnie tych wymagających precyzji – krem maślany wciąż pozostaje punktem odniesienia. Warto zauważyć, że jego renesans nie jest tylko efektem właściwości technologicznych, ale również odpowiedzią na wyraźne trendy estetyczne. Szczególnym przykładem są torty w stylu Lambeth – bogato zdobione, wielowarstwowe kompozycje z charakterystycznymi falbanami, girlandami i ornamentami wykonywanymi w całości z kremu. Ich popularność wyraźnie wzrosła wraz z estetyką promowaną przez serial *Bridgertonowie*, który przywrócił modę na dekoracyjność inspirowaną epoką re-



## MAGDALENA SKAŁA,

właścicielka pracowni Las Dolci, podkreśla, że krem maślany nie jest dziś dodatkiem, a narzędziem. Jej zdaniem nie istnieje jeden najlepszy przepis, lecz technologia dobrana do zastosowania, a sam krem stanowi część deseru, odpowiadając nie tylko za smak, ale też stabilność, formę i estetykę współczesnych tortów

gencji. W tego typu realizacjach krem maślany okazuje się niezastąpiony – pozwala na budowanie strukturalnych, precyzyjnych detali, których nie da się osiągnąć przy użyciu lżejszych, mniej stabilnych kremów.

### Emulsja pod kontrolą

Z technologicznego punktu widzenia krem maślany nie jest „kremem” w potocznym rozumieniu. To układ fizykochemiczny: emulsja tłuszczowo-wodna, której stabilność zależy od kilku parametrów: temperatury, energii mechanicznej, a także jakości surowców. Fazą dominującą jest tłuszcz mleczny zawarty w maśle. To on buduje strukturę i odpowiada za zdolność do utrzymywania formy. W jego obrębie rozproszona jest faza wodna – obecna w białkach jaj, syropach cukrowych czy dodatkach smakowych. Problem zaczyna się wtedy, gdy ta równowaga zostaje zachwiana. Zbyt wysoka temperatura prowadzi do upłynnienia tłuszczu i rozpadu struktury. Zbyt niska – uniemożliwia prawidłową integrację składników. Efekt końcowy jest zawsze ten sam: krem przestaje być kremem, a staje się problemem technologicznym. Dlatego



DOSKONAŁE AROMATY ORAZ AROMATY BARWIĄCE  
STWORZONE Z MYŚLĄ O MISTRZACH CUKIERNICTWA



NOWOŚĆ: AROMAT CIASTKA W TYPIE LOTUS



**Aromaty CAROSMAK i CAROSMAK PLUS  
do nabycia w hurtowniach cukierniczych  
na terenie całego kraju.**

**Dostępne w opakowaniach 1 kg.**

### Kontakt:

zamowienia@carotex.pl, tel. 22 649 95 95

**Jakość gwarantowana przez**



**carotex**

A TURPAZ COMPANY

w profesjonalnym podejściu nie mówi się o ubijaniu kremu, tylko o kontrolowanej emulgacji.

### Proporcje jako język technologii

W rzemieślniczym cukiernictwie receptura często bywa traktowana jako punkt wyjścia. W rzeczywistości jest czymś więcej. To istotne narzędzie projektowania właściwości. Relacja między tłuszczem, cukrem a białkiem decyduje nie tylko o smaku, ale także o zachowaniu kremu: jego stabilności, podatności na obróbkę, reakcji na temperaturę czy zdolności do utrzymywania detalu.

W kremach opartych na bezie – zarówno szwajcarskiej, jak i włoskiej – proporcje są szczególnie czułe. Większa ilość masła oznacza wyższą stabilność, ale też ciężkość odczucia. Większa ilość cukru wzmacnia pianę, ale może prowadzić do niepożąda-



FOT. LAS DOLCI



peratura wpływa nie tylko na proces przygotowania, ale również na późniejszą pracę z kremem: tynkowanie, dekorowanie, a finalnie transport (newralgiczny moment zlecenia).

To dlatego w profesjonalnych pracowniach coraz częściej wspomina się o zarządzaniu temperaturą jako osobnym elemencie technologii, a nie tylko warunkiem środowiskowym.

### Funkcja, nie tylko forma

Współczesny tort to dość skomplikowana konstrukcja. Krem maślany pełni

nej, ziarnistej struktury. To właśnie w tym miejscu zaczyna się prawdziwa praca technologa: nie odtwarzanie przepisu, lecz jego świadoma modyfikacja pod konkretne zastosowanie. Magdalena Skała podkreśla to wprost: – Nie istnieje jeden najlepszy przepis. Istnieje za to technologia dobrana do zastosowania. Na idealny krem maślany wpływają przede wszystkim: jakość masła, proporcje tłuszczu do cukru i jajek, temperatura składników, łączenie oraz technika od powietrzania.

### Temperatura – parametr krytyczny

W pracy z kremem maślanym temperatura nie jest jednym z wielu czynników. Podobnie jak przy czekoladzie, to czynnik nadrzędny. To ona decyduje o stanie sku-

pienia tłuszczu, o zdolności do tworzenia emulsji oraz o stabilności całego układu. W praktyce oznacza to konieczność pracy w wąskim, kontrolowanym zakresie.

Masło powinno znajdować się w stanie optymalnej plastyczności technologicznej: mieć półstałą strukturę, umożliwiającą efektywne wbudowanie do układu bez utraty zdolności emulgujących. Z kolei baza białkowa musi osiągnąć temperaturę zapewniającą stabilność piany oraz kompatybilność termiczną z fazą tłuszczową. Na tyle niską, by nie powodować topnienia tłuszczu, ale jednocześnie wystarczająco wysoką, aby umożliwić jego prawidłowe połączenie z bazą i utworzenie stabilnej emulsji. Nawet niewielkie odchylenia prowadzą do efektów, które w produkcji serijnej oznaczają straty. Co istotne, tem-

w niej rolę nie tylko estetyczną, ale przede wszystkim strukturalną. Stabilizuje warstwę, izoluje wilgoć, umożliwia uzyskanie ostrych krawędzi i gładkich powierzchni. Jednocześnie jest nośnikiem koloru i tekstury, czyli elementem, który decyduje o odbiorze wizualnym produktu.

Nie bez powodu to właśnie on najczęściej zastępuje masę cukrową. – Przede wszystkim liczy się smak. Krem maślany stanowi część deseru, to nie tylko dekoracja. W przeciwieństwie do masy cukrowej, która często jest zdejmowana z tortu, jest pożądanym przez klientów. Dodatkowo torty wyglądają estetyczniej, wprowadzana jest lekkość dekoracji. Krem maślany łatwo się barwi, sprawdza się w wielu technikach dekoracyjnych, czego nie możemy powiedzieć o masie cukrowej. Oczywiście można wyko-

nać piękne i eleganckie dekoracje z masy cukrowej, szczególnie w przypadku tortów ślubnych. Najczęściej jednak nie oznacza to pokrycia całego tortu samą masą cukrową, lecz raczej połączenie kremu maślanego z elementami dekoracyjnymi z masy cukrowej – zauważa cukierniczka.

I właśnie to przesunięcie akcentów – z dekoracji na doświadczenie konsumenckie – jest jednym z najważniejszych trendów ostatnich lat.

## Konsystencja jako decyzja technologiczna

Do niedocenianych aspektów pracy z kremem maślanym należy jego zmienność. Ten sam krem, po niewielkiej korekcie proporcji lub temperatury, może mieć zupełnie inne właściwości użytkowe.

Miękki, plastyczny sprawdzi się przy tynkowaniu. Sztwniejszy z kolei przy dekoracjach wymagających utrzymania formy. Jeszcze inny wariant będzie odpowiedni do kwiatów czy struktur przestrzennych. To nie różne kremy, a raczej konfiguracje tej samej technologii. Bazą kremu maślanego zawsze jest tłuszcz (masło) oraz komponent słodzący, najczęściej cukier puder lub beza. W zależności od technologii wyróżniamy m.in.: krem na bazie masła i cukru pudru, krem na bazie bezy szwajcarskiej czy nawet mlecza skondensowanego.

– W swojej pracowni używam tego na bazie bezy szwajcarskiej, a to ze względu na smak i uniwersalność. Jeśli chodzi o dekoracje tortu, wykonanie kwiatów to kwestia różnicy w konsystencji. Kwiaty robi się z kremu maślanego o twardszej konsystencji, więc proporcje masła do reszty będą nieco większe. Spotkałam się także z kremem do kwiatów maślanym na bazie fasoli, w tym przypadku to już pewien styl dekorowania tortów, który wymaga odpowiedniej techniki i dodatkowych narzędzi – podkreśla.

## Błędy, które kosztują

Krem maślany jest bezlitosny dla niedokładności. Nie wy-

bacza pośpiechu, przypadkowych zmian temperatury czy niedokładnego ważenia składników. Zwarzenie, nadmierna płynność, zbyt duża twardość czy obecność pęcherzyków powietrza to nie drobne niedokładności. To błędy, które wpływają na produkt końcowy: jego wygląd, trwałość i najważniejsze – odbiór klienta.

Co istotne, wiele z tych problemów wynika nie z niewiedzy, lecz z braku kontroli procesu. Nasza ekspertka zwraca uwagę na aspekt praktyczny: – Najczęstsze błędy: zwarzenie się, zbyt twardy lub zbyt miękki krem, brak napowietrzenia to przede wszystkim efekty pracy w złej temperaturze. Na moich szkoleniach kursantki często znają już samą metodę tynkowania, ale dopiero w praktyce przychodzi moment „aha”: okazuje się, że idealnie gładki tort to efekt nie tylko samego wykończenia, lecz także odpowiedniego przygotowania kremu i właściwej techniki pracy na każdym etapie.

To właśnie detale – niewidoczne dla klienta – decydują o jakości widocznej na zewnątrz.

## Uniwersalność, która buduje przewagę

W realiach pracowni cukierniczej krem maślany pozostaje jednym z najbardziej

funkcjonalnych półproduktów. Może być bazą, wykończeniem, elementem dekoracyjnym i technologicznym jednocześnie. Zdaniem Magdaleny Skały jest on jednym z najbardziej uniwersalnych półproduktów w cukiernictwie. – Służy nie tylko do obkładania tortów, ale i do wykonywania dekoracji, wykończenia babeczek czy przekładania tortów. To zastosowanie jest właściwe raczej dla tortów amerykańskich, polskie zazwyczaj mają w środku lżejsze kremy, ganache czy musy. Ogromną zaletą kremu maślanego jest stabilność. Utrzymuje formę nawet w temperaturze pokojowej.

Z perspektywy organizacji pracy jego znaczenie jest jeszcze szersze. Krem maślany dobrze znosi krótkotrwałe przechowywanie, może być przygotowywany z wyprzedzeniem i ponownie wykorzystywany po ustabilizowaniu temperatury, co w praktyce pozwala na lepsze planowanie produkcji i ograniczenie strat. Stanowi też skuteczną warstwę izolacyjną – zabezpiecza biszkopt przed migracją wilgoci z bardziej płynnych kremów, stabilizuje konstrukcję tortu i wydłuża jego trwałość.

Nie bez znaczenia pozostaje również przewidywalność w pracy. W przeciwieństwie do kremów lekkich, które reagują dynamicznie na warunki otoczenia, krem maślany pozwala na większą kontrolę detalu – od gładkiego tynkowania po złożone formy przestrzenne. W efekcie staje się nie tylko komponentem, ale narzędziem operacyjnym, które realnie wpływa na efektywność i jakość pracy całej pracowni.

Krem maślany jest dziś symbolem szerszego zjawiska. Pokazuje, jak bardzo współczesne cukiernictwo oddala się od intuicyjnego rzemiosła, zdążając w stronę świadomej technologii. Nie oznacza to jednak utraty kreatywności. Wręcz przeciwnie – dopiero zrozumienie procesów daje pełną swobodę tworzenia. Na styku precyzji i estetyki krem maślany odzyskuje swoją pozycję. Nie jako relikwiny przeszłości, ale narzędzie przyszłości. ■



# ŚNIADANIA WSZĘDZIE I CODZIENNIE



*Jak poranny posiłek stał się fundamentem oferty piekarni i gastronomii*

*Śniadania przestały być dodatkiem do oferty. Dziś są jej stałym, często kluczowym elementem obecnym niemal wszędzie: w piekarniach, kawiarniach, bistrach i restauracjach. Jeszcze niedawno poranek w gastronomii był czasem przejściowym, a wręcz martwym. Obecnie to pełnoprawny segment rynku, który dynamicznie rośnie, także w Polsce i całej Europie.*





Nie chodzi wyłącznie o wyspecjalizowane śniadaniownie, choć tych rzeczywiście przybywa. Najważniejsza zmiana jest głębsza: śniadanie „wyszło” poza jeden format i stało się uniwersalną kategorią obecną w niemal każdym typie lokalu. Piekarnie rozszerzają ofertę o kanapki i zestawy śniadaniowe, kawiarnie serwują pełne menu od rana, a restauracje coraz częściej otwierają się wcześniej, by wykorzystać potencjał porannego ruchu.

## Moda na śniadania „na mieście”

To, co dziś widzimy w piekarniach i kawiarniach, nie jest przypadkiem ani chwilową modą. To efekt kilku nakładających się zmian kulturowych, miejskich i technologicznych. Historia zaczyna się dużo wcześniej, niż mogłoby się wydawać. Już pod koniec XIX wieku w Wielkiej Brytanii pojawiła się idea brunchu: połączenia śniadania i lunchu, opisana w 1895 roku jako bardziej swobodna, towarzyska alternatywa dla formalnych posiłków. Z czasem zwyczaj ten rozwinął się w Stanach Zjednoczonych, szczególnie w takich miastach jak Nowy Orlean czy Nowy Jork, gdzie brunch stał się elementem miejskiego stylu życia i spotkań towarzyskich.

Europa długo pozostawała zachowawcza. Śniadania były domeną domu lub hoteli. Przełom przyniosły dopiero lata 90. i 2000., kiedy miasta, takie jak Londyn, Berlin czy Kopenhaga, zaczęły budować kulturę kawiarni jako „trzeciego miejsca” pomiędzy domem a pracą.

Wtedy też pojawił się pierwszy ważny czynnik. **Zmiana stylu życia w dużych miastach.** Elastyczne godziny pracy, freelancing, praca zdalna. Wszystko to sprawiło, że poranek przestał być sztywnym początkiem dnia, a stał przestrzenią do spotkań, pracy i spędzania czasu. Drugi czynnik to **rozwój kultury kawowej i miejskiej gastronomii.** Nowa fala kawiarni, inspirowana m.in. Australią i Skandynawią, zaczęła serwować nie tylko kawę, ale całe doświadczenie: wnętrze, atmosferę i jedzenie. Śniadanie idealnie wpisało się w ten model. Trzeci element, często pomijany: **media społecznościowe.** Śniadania są „fotogeniczne”! Jajka, tosty, kolorowe dodatki, estetyczne talerze. Instagram i TikTok nie stworzyły tego trendu, ale znacząco go przyspieszyły i ujednoliciły

wizualnie. To właśnie tam ukształtował się globalny język śniadaniowy: tosty z awokado, jajka po benedyktyńsku, pancake’i. **Jak to wyglądało w Polsce?** Pierwsze śniadania „na mieście” pojawiły się jeszcze w latach 90. głównie w hotelach i restauracjach premium, przeznaczonych dla biznesu i turystów. Przez długi czas był to segment niszowy, niemal luksusowy. Dopiero po 2010 roku zaczęły powstawać pierwsze nowoczesne śniadaniownie. Jeśli szukać miejsca, które symbolicznie otworzyło Polakom oczy (a właściwie podniebienia) na śniadania „na mieście”, to trudno pominąć Charlotte – chleb i wino. Pierwszy lokal powstał w 2010 roku przy placu Zbawiciela i bardzo szybko stał się jednym z najbardziej rozpoznawalnych adresów w mieście. Nie było to pierwsze miejsce serwujące śniadania w Warszawie, ale jedno z pierwszych, które zrobiło z nich styl życia. Charlotte wprowadziła kilka rzeczy, które dziś wydają się oczywiste, a wtedy były nowe: **śniadanie jako doświadczenie, nie tylko posiłek, dostępność przez cały dzień.** Tamtejsze śniadania nie stanowiły oferty hotelowej ani premium, były codzienne, dostępne, do Charlotte można było wpaść bez okazji.

## Czego pragnie konsument

Śniadania na mieście to odpowiedź na realne zachowania konsumentów. Kochamy jeść śniadania. Z danych wynika, że 82% Polaków je je codziennie, choć w najmłod-

szej grupie (poniżej 24. roku życia) odsetek ten spada do 65%. Jednocześnie niemal co czwarty Polak przyznaje, że zdarza mu się pomijać pierwszy posiłek, najczęściej z racji pośpiechu. To właśnie ta luka pomiędzy potrzebą a codziennością stworzyła przestrzeń dla gastronomii.

Śniadanie „na mieście” stało się rozwiązaniem wygodnym zarówno dla tych, którzy nie mają czasu przygotować posiłku w domu, jak i dla tych, którzy chcą świadomie zacząć dzień poza nim.

Oferta dopasowała się do obu tych scenariuszy. Z jednej strony mamy śniadania szybkie, dostępne „od ręki” – kawa i świeże pieczywo, kanapki na wynos, drożdżówki czy croissanty. To domena piekarni i kawiarni, które obsługują poranny ruch w biegu. Z drugiej strony rośnie segment śniadań na ciepło – bardziej złożonych, serwowanych na miejscu: jajka, tosty, owsianki, dania inspirowane kuchniami świata. To propozycja dla tych, którzy traktują poranek jako moment zatrzymania.

## Dzień dobry, bo chleb świętny

Niezależnie od formatu jeden element pozostaje wspólny: jakość produktu, a przede wszystkim pieczywa. To właśnie ono stanowi fundament śniadania. Zarówno w domu, jak i w gastronomii. W Polsce aż 64% osób sięga po chleb, a 44% wybiera bułki. Co istotne, rośnie znaczenie jakości: 81% Polaków uważa, że chleb na zakwasie jest zdrowszy, a ponad 3/4 deklaruje go-



towość zapłacenia za niego więcej, 14% nawet dwukrotności ceny.

Widać to także w wyborach zakupowych: 31% Polaków kupuje pieczywo w lokalnych piekarniach. To sygnał, że przestaje ono być produktem masowym, a staje się nośnikiem jakości i wyróżnikiem oferty.

Dla piekarni to ogromna szansa. I jednocześnie naturalny kierunek rozwoju. Śniadania oparte na własnym wypieku pozwalają nie tylko zwiększyć sprzedaż, ale też budować relację z klientem od pierwszego momentu dnia.

## Festiwal dedykowany śniadaniu

Zmiana ma jednak także wymiar kulturowy. Justyna Hof, koordynatorka festiwalu Brea-



kfast Week w Polsce, opisuje ją wprost: „Podejście gości do śniadań zmieniło się w ostatnich latach w trzech kierunkach naraz: z posiłku obowiązkowego w posiłek wybierany świadomie, z czynności domowej w okazję na mieście oraz z prostego zaspokojenia głodu w mały rytuał. Dziś śniadanie nie musi być już tylko szybkim startem dnia. Coraz częściej jest albo bardzo funkcjonalne – szybkie, wygodne, w biegu – albo przeciwnie: celebracyjne, spokojne, estetyczne i społeczne. Śniadaniownie są mniej formalne niż restauracje, ale bardziej dopieszczone niż zwykła piekarnia czy bar. Dają gościom poczucie dostępnego luksusu: za relatywnie rozsądne pieniądze można zyskać ładny talerz, dobrą kawę, przyjemne wnętrze i godzinę oddechu.

Ogromną rolę odegrała też zmiana rytmu życia. Praca hybrydowa i bardziej elastyczne poranki sprawiły, że część ludzi nie musi już wpadać do biura o 8:00 z jogurtem

w ręce, mogą spotkać się rano z przyjaciółką, klientem, współpracownikiem albo po prostu usiąść z laptopem w kawiarni. W dużych miastach śniadanie i brunch stały się pretekstem do bycia razem: randki, spotkania ze znajomymi, rodzinne wyjścia, nieformalne spotkania zawodowe, a nawet małe celebracje. Jako opiekunka festiwalu Breakfast Week na Śląsku i w Szczecinie widzę wyraźnie, że śniadanie coraz częściej pełni też funkcję społeczną – to moment spotkań, rozmów i wspólnego spędzania czasu, a nie tylko posiłek.”

## Śniadanie obowiązkowe!

Z perspektywy rynku oznacza to jedno: śniadania przestały być opcją, a stały się wręcz obowiązkowym elementem oferty. Dla gastronomii to sposób na zagospodarowanie porannych godzin i zwiększenie obrotów. Dla piekarni naturalne rozszerzenie działalności o gotowe produkty i doświadczenie na miejscu. Dla klientów zaś: wygoda, wybór i jakość.

I choć forma śniadań wciąż się rozwija od szybkich formatów „on-the-go” po dopracowane koncepty brunchowe, kierunek jest jasny. Śniadanie na mieście nie jest już trendem. To dosłownie i w przenośni chleb codzienny. ■

### Jak wyglądają poranki Polaków?

- **82% Polaków je śniadanie codziennie**
- wśród osób poniżej 24 r.ż. tylko **65%**
- **Najpopularniejsze produkty:**
- nabiał – 74%
- chleb – 64%
- jajka – 64%
- **Pieczywo fundamentem poranka:**
- 44% wybiera bułki
- aż 60% je pieczywo na zakwasie przynajmniej kilka razy w tygodniu
- **Jakość ma znaczenie:**
- 81% uważa, że chleb na zakwasie jest zdrowszy
- 70% docenia jego dłuższą świeżość
- **Gotowość do zapłaty za jakość:**
- 77% zapłaci więcej za chleb na zakwasie
- 14% nawet **2 razy więcej**
- **Gdzie kupujemy pieczywo?**
- lokalne piekarnie – 31%
- dyskonty – 17%
- supermarkety – 16%
- **Niewykorzystany potencjał rynku:**
- niemal **co czwarty Polak pomija śniadanie** – najczęściej z racji braku czasu.

Na podstawie raportu „Nawyki śniadaniowe Polaków”, przygotowanego przez SW Research na zlecenie marki Puratos.

### Dlaczego warto wprowadzić śniadania do piekarni lub kawiarni?

- 1. Nowy moment sprzedaży (i to codzienny)**  
Poranek przestaje być „martwą strefą”. To dodatkowe godziny obrotu bez konieczności dużych inwestycji.
- 2. Naturalne przedłużenie oferty piekarni**  
Masz już najważniejszy składnik: pieczywo. Śniadania pozwalają zamienić produkt w gotowe doświadczenie.
- 3. Wyższa wartość koszyka**  
Zamiast sprzedaży bochenka – sprzedajesz zestaw: kawa + kanapka + dodatek → większy rachunek, większa marża
- 4. Budowanie codziennego nawyku**  
Klient śniadaniowy to często klient powracający nawet kilka razy w tygodniu.
- 5. Odpowiedź na realny problem konsumenta**  
Brak czasu rano - gotowy rynek. Śniadanie „na mieście” nie jest luksusem, tylko rozwiązaniem.

### Zanim podasz śniadanie – o czym warto pamiętać?

- **Szybkość ma znaczenie**  
Poranek to pośpiech – część oferty musi być „gotowa od ręki”.
- Dwa modele, nie jeden  
→ „on-the-go” (kawa + kanapka)  
→ „na miejscu” (ciepłe śniadania)  
Najlepiej mieć oba.
- **Pieczywo to fundament, ale dodatki robią różnicę**  
Dobre masto, jajka, świeże warzywa – realna przewaga.
- **Powtarzalność i prostota**  
Śniadanie to rytuał – klient chce wiedzieć, że dostanie to, co lubi.
- **Godziny otwarcia = klucz**  
Śniadania działają tylko wtedy, gdy lokal jest otwarty odpowiednio wcześniej.
- **Kawa to nie dodatek – to partner śniadania**  
Jakość kawy wpływa bezpośrednio na odbiór całej oferty.

# Wawrzyniec PRO



## Roślinne źródło inspiracji

Pasta warzywna, z którą rozwiniesz ofertę,  
zoptymalizujesz procesy i koszty, oszczędzisz czas.



dania na ciepło



farsze



wypieki



przekąski



kanapki i wrapy



sosy i dipy



**SZABLONY  
KULINARNE**  
Anety

FOT. BEATA PRUSAK



Rynek dekoracji cukierniczych w Polsce dojrzewa. Coraz bardziej liczą się na nim personalizacja, estetyka premium i funkcjonalne narzędzia. Za tym trendem stoją nie tylko duże marki, ale również twórcynie, które z pasji i własnych potrzeb zbudowały rozpoznawalne biznesy. Jedną z nich jest **ANETA GÓRSKA** – właścicielka marki **Szablony Kulinarne Anety**, która opowiada, jak z dekorowania ciastek przeszła do produkowania akcesoriów dla branży.

## OD „PANI CIASTECZKOWEJ” DO WŁASNEJ MARKI.

### *Jak pasja do dekoracji wypieków zamieniła się w biznes*

#### *Od dekorowanych ciastek do narzędzi dla branży*

Rynek dekoracji cukierniczych w ostatnich latach rozwija się bardzo dynamicznie. Wraz ze wzrostem popularności rękodzieła cukierniczego – szczególnie dekorowanych ciastek, tortów i słodkich stołów – rośnie zapotrzebowanie na narzędzia, które po-

zwalają pracować szybciej, precyzyjniej, a przede wszystkim powtarzalnie. Szablony, foremki czy maty strukturalne przestały być dodatkiem dla hobbystów, a stały realnym wsparciem codziennej pracy cukierników i pracowni słodkości.

Ten trend dobrze pokazuje historia Anety Górskiej, znanej wcześniej z działalności **Ciasteczka z duszą**, a obecnie rozwijającej markę **Szablony Kulinarne Anety**.

Jej droga zaczęła się od własnej potrzeby tworzenia, ale szybko okazało się, że dekorowanie wypieków może być czymś więcej niż tylko pasją.

Jak przyznaje, początki były bardzo zwichrajane. W jej życiu doszło do dużej zmiany, więc poczuła, że musi odnaleźć własną przestrzeń zawodową. – Jako świeżo upieczona mama (drugiego dziecka) zapagnęłam stworzyć własną przystań, poczułam

potrzebę samorealizacji, chciałam mieć coś, co na równi z opieką nad dziećmi dawałoby mi ogrom radości i spełnienia.

Choć z racji wykształcenia nie była związana z branżą, zaczęła dekorować ciastka. Produkt, który w tamtym czasie dopiero zdobywał popularność na polskim rynku. Następnie założyła działalność pod nazwą **Ciasteczka z duszą Aneta Górka**, korzystając m.in. z dotacji unijnej. Rozpoznawalność przyszła szybciej, niż się spodziewała. – Mój pomysł na biznes dostrzegły programy telewizyjne, jak „Dzień Dobry TVN” czy „Pytanie na Śniadanie”, po udziałach w których zamówienia zaczęły rosnąć masowo – opowiada.

To właśnie wtedy doszło do pierwszego zderzenia pasji z realiami rynku. Ręko-dzieło wymaga czasu, skupienia i precyzji, a duże zainteresowanie oznaczało konieczność myślenia o rozwoju w nowy sposób.

### *Niedosyt akcesoriów impulsem do stworzenia marki*

Naturalnym kolejnym krokiem nie było jednak skalowanie produkcji ciastek, ale wejście w obszar, który był dla Anety przede wszystkim codziennym problemem: dostęp do odpowiednich narzędzi.

Jak wspomina, na początku brakowało w Polsce akcesoriów odpowiadających potrzebom osób zajmujących się dekoracją wypieków. Dlatego sprowadzała je z zagranicy, obserwując jednocześnie, jak wiele można osiągnąć dzięki dobrze zaprojektowanym szablonom. – Kiedy połączyłam

ciasteczkowego bakcyła, ciągle miałam niedosyt akcesoriów do wypieków i dekoracji. Ściągałam je prawie z całego świata, bo w Polsce dopiero powstawały sklepy z tego typu asortymentem.

Przełomem okazało się zetknięcie z szablonymi dekoracyjnymi. – Kiedy po raz pierwszy zobaczyłam w internecie szablony oraz efekt pracy z nimi, przepadłam – dodaje Aneta. Ich siła tkwiła w prostocie: pozwalały uzyskać równy, estetyczny efekt, skracaly czas pracy i dawały większą przewidywalność rezultatu. Pojawiła się więc myśl, że takie rozwiązania warto tworzyć lokalnie i rozwijać je dla polskiego rynku. – Świadomość, że szablony usprawnią pracę, że wykonane z ich pomocą wzory będą równe i estetyczne, dawało poczucie wyjątkowości i niezbędności.

Pierwszy sukces – z pozoru drobny – pozostał jednym z najmocniejszych wspomnień. – Pamiętam, jak pierwszy raz użyłam na ciastku szablony z różą. Wyszła pięknie, więc i byłam z siebie ogromnie dumna – zaznacza.

### *Biznes zrodzony z odwagi i konsekwencji*

Założenie własnej marki produkującej szablony kulinarne nie było wynikiem wieloletniego planu biznesowego. Raczej połączeniem impulsu, odwagi i rosnącego przekonania, że na rynku jest miejsce na taki produkt.

Aneta Górka mówi o tym wprost: przez lata towarzyszył jej brak pewności siebie, ale praca nad nowym projektem zaczęła to zmieniać. – Mam wrażenie, że to był impuls,

zrządzenie losu, przebłysk. To wtedy uwierzyłam w siebie i nabrałam pewności, że mogę tego dokonać. To znaczy, produkować w Polsce szablony, których na sklepowych półkach było bardzo mało – wyjaśnia. Ważne było też dostrzeżenie konkretnej luki produktowej. Dostępne wtedy szablony były często projektowane z myślą o tortach, a nie o dekorowaniu ciastek czy mniejszych form cukierniczych. To otworzyło przestrzeń do stworzenia bardziej wyspecjalizowanej oferty. – Pobudki o 4.30 były ekscytujące, bo już od rana mogłam szukać w czeluściach internetu inspiracji dla wzorów, rozmyślać nad modelem biznesowym i całą otoczką związaną z rozwojem firmy.

Dziś z tej historii wyłania się też szersza refleksja o przedsiębiorczości budowanej oddolnie. Z doświadczenia, obserwacji rynku i własnej praktyki, a nie wyłącznie na podstawie tabel i analiz.

### *Jak powstają nowe wzory*

Choć gotowy szablon wydaje się produktem prostym, za jego powstaniem stoi wieloetapowy proces. Kluczowe są nie tylko estetyka i aktualne trendy, ale też funkcjonalność. To znaczy, czy wzór rzeczywiście dobrze „pracuje” na lukrze, kremie lub cieście.

Punktem wyjścia są zwykle kalendarz oraz sezonowość, to one kształtują rynek dekoracji. – Mnogość świąt i okazji w ciągu roku narzuca poniekąd tematy wzorów szablonów. Począwszy od Dnia Babci i Dnia



FOT. MARIOLA STAWARZ



FOT. BEATA PRUSAK



FOT. MONIKA GRYGNY



FOT. AGNIESZKA KOBIELSKA



FOT. BEATA PRUSAK



FOT. AGATA PERLIŃSKA



FOT. KAMILA ŚLUSAREK

Dziadka w styczniu po Boże Narodzenie i Sylwestra w grudniu – wylicza.

Sam proces projektowy jest dynamiczny, a opiera się na ścisłej współpracy z grafikami. Najpierw pojawia się pomysł, potem określone są przeznaczenie i rozmiar szablonu, następnie wzór przechodzi testy i poprawki. – Po przygotowaniu wzoru następuje seria testów i poprawek. Tutaj jestem perfekcjonistką – deklaruje twórczyni. Ciekawym elementem tego modelu działania jest międzynarodowy charakter współpracy. Projekty powstają w kooperacji z grafikami z różnych krajów, co pokazuje, że nawet niewielkie, specjalistyczne marki działają dziś w globalnym ekosystemie kompetencji.

### Rynek dekoracji coraz bardziej premium

Zdaniem Anety Górskiej branża dekoracji cukierniczych przeszła w ostatnich latach wyraźną metamorfozę. Zmieniły się nie tylko narzędzia i techniki, ale również podejście klientów do estetyki wypieków.

– Dekoracje stały się sztuką, rozwinął się zawód dekoratora, który reprezentuje świetnie wyszkolony personel, powstały nowe techniki, nowe możliwości – mówi.

Coraz silniej widoczna jest też specjalizacja pod konkretne okazje. Inne dekoracje przygotowuje się na urodziny, inne na wesele, a jeszcze inne na chrzciny czy komunie. Jednocześnie zmienia się język wizualny: odchodzi się od ciężkich, przeładowanych form w stronę lekkości, natury i minimalizmu. Współczesne dekoracje są oszczędne, ale dopracowane. Pojawiają się motywy roślinne, kolory ziemi, pastele, jadalne kwiaty czy subtelne elementy premium. Z drugiej strony rośnie rola technologii: od wydruków spożywczych po dekoracje wykonywane z użyciem szablonów, które gwarantują szybkość i powtarzalność.

– Warto wspomnieć, że współczesne dekoracje są często w wydaniu premium, bo stały się ważniejsze niż smak wypieku – zaznacza. I właśnie to zdanie świetnie podsumowuje zmianę, jaka zaszła w oczekiwaniach konsumentów. Wypiek coraz częściej

ma nie tylko smakować, ale też „wyglądać” i wpisywać się w estetykę wydarzenia.

### Komunia: między tradycją a nowoczesnością

Jednym z najmocniejszych sezonów dla branży pozostaje okres komunijny. To wtedy szczególnie rośnie popyt na personalizowane ciastka, dekoracje tortów, toppersy i słodkie podziękowania dla gości. W dekoracjach komunijnych wciąż obecne są przede wszystkim klasyczne symbole religijne, ale coraz częściej są one interpretowane w nowocześniejszy, subtelniejszy sposób. – Niezmiennie królują kielich i hostia, gołębki, biblia, a także krzyż: prosty, elegancki, często złożony – wylicza ekspertka. Jednocześnie współczesne realizacje nawiązują do estetyki „ogrodowej” i naturalnej. Pojawiają się zielone gałązki, eukaliptus, żywe lub jadalne kwiaty, a same torty pozostają oszczędne w formie. Ważnym elementem jest też personalizacja, która przestała być dodatkiem, a stała stan-

dardem. Imię dziecka, data, cytat religijny wydają się być „must have”.

Ciekawym zjawiskiem jest również coraz większa otwartość na elementy bardziej indywidualne, związane z zainteresowaniami dziecka, a nie wyłącznie z symboliką uroczystości.

## *Słodkie upominki to coś więcej niż dodatek*

Podobną ewolucję widać w segmencie słodkich upominków dla gości komunijnych i weselnych. Jeszcze kilka lat temu były one raczej miłym dodatkiem, dziś coraz częściej są pełnoprawnym elementem oprawy wydarzenia. Ich estetyka bywa ściśle skorelowana z zaproszeniami, dekoracją stołu i stylistyką przyjęcia. Liczy się nie tylko produkt, ale też opakowanie, detal i komunikat. – Motywy na upominkach nie są przypadkowe, a ściśle powiązane z tymi na zaproszeniach i na stołach – zauważa właścicielka marki.

Na popularności zyskują niewielkie, eleganckie formy: ciasteczka, słoiczki, pralinki czy pudełeczka z czekoladkami. Mocno wraca też estetyka „domowości”, ale w nowym, bardziej dopracowanym wydaniu. – Powrót do „domowych” wyrobów to trend, który powrócił, by docenić konfitury, miody czy ręcznie robione pralinki – mówi i dodaje: – Personalizacja w upominkach jest bardziej normą niż luksusem.

## *Marka budowana przez społeczność*

W przypadku takich biznesów jak Szablony Kulinarne ważną rolę odgrywa nie tylko produkt, ale też relacja z odbiorcami. Klienci nie są wyłącznie kupującymi. Często stają się współtwórcami nowych rozwiązań, źródłem inspiracji i ambasadorami marki. Aneta Górńska podkreśla, że wiele pomysłów na nowe wzory rodzi się właśnie dzięki tej codziennej wymianie doświadczeń. – Moi klienci bardzo często są źródłem inspiracji. Chętnie przyjmuję ich pomysły na nowości, doceniam także drobne uwagi czy prośby, gdyż tylko wzajemna synergia przynosi najlepsze efekty.

Ta społecznościowość jest charakterystyczna dla całej branży dekoracji cukierniczych, która mocno rozwija się wokół mediów społecznościowych, wydarzeń branżowych i wzajemnego dzielenia się technikami.

– Klientów mam wspaniałych! Kreatywnych, zdolnych, chętnych do poznawania nowych technik dekoracji. Z wieloma znam się osobiście, widzimy się na branżowych imprezach, wymieniamy doświadczenia, czujemy się jak jedna wielka rodzina.

## *Satysfakcja z własnej marki*

Największą wartością tej działalności okazuje się nie tylko sprzedaż czy rozwój oferty, ale poczucie sprawczości: możliwość tworzenia produktów od podstaw i rozwijania ich pod własnym szyldem. To także satysfakcja z obserwowania, jak narzędzia stworzone pod jedną marką zaczynają żyć w pracowniach innych twórców. – Wielką radość sprawia mi tworzenie czegoś od początku, czyli realny wpływ na wzory szablonów czy foremek do ciastek. Z nieślabnącą od wielu lat radością przyjmuję od klientów zdjęcia słodkości, do których dekoracji wykorzystali moje szablony lub foremki – cieszy się Aneta.

Nie bez znaczenia są również momenty symboliczne, takie jak obecność na targach branżowych czy wejście w nowe środowiska zawodowe. – Tegoroczny debiut jako wystawca na lutowych targach Expo Sweet w Warszawie to najlepszy tego przykład – podkreśla z dumą.

## *Więcej zastosowań, więcej akcesoriów*

Rozwój tej kategorii produktów wciąż trwa, a rynek dekoracji cukierniczych pozostaje bardzo chłonny na nowe rozwiązania. Szczególnie te, które odpowiadają na konkretne potrzeby użytkowników i pozwalają pracować sprawniej bez rezygnacji z jakości. Dlatego kolejnym krokiem dla marki mają być nowe typy szablonów oraz dalsze rozszerzanie oferty akcesoriów. – Wierzę, że w najbliższej przyszłości wprowadzę do oferty szablony o nowych zastosowaniach, tj. takie, których jeszcze nie mam, a wymagają użycia grubszego tworzywa.

I choć historia zaczęła się od dekorowanych ciastek, wyraźnie widać, że w tym pomysł chodzi o coś więcej: o markę rozwijaną konsekwentnie wokół pasji, potrzeb rynku i bardzo konkretnej niszy produktowej. – Zasypiam i budzę się z tą myślą, więc musi się udać – kończy z uśmiechem Aneta.

# SZABLONY KULINARNE

## Anety

Szybka praca

Precyzyjny efekt



♥ SZABLONY  
♥ FOREMKI  
♥ PUDELECZKA

Szablony i foremki stworzone z myślą o wygodzie, powtarzalności i dekoracjach, które robią wrażenie. Efekt WOW w praktyce.

## Zapraszamy!

[www.szablonykulinarne.pl](http://www.szablonykulinarne.pl)



szablonykulinarne



szablonykulinarne.pl





Beata Prusak

Pierniczki do zadań specjalnych

# Piernik komunijny – DEKORACJA Z UŻYCIEM SZABLONU



## Materiały

- szablon z motywami
- szpatułka do rozprowadzania lukru
- ciastka z podkładem z lukru królewskiego lub masy cukrowej
- szpikulec do ewentualnych korekt
- woreczek z lukrem o średniej gęstości (konsystencja pasty do zębów)
- nożyczki

## Sposób wykonania

Szablon nałożyć na ciastko, równo dopasowując wzór. Końcówkę woreczka z lukrem obciąć na szerokość ok. 3 mm, wyciskać lukier zgodnie ze wzorem szablonu, uważając, aby go nie przesunąć. Szablon przytrzymać jedną ręką, a drugą – za pomocą szpatułki – rozprowadzić lukier po wzorze. Nadmiar zebrać płynnymi ruchami, podobnie jak przy smarowaniu pieczywa cienką warstwą masła [1-4].

Spryskać wzór złotym barwnikiem, kierując strumień równomiernie na powierzchnię. Dla uzyskania zróżnicowanego efektu wizualnego część ciastek pozostawić bez tego etapu. Delikatnie podnieść szablon, nie przesuwając go, aby zachować wyraźny wzór [5].

Przełożyć lukier do drugiego woreczka, naciąć otwór o szerokości ok. 1 mm i wykonać elementy wykończeniowe według uznania. W razie potrzeby użyć szpikulca do korekt (szczególnie przy pracy z lukrem królewskim). Dla uzyskania efektu wypukłości można wypełnić wybrane elementy wzoru [6].

Odstawić ciastka na około 40 minut do całkowitego wyschnięcia. ■



# 40 Lat

**NASZE PRODUKTY  
NAGRODZONE LAUREM  
HIT CUKIERNICZY!  
DZIĘKUJEMY!**

przeгляд  
piekarski  
i cukierniczy

EXPO  
SWEET  
2026

**LAUR "PPiC"**  
Hit cukierniczy 2026

Warszawa  
22-25 lutego 2026

Kandy  
tel.: 692 242 621, e-mail: info@kandy.pl

[www.kandy.pl](http://www.kandy.pl)

reklama



# CHRUP i TAŃCZ



## Jak Rogalove zamienia deser w doświadczenie



*Deser nie musi już czekać na gości przy stole. Coraz częściej wychodzi do ludzi, buduje atmosferę wydarzenia i staje się częścią zabawy. Walking cannoli, na którym swój koncept zbudowało Rogalove, to jeden z wyraźniejszych trendów na rynku eventowym. Pokazuje, że słodkości na weselach, komuniach, piknikach czy wydarzeniach firmowych mają nie tylko smakować, ale też angażować, zaskakiwać i zostawać w pamięci.*



Na rynku eventowym nie ma dziś miejsca na stagnację. Klienci coraz częściej szukają nie tylko dobrze podanego cateringu, ale też formatów angażujących

gości i budujących atmosferę. Klasyczny słodki stół przestaje wystarczać, liczy się element zaskoczenia, interakcji i estetyka, która dobrze działa również w social mediach. W tym kontekście coraz mocniej zaznacza się trend inspirowany kuchnią południowej Europy, szczególnie włoskimi deserami premium, łączącymi prostotę z wyrazistym smakiem. Jednym z produktów, który coraz śmiejiej wchodzi do oferty eventowej, jest cannolo – sycylijski klasyk, w Polsce wciąż pozostający czymś świeżym, a przez to atrakcyjnym.

Na tym właśnie pomysły zbudowali swój koncept Kamila i Mateusz Dzwonkowscy, twórcy marki Rogalove, którzy połączyli doświadczenie gastronomiczne z obserwacją zmieniających się potrzeb rynku.

Ich wejście w ten segment nie było przypadkowe. Oboje od lat są związani z gastronomią i edukacją kulinarną, a zawodowe kompetencje przełożyli na bardzo konkretną, dobrze osadzoną niszę. Jak podkreślają, branża gastronomiczna towarzyszy im od dawna, a wspólnym mianownikiem pozostaje nie tylko profesjonalne przygotowanie, ale też autentyczna pasja do jedzenia i kulinarnego odkrywania świata.

– Mateusz jest z wykształcenia i z zamiłowania szefem kuchni, robi to od 16 lat. Rozwijał swój warsztat, pracując w restauracjach o przeróżnym charakterze, komponował kreatywne menu, karmił najróżniejsze grupy ludzi podczas targów, eventów oraz imprez okolicznościowych. Ja natomiast jestem z wykształcenia dietetykiem z zamiłowaniem do aktywnego trybu życia oraz kulinarnego zwiedzania świata, co prezentuję w swoich mediach społecznościowych. Pracujemy również w jednym z warszawskich techników, gdzie zarażamy gastronomiczną pasją i wiedzą młodzież. Łączy nas przede wszystkim zamiłowanie do słodkiego, w wersji fit i nie fit – zaznacza Kamila.



## Od Sycylii do konceptu biznesowego

Jak to często bywa w gastronomii, impuls przyszedł z podróży. To właśnie wyjazd na Sycylię przyniósł pomysł, który szybko przerodził się w biznes. Jednak twórcy Rogalove nie chcieli kopiować jedynie formy deseru, zależało im na odtworzeniu autentycznego doświadczenia smaku, jakie daje tradycyjne włoskie cannolo. Kluczowe okazało się więc nie samo nadzienie czy chrupiąca rurka, ale również technologia, proporcje i lokalne inspiracje, które w Polsce rzadko pojawiają się w tej kategorii produktowej.

– W sierpniu 2025 roku poleciliśmy na Sycylię, gdzie skosztowaliśmy tradycyjnego cannolo. Okazało się ono zarazem chrupkie i wilgotne, krem był o wiele gęstszy i pełniejszy w smaku od np. wafłowej rurki ze zwykłą bitą śmietaną. I pomyśleliśmy, dlaczego tak rzadko, o ile w ogóle, mamy szansę zjeść ten pyszny, chrupiący deser w Polsce? Niewiele myśląc, spontanicznie postanowiliśmy poszukać Włocha, który nauczy nas odtwarzać dokładnie taki smak, i szybko znaleźliśmy się na szkoleniu w Taorminie. Nim wróciliśmy do Polski, pomysł na biznes już wykreował się w naszej głowie – opowiada Kamila.



## Produkt premium zaczyna się od detalu

W przypadku cannoli autentyczność nie kończy się na nazwie. O przewadze decydują składniki i rzemiosło wykonania. Zatem dokładnie te elementy, które coraz częściej są dziś dla klientów ważniejsze niż efektowna prezentacja. Rogalove podkreśla, że ich przewagą nie jest „słodki gadżet eventowy”, ale produkt, który ma konkretny smak, strukturę i własny charakter. To istotne szczególnie w segmencie wydarzeń premium, gdzie goście są coraz bardziej świadomi i oczekują jakości także w deserze podczas imprezy okolicznościowej.

– Całego sekretu zdradzić nie możemy – śmieje się Mateusz i dodaje: – Ale jakość produktów, z jakich korzystamy, naprawdę się liczy. Włochy to prosty kraj, który nie lubi ulepszczyć i nie korzysta z półśrodków. Tutaj nie ma mowy o gładkim mascarpone czy lekkiej bitej śmietanie. Klienci często pytają, czy oby na pewno korzystamy z ricotty, i oczekują konkretnej struktury naszego kremu oraz smaku. Podobnie jest z kruchymi korpusami, które swoją wilgotność oraz chrupkość zachowują tylko przy regionalnym winie Marsala. Zatem duża dbałość o szczegóły i dobre produkty to chyba nasz przepis na sukces.

## Deser, który „pracuje” na ewencie

Jednym z najciekawszych elementów tego konceptu nie jest jednak samo cannolo, ale sposób jego podania. Współczesny rynek eventowy coraz mocniej premiuje rozwiązania mobilne, lekkie wizualnie i interaktywne – takie, które nie stoją w jednym miejscu jak klasyczny bufet, tylko stają się częścią wydarzenia.

Rogalove wpisało się w ten trend poprzez format walking cannoli box, czyli mobilnej formy serwowania, funkcjonującej bardziej jak doświadczenie niż zwykły cateringowy dodatek. To rozwiązanie dobrze odpowiada na potrzeby współczesnych eventów: goście nie zawsze chcą odchodzić od rozmowy, kolejki do stołu bywają barierą, a organizatorzy coraz częściej szukają atrakcji, które działają „w ruchu”.

– Obsługa eventu zależy od charakteru imprezy oraz oczekiwań klienta. Walking cannoli box to taki wędrujący słodki stół, który w nienachalny sposób dodaje klasy imprezie oraz dopieszcza nawet

wstydlivych gości. Sprawdza się na przywitaniu gości, zanim rozpocznie się dana impreza, albo jako osłoda do networkingu podczas rozmów biznesowych czy przerw kawowych na konferencji, ale także jako słodko-taneczne show w późniejszych godzinach na weselu czy pikniku rodzinnym, kiedy to każdy ma ochotę zaszałać i nie ma czasu na chodzenie do bufetu – wyjaśniają twórcy konceptu.

To bardzo ciekawy przykład szerszego zjawiska: food experience coraz częściej zastępuje tradycyjny model wydawania jedzenia. Dziś deser ma nie tylko smakować, ale też budować energię wydarzenia, uruchamiać interakcje i wzmacniać zapamiętywalność marki lub okazji.

## Efektowność w parze z funkcjonalnością

W przypadku mobilnych konceptów eventowych estetyka to tylko połowa sukcesu. Drugą połową to logistyka. Często niedoceniana i przez to niedoszacowana, a w praktyce absolutnie kluczowa. Rogalove od początku myślało o własnym rozwiązaniu nie tylko jako o atrakcji wizualnej, ale również narzędziu operacyjnym, które ma działać sprawnie w różnych warunkach: od wesel po spotkania firmowe. – Zależało nam na boxie, który będzie zamykany, z osobnymi przegródkami, tak by krem cały czas znajdował się w warunkach chłodniczych oraz by całość konstrukcji pozostała lekka. I finalnie udało się to pogodzić – uśmiecha się Kamila. To właśnie tego typu dopracowanie często decyduje o tym, czy dany pomysł można realnie skalować i wdrażać na rynku, czy pozostaje tylko ciekawostką, która co najwyżej przeżyje chwilowe boom, stając się wiralem w social mediach.

## Kto lubi chrupać (i tańczyć)

Ciekawy okazał się również kierunek zainteresowania usługą. Początkowo twórcy konceptu zakładali, że ich oferta będzie naturalnie najmocniej rezonować z rynkiem weselnym. W praktyce bardzo szybko okazało się, że format równie dobrze odpowiada na potrzeby segmentu B2B.

To dość ważna obserwacja dla całej branży: firmy coraz chętniej inwestują w niestandardowe formy hospitality, które podnoszą

jakość wydarzenia, ale nie są jeszcze opatrzone i przewidywalne.  
– Początkowo sądziliśmy, że nasz pomysł znajdzie odbiorców przede wszystkim na weselach (...). Natomiast bardzo szybko przekonaaliśmy się, że walking cannoli box pożądany jest również na spotkaniach integracyjnych dla firm, konferencjach, a także eventach czy wigiliach firmowych.

### *Nowość, która nie tylko działa, ale i się rozkręca*

Jedną z największych przewag takich konceptów pozostaje po prostu świeżość. W branży, w której wiele atrakcji szybko staje się powtarzalnych, nowość sama w sobie bywa bardzo silną walutą. O ile idzie za nią jakość wykonania.

W przypadku Rogalove wyraźnie widać, że odbiorcy reagują nie tylko na smak, ale też na sam moment pojawienia się atrakcji w przestrzeni wydarzenia. To ważne, bo właśnie na tym poziomie rodzi się „eventowy efekt wow”, którego szuka dziś tak wielu organizatorów.

– Przede wszystkim to powiew świeżości na rynku i imprezach, to bardziej atrakcja niż samo jedzenie; to nienachalne show, gdzie goście chętnie wchodzi w interakcje, nagrywają, tańczą, proszą o krem do buzi. Oprócz włoskiego smaku jest tu przemyciona przede wszystkim ciepła, sycylijska energia – podkreśla Mateusz. I właśnie ta energia, bardziej niż egzotyka produktu, wydaje się najmocniejszą wartością tego typu rozwiązań. Goście chcą do-

świadczeń, które są estetyczne, lekkie, angażujące i „do opowiedzenia dalej”. Choć cannoli pozostaje osią konceptu, marka nie zamyka się na rozwój oferty. To naturalny kierunek, szczególnie jeśli produkt ma funkcjonować długofalowo na rynku eventowym, który bardzo ceni elastyczność i możliwość personalizacji.

– Ogólnie naszym pomysłem wiodącym i sztandarowym jest cannoli, ale nie ograniczamy swoich możliwości. Jesteśmy w stanie zorganizować także inne słodkości, jak tiramisu czy panna cotta – dodają.

### *Deser przestaje być dodatkiem*

Historia Rogalove dobrze pokazuje szerszą zmianę zachodzącą w branży. Współczesna cukiernia eventowa coraz rzadziej pełni wyłącznie funkcję dostawcy słodkości. Częściej staje się twórcą mikrodoświadczeń, mających wpływ na odbiór całego wydarzenia. A to oznacza, że w najbliższych sezonach wygrywać będą nie tylko ci, którzy oferują dobry produkt, ale przede wszystkim ci, którzy potrafią zamienić go w format, emocję i opowieść.

Szczególnie istotne jest to właśnie teraz, gdy wraz z początkiem kwietnia branża wchodzi w intensywny okres realizacji związanych z komuniami, weselami, piknikami rodzinnymi, eventami plenerowymi i firmowymi spotkaniem sezonowymi. W tym czasie organizatorzy jeszcze mocniej szukają rozwiązań, które są jednocześnie efektowne, praktyczne i „gotowe do pokazania”.

reklama



## Maksymalna wydajność pakowania

**20 lat doświadczenia ULMA w Polsce.**

**Innowacyjne technologie i kompleksowe linie pakujące dla branży piekarniczej.**



[www.ulmapackaging.pl](http://www.ulmapackaging.pl)

*Lauretta*®      *Ascanio*®

## KOSTKA CAPPUCINO Z KARMELEM



Ciemne blaty biszkoptowe **3 szt.**  
Śmietana kremówka **1 l**  
Mascarpone **250 g**  
Cukier **100 g**  
Żelatyna **5 g**  
Nadzenie Lauretta o smaku cappuccino **100 g**  
Nadzenie Lauretta o smaku adwokata **50 g**  
Nadzenie Lauretta malinowe 60% **70 g**  
Głazura mirror Ascanio o smaku karmelowym

Śmietanę ubić z mascarpone i cukrem, dodać żelatynę. Powstałą masę podzielić na 2 części: do jednej dodać nadzenie Lauretta o smaku adwokata, a do drugiej nadzenie o smaku cappuccino.

Na dolnym blacie rozsmarować nadzenie malinowe 60%, na nim połowę masy cappuccino, przykryć drugim biszkoptem. Na blat wyłożyć pozostałą masę cappuccino, przykryć biszkoptem i rozsmarować krem adwokat.

Schłodzone ciasto oblać glazurą mirror Ascanio o smaku karmelowym.

Udekorować według uznania.

**OKMET®**

Producent pieców  
i urządzeń piekarniczych

# PIECE PIEKARNICZE

ISTNIEJEMY OD  
**30 LAT**



**Tylko teraz. Przy zakupie  
pieca wymiennik ciepła gratis**



- » komorowe  
gazowe, olejowe, na pellet
- » cztero- lub pięciokomorowe
- » o powierzchni wypiekowej  
4-18 m<sup>2</sup>



- » obrotowe  
gazowe lub  
olejowe
- » o powierzchni  
wypiekowej  
8,6 i 10,8 m<sup>2</sup>



**NOWOŚĆ. Piec obrotowy z komorą  
garowniczą z zaparowaniem z pieca**

**ZAPEWNIAMY CAŁODOBOWY SERWIS GWARANCYJNY I POGWARANCYJNY**

**PONADTO OFERUJEMY:**

» wymienniki ciepła do wszystkich typów pieców piekarniczych gazowych i olejowych, zapewniające zaopatrzenie piekarni w ciepłą wodę do celów sanitarnych i technologicznych.

» komory garownicze

» aparaty wrzutowe

» blachy oraz foremki wypiekowe

» wózki nierdzewne

– do wszystkich typów pieców

– aluminiowe i stalowe

PPHU OKMET®

58-160 ŚWIEBODZICE | PLAC DWORCOWY 2 | tel./fax 74/854 43 47, 74/854 03 98, 74/854 11 51 | tel. kom. 500 107 856  
e-mail: okmet@okmet.com.pl | www.okmet.com.pl



## MIWE - SIŁA MARKI, KTÓRA ROŚNIE RAZEM Z PIEKARNICTWEM



NA RYNKU, GDZIE TRADYCJA SPOTYKA SIĘ Z TECHNOLOGIĄ, A RZEMIOSŁO CORAZ CZĘŚCIEJ WYMAGA WSPARCIA ZAAWANSOWANYCH ROZWIĄZAŃ, DZIAŁAJĄ MARKI, KTÓRE NIE POTRZEBUJĄ GŁOŚNEJ AUTOPROMOCJI. ICH POZYCJĘ BUDUJĄ BOWIEM LATA DOŚWIADCZEŃ, REALNE WDROŻENIA I ZAUFANIE KLIENTÓW. DO TAKICH FIRM BEZ WĄTPIENIA NALEŻY MIWE - PRODUCENT URZĄDZEŃ PIEKARNICZYCH Z NIEMAL 110-LETNIĄ HISTORIĄ. JEGO ROZWIĄZANIA OD PONAD TRZECH DEKAD SĄ OBECNE RÓWNIEŻ W POLSCE, A TO DZIĘKI FIRMIE GETH.

### OD NIEZNANEJ MARKI DO RYNKOWEGO STANDARDU

Historia obecności MIWE na polskim rynku to przykład konsekwentnego budowania pozycji marki. Ponad 35 lat temu rozwiązania tej firmy były w Polsce niemal nieznanymi. Dziś trudno wskazać segment profesjonalnego piekarnictwa, w którym nie byłyby obecne. Wiele piekarni – zarówno rzemieślniczych, jak i przemysłowych – korzysta z technologii MIWE na co dzień, traktując je często jako standard wyposażenia.

To nie przypadek. Za sukcesem stoi nie tylko jakość urządzeń, ale przede wszystkim filozofia działania: skupienie na realnych

potrzebach piekarzy i cukierników oraz nieustanne poszukiwanie rozwiązań ułatwiających pracę i podnoszących jakość wypieków.

### OD RZEMIOSŁA DO TECHNOLOGII - DROGA PRZEZ DEKADY

Warto przypomnieć, jak wyglądało piekarnictwo przed II wojną światową. Produkcja była w dużej mierze ręczna, pozbawiona wsparcia technologicznego, a utrzymanie powtarzalności jakości stanowiło ogromne wyzwanie. Choć MIWE już wtedy istniała i była mocno zakorzeniona w branży, prawdziwa rewolucja miała dopiero nadejść.

Jeden z przełomowych momentów stanowiło opracowanie pieca obrotowego typu roll-in. Idea była prosta, ale genialna: skoro część pracy można wykonać bez obciążania kręgosłupa – przy użyciu systemów transportowych – należy stworzyć urządzenie, które to umożliwi. Tak narodziło się rozwiązanie, pozostające symbolem wydajności i ergonomii w piekarni.

Innym kamieniem milowym było wprowadzenie koncepcji odpieku sklepowego – dziś powszechnej, a kiedyś przełomowej. Wypiek pieczywa na oczach klienta, oddziałujący na zmysły zapachem i wyglądem, nie tylko zwiększył sprzedaż, ale też zmienił sposób myślenia o dystrybucji świeżego pieczywa.

## TECHNOLOGIA, KTÓRA WYZNACZA KIERUNKI

Obecnie rozwiązania MIWE należą do najbardziej dopracowanych systemów piekarniczych na świecie. Firma nie tylko podąża za trendami – często je wyprzedza. Wśród technologii, które znacząco wpływają na codzienną pracę piekarzy, warto wymienić:

**MIWE atmo-jet®** – zoptymalizowaną technologię zaparowania, eliminującą wpływ czynników zewnętrznych, takich jak przeciągi czy zmienne warunki pogodowe;

**MIWE variobake** – rozszerzającą możliwości pieców wsadowych poprzez płynną regulację palników;

**MIWE smartproof™** – rozwiązanie pozwalające zachować intensywny aromat przy procesach odroczonego garowania.

To właśnie dzięki takim innowacjom piekarze zyskują większą kontrolę nad procesem produkcji, bezpieczeństwo pracy oraz swobodę w tworzeniu produktów o unikatowym charakterze.

## GLOBALNA MARKA Z LOKALNYMI KORZENIAMI

Siedziba MIWE niezmiennie znajduje się w niewielkim niemieckim Arnstein – mieście, z którego wywodzi się założyciel firmy. Mimo globalnego zasięgu i obecności w wielu krajach firma zachowała rodzinny charakter. Obecnie zarządzana jest przez trzecie pokolenie – na jej czele stoi Sabine Wenz.

MIWE posiada liczne przedstawicielstwa na całym świecie oraz dwa zakłady produkcyjne, w tym jeden w Meiningen, specjalizujący się m.in. w rozwiązaniach do odpieku sklepowego. Wizytówką firmy jest jednak nowoczesne centrum technologiczne – MIWE live baking center (LBC) w Arnstein. To ponad 1000 m<sup>2</sup> przestrzeni, gdzie spotykają się piekarze z całego świata, by testować rozwiązania, szkolić się i wymieniać doświadczenia. To miejsce żyje – nie jest showroomem, lecz platformą dialogu i rozwoju branży.

## PARTNER, NIE TYLKO DOSTAWCA

Jednym z kluczowych wyróżników MIWE jest podejście do klienta. Firma nie narzuca gotowych schematów, zamiast tego analizuje potrzeby, skalę produkcji i charakter działalności, by zaproponować optymalne rozwiązania. Niezależnie od tego, czy chodzi o małą piekarnię rzemieślniczą, czy duży zakład przemysłowy, podejście pozostaje indywidualne.

Tę filozofię od ponad 35 lat realizuje w Polsce firma GETH, będąca nie tylko dystrybutorem, ale przede wszystkim partnerem technologicznym dla krajowych piekarzy. Dzięki ponad 35-letniej, konsekwentnej działalności GETH z marki niemal nieobecnej MIWE stała się ważnym punktem odniesienia w nowoczesnym piekarstwie.

Firma GETH wyróżnia się także wysoką samowystarczalnością – własny zespół specjalistów realizuje projekty kompleksowo: od doradztwa po montaż i uruchomienie urządzeń, zapewniając klientom spójność i bezpieczeństwo inwestycji.

## ODPOWIEDZIALNOŚĆ I PRZYSZŁOŚĆ

MIWE od lat konsekwentnie rozwija działania w obszarze zrównoważonego rozwoju. Już od 2008 roku urządzenia projektowane są z myślą o efektywności energetycznej, a rozwiązania oznaczone symbolem e+. To podejście przekłada się nie tylko na ochronę środowiska, ale także na realne oszczędności dla użytkowników, co w obecnych warunkach rynkowych ma szczególne znaczenie. Firma inwestuje również w odnawialne źródła energii. Zainstalowana powierzchnia paneli fotowoltaicznych o powierzchni 1800 m<sup>2</sup> i łącznej mocy 128 kWp stanowi jeden z wielu małych kroków w kierunku redukcji śladu węglowego.

## TE PROJEKTY ROBIĄ WRAŻENIE

Współczesne realizacje MIWE imponują skalą i stopniem zaawansowania. Przykłady nowoczesnych piekarni w Niemczech pokazują, że firma jest gotowa na najbardziej wymagające inwestycje – zarówno pod względem technologicznym, jak i organizacyjnym. To projekty, które podczas wizyt referencyjnych budzą podziw i często stają się inspiracją dla kolejnych inwestorów.

## CZAS PRZYPOMNIEĆ

Dla wielu polskich piekarzy rozwiązania MIWE są codziennością – tak oczywistą, że czasem niezauważalną. Warto jednak przypomnieć, że za tymi urządzeniami stoi marka, która nieustannie się rozwija, inwestuje w innowacje i realizuje ambitne projekty na całym świecie.

MIWE nie epatuje historią, choć ma ją imponującą. Zamiast tego koncentruje się na przyszłości – i na tym, by wspierać piekarzy w realizacji ich marzeń. To właśnie ta konsekwencja sprawia, że siła marki MIWE wciąż rośnie. ■

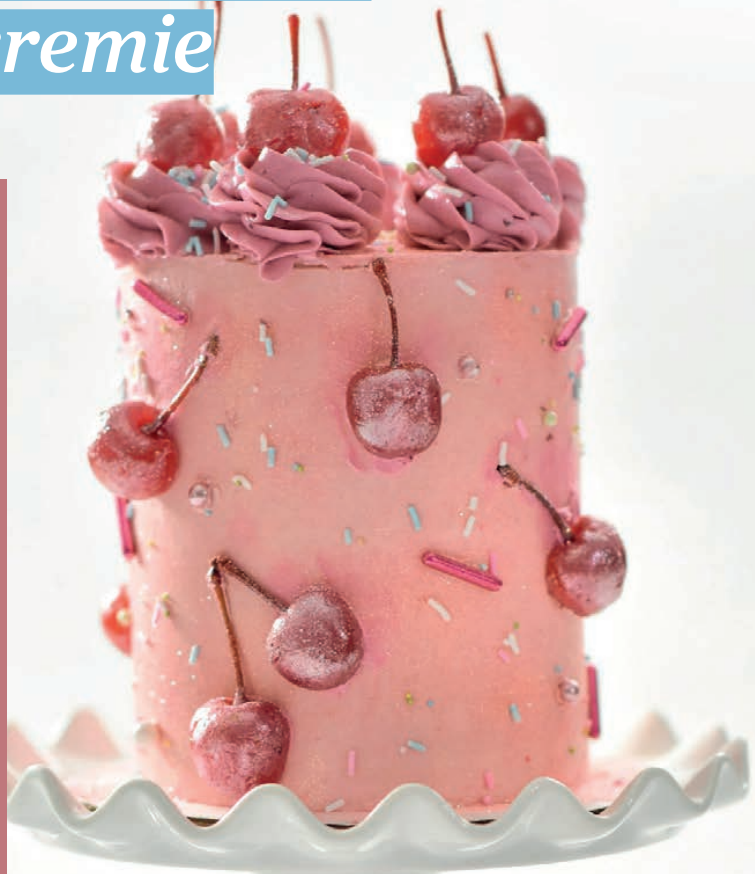




# CO PSUJE TORT?

## Naukowo o biszkopcie i kremie

Tort powinien być kulminacją uroczystości! Efektowny, pyszny i zapamiętany na długo. Tymczasem często okazuje się zbyt słodki, suchy albo przesadnie skomplikowany. Skąd biorą się te rozczarowania? Odpowiedź kryje się nie tylko w przepisach, ale też w chemii cukru, strukturze biszkoptu i zasadach budowania... konstrukcji.



„Trzeba chociaż spróbować.” „Weźmę, żeby nie było przykro.” Dlaczego torty tak często rozczarowują? Są jedzone bardziej z przymusu, tradycji. Na każdym weselu wniesienie tortu to wielki moment. Taneczna muzyka milknie, gasną światła i pojawia się on: elegancki, wzbudzający zachwyt, ale często okazuje się, że tylko wizualnie. Wystarczy jeden kęs, by się zasłodzić. Albo jest tak suchy, że nie da się go przełknąć. Lub tak przekombinowany, jakby ktoś chciał umieścić kilka deserów w jednym: dwa rodzaje ciast, beza, trzy kremy, żelka i jeszcze chrupka!

Cieężko też wyobrazić sobie urodziny, rocznicę czy inną ważną uroczystość bez tortu. Dawniej piekły go mamy czy babcie, dzisiaj robią to coraz rzadziej, bo takie ciasta uchodzą za zbyt trudne. A może to efekt presji, że tort musi być dziełem sztuki?



Rzeczywiście, tort jest czymś wyjątkowym, mistrzowie potrafią stworzyć istne cuda! Jednak przede wszystkim to dobrze przemyślana konstrukcja. Ciasto stanowi szkielet całej budowli, a ten powinien być solidny, ale niezbyt „twardy”, dlatego ciasto trzeba nasączyć. Nasączenie ma je zmiękczyć i nadać soczystości, ale trzeba być ostrożnym, bo nadmiar płynu doprowadzi do naruszenia konstrukcji.

### OD BISZKOPTOWEGO SZKIELETU PO KREMOWY „TYNK”

Krem stanowi spoiwo między piętrami. Ma łączyć, ale nie może być zbyt słaby, niestabilny, bo wówczas całość się rozjedzie. Czas na ożywienie budowli: owoce wprowadzają lekkość i kontrast do bogatego kremu. Należy jednak uważać z tymi



świeżymi, bo istnieje ryzyko puszczenia soku, który jest zagrożeniem dla konstrukcji. Dlatego lepszym rozwiązaniem będzie frużelina czy żelka. I jeszcze zaskoczenie na koniec: chrupka, nadająca charakter i przelamująca monotonię miękkich warstw. Tortowa konstrukcja gotowa! Prawie, bo wciąż została fasada, która przyciąga wzrok i zachęca do spróbowania. Krem zewnętrzny, nie bez powodu nazywany tynkiem, jest jak elewacja. Wyrównuje, maskuje niedoskonałości i nadaje ostateczny kształt. Musi być stabilny, żeby utrzymać wszystko w ryzach. I „wisienka na torcie”, czyli dekoracje, które podkreślają charakter tortu i mogą sugerować, co jest w środku. Tortowa konstrukcja, podobnie jak ta budowlana, wymaga czasu, by się ustabilizować. Rzecz jasna, we właściwej, chłod-

niczej temperaturze. Wypiek na ostatnią chwilę nie jest dobrym pomysłem, bo za zwyczaj kończy się fiaskiem.

## SEKRET SOCZYSTOŚCI – PO CO WŁAŚCIWIE NASĄCZA SIĘ BISZKOPTU?

Już wiemy, jak zapobiec suchemu tortowi, konieczne jest nasączenie! Możliwości jest wiele, do tego celu nie musimy używać alkoholu. W dzieciństwie nie znosiłam tortów na spirytusie! Najprostszą, a jednocześnie najnudniejszą opcją nasączenia jest woda z cukrem. Ciekawsza będzie z dodatkiem soku z cytrusów: cytryna to klasyka, ale czemu by nie

sięgnąć po limonkę? Herbata czy kawa też dobrze spełnią tę rolę, ale trzeba pamiętać, że mogą także zmienić barwę ciasta. No chyba że będzie to ciemny biskopt, wówczas pozostaną niewidoczne. Herbata nie musi być czarna, może być zielona, earl grey czy jaśminowa.

Ciekawą propozycją jest też sok owocowy, aczkolwiek, podobnie jak kawa, może on wpłynąć na kolor ciasta. Pamiętaj jednak, że nasączenie nie jest obojętne: zmienia finalny smak tortu i czasem, żeby nie współzawodniczyć z innymi intensywnymi składnikami, najlepszym wyborem może się okazać nudna woda z cukrem.

## CUKIER NIE TYLKO SŁODZI – CHEMIA BISZKOPTU

Co z przesłodziem? Winny jest rzecz jasna cukier, w tej czy innej postaci. Jednak cukier pełni nie tylko funkcję słodzącą, pewna ilość jest wręcz niezbędna z powodów technologicznych. Przyjrzyjmy się bliżej biskoptowi. Podczas ubijania jaj z cukrem włączamy powietrze i tworzymy pianę, którą stabilizuje właśnie cukier. Rozpuszcza się on w fazie wodnej jaj, zwiększa lepkość. W rezultacie masa jajeczna może utrzymać więcej pęcherzyków powietrza, co finalnie przełoży się na większą objętość i delikatniejszy miękisz. Dzięki temu biskopt będzie też bardziej miękki, bo cukier osłabia siatkę glutenową. Poza tym cukier opóźnia ścinanie białek i żelowanie skrobi, a dzięki temu ciasto będzie miało szansę dłużej się rozrastać, nim zastygnie.



Marta Szumiata | Nauka na Talerzu  
naukanatalerzu@gmail.com

## Food Scientist nadciga z pomocą!

### Receptury i wdrożenia

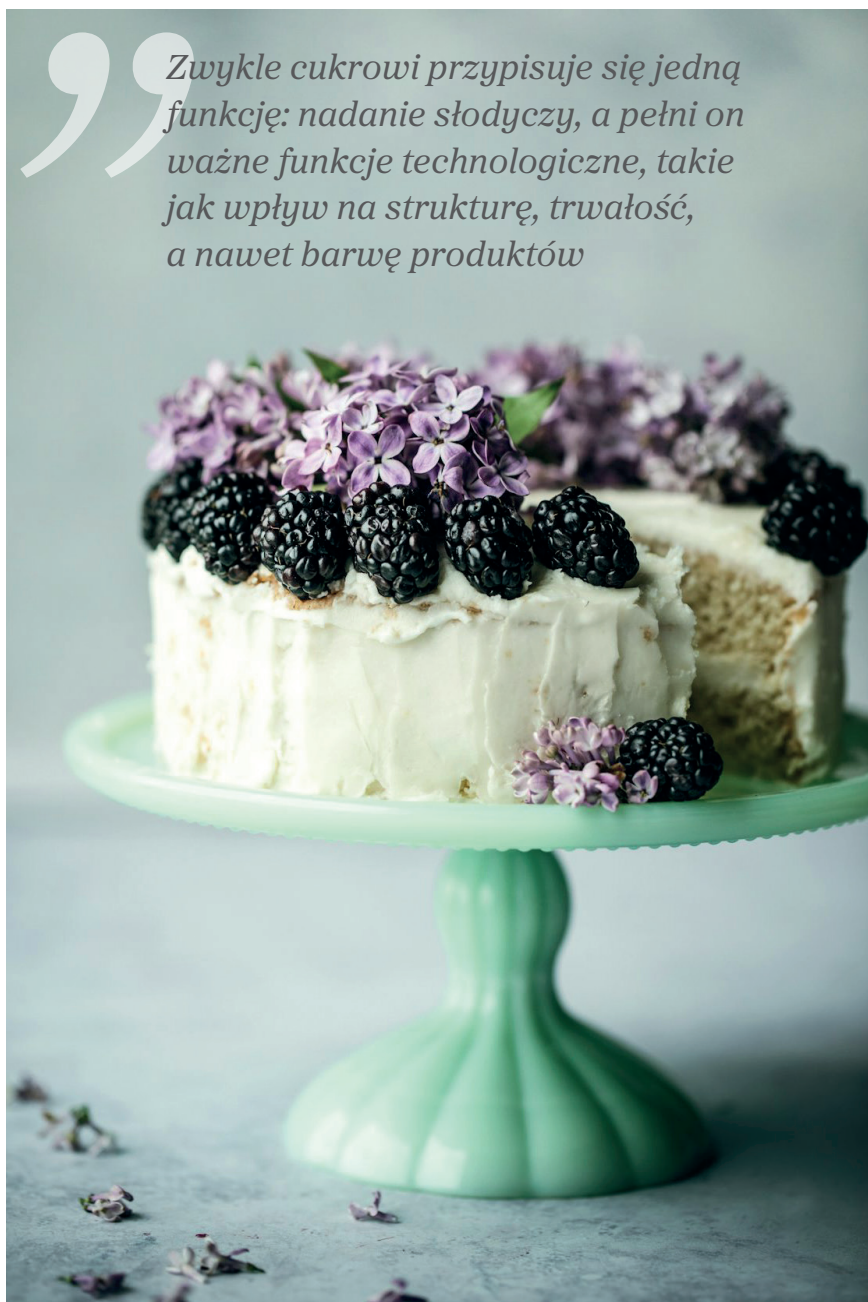
- lody rzemieślnicze i przemysłowe
- batony: proteinowe, energetyczne
- czekolady od ziarna

### Etykieta bez stresu

- wartości odżywcze, alergeny
- skład, wymagane oznaczenia

### Doradztwo technologiczne

- szkolenia dla zespołów i warsztaty



„Zwykle cukrowi przypisuje się jedną funkcję: nadanie słodyczy, a pełni on ważne funkcje technologiczne, takie jak wpływ na strukturę, trwałość, a nawet barwę produktów

Kolejna cecha cukru to higroskopijność, czyli zdolność do wchłaniania lub wiązania się z wodą. Dzięki temu biszkopt dłużej zachowa wilgotność. Nie można zapomnieć o pięknym kolorze i kuszącym aromacie. To rezultat karmelizacji cukrów. Jednak pamiętaj, że niezbędny jest umiar, bo nadmiar cukru szkodzi! Grozi nie tylko przesłodzeniem, ale i uszkodzeniem struktury biszkoptu: będzie za ciężki, może nierównomiernie rosnąć czy opaść. Ciasto musimy też nasączyć, więc warto wziąć to pod uwagę. Owoce mają dać orzeźwienie, a nie słodycz z owocową nutą. Warto mieć to na uwadze przy wyborze środka żelującego do stworzenia żelki. I tak wśród pektyn

do wyboru mamy dwie opcje: wysokometylowane i niskometylowane. Te pierwsze do prawidłowego działania (zżelowania) potrzebują znacznych ilości cukru i odpowiednio niskiego pH. Z kolei te drugie będą „pracować” bez względu na poziom cukru (Ba! Bardzo wysoki poziom je zastępuje), ale wymagają obecności jonów wapnia.

## SMAK, TEMPERATURA I HISTORIA TORTU

Temperatura serwowania tortu ma znaczenie nie tylko dla stabilności. Wpływa także na odczuwanie smaku czy zapachu, które są niezwykle istotne

przy percepcji i ocenie żywności. Temat jest bardziej złożony, bo inaczej jest w przypadku fruktozy niż glukozy czy sacharozy. Fruktaza występuje m.in. w owocach, a te bardzo często pojawiają się w tortach. Jej odczuwalna słodycz znacząco zmienia się wraz z temperaturą: w niskich cząsteczki fruktozy mają formę sześciocząłowego pierścienia, który jest najśłodszy, bo idealnie pasuje do naszych receptorów słodkiego smaku. W ciepłych czy gorących warunkach zmienia się w mniej słodkie pierścienie pięciocząłowe, a w 60°C odczuwalna słodycz będzie niemal o połowę niższa! Sacharoza, czyli biały cukier, i glukoza nie przechodzą zmian strukturalnych pod wpływem temperatury. Ale bardzo niska temperatura (przypomnij sobie konsumpcję lodów) upośledza działanie kubków smakowych i receptorów. Co więcej, smak jest zależny od zapachu, a zimno ogranicza ulatnianie się cząsteczek aromatycznych. Czy zatem torty powinny być serwowane na ciepło? Zdecydowanie nie, bo by nie przetrwały i mogły stanowić zagrożenie mikrobiologiczne. Jednak warto pamiętać o wpływie temperatury na odczuwanie smaków i aromatów.

Jako ciekawostkę dodam, że w kuchni staropolskiej torty nie wyglądały tak jak dzisiaj. W *Compendium Ferculorum* Stanisława Czernieckiego, czyli pierwszej zachowanej polskiej książki kucharskiej wydanej w 1682 roku, znajdziemy następującą definicję tortu: „Raczej tarta. Czerniecki nazywa tak bardzo wiele wypieków. Są wśród nich wyroby z różnych rodzajów ciast, choć autor wyraźnie preferuje ciasto francuskie (listkowe), z różnymi dodatkami, przy czym nawet mięso czy warzywa przygotowywane są na słodko, ewentualnie słodko-kwaśno. W jego przepisach natykamy się więc na tort z masy migdałowej na opłatkach, tort szpikowy, szpinakowy, z cielęciną czy z jajecznicą. Najliczniejsze są jednak torty z różnymi owocami (m.in. jabłkowy, gruszkowy, poziomkowy, porzeczkowy, pigwowy)”. Tort z mięsem albo warzywami? Czemu nie? Kilka lat temu przygotowałam dla bliskiej osoby tort, w którym pierwsze skrzypce grała wiejska kiełbasa, a wtórowały jej kwaskowaty majonez, soczyste pomidorki koktajlowe i orzeźwiający szczypior. Może powinniśmy wrócić do przeszłości i przypomnieć dawny trend? ■

# Glasbord® na ściany i sufity

Płyty Glasbord® to **najlepsze rozwiązanie dla każdej firmy**, małej czy dużej. W zakładach przemysłowych można je stosować **zamiast płytek ceramicznych jako okładzinę ścienną i płytę sufitową**. Płyta **może być montowana na dowolnym podłożu**: na tynku, zniszczonych płytkach ceramicznych czy na starej płycie warstwowej.



## HIGIENA I CZYSTOŚĆ

Płytę warstwową Glasbord® na styropianie lub piance PIR można użyć w chłodniach i mroźniach. Bardzo szczelna warstwa polipropylenowa SURFASEAL sprawia, że powierzchnia nie jest porowata, dzięki czemu brud nie wnika wewnątrz struktury materiału, co znacznie ułatwia mycie i utrzymanie jej w czystości. Jest odporna na wilgoć, jej laminat poliestrowy nie przewodzi i nie wchłania wilgoci, ogranicza to rozwój bakterii na powierzchni płyty. Płyta posiada atest higieniczny i jest dopuszczona do stosowania w zakładach spożywczych jako okładzina ścienna.

## WYTRZYMAŁOŚĆ I MONTAŻ

Przed uszkodzeniami płyta jest zabezpieczona cienką warstwą niezwykle twardego materiału SURFASEAL. Powierzchnia płyty ma wyłoczoną strukturę, dzięki czemu nasz wyrób jest odporny na wszelkie zarysowania. Nie wymaga odnawiania, płyty nie trzeba malować, ponieważ pigment koloru jest zawarty w strukturze laminatu. Płyta nie blednie i pozostaje cały czas jak nowa.

Zaletą jest łatwy, szybki i tani montaż. Klej nakłada się na tynk podobnie jak pod płytki, a następnie przykładamy płytę i dociskamy gumowym wałkiem, a zatem może być on wykonany własnymi siłami. Równie łatwe w montażu są płyty warstwowe Glasbord®, w tym przypadku instalacja jest podobna do układania płyt kartonowo-gipsowych. Szerokość i długość płyty, dopasowana do pomieszczenia, zapewnia minimalną liczbę połączeń i bardzo szybki montaż. Dopuszczona do stosowania w budownictwie na podstawie Aprobaty Technicznej.

## CHARAKTERYSTYKA PŁYTY GLASBORD®

Płyty wykonane są z żywicy poliestrowej wzmocnionej włóknem szklanym. Grubość płyty 2,3 mm pozwala na stosowanie

jej jako płyty warstwowej na rdzeniu styropianowym od 20 mm do 200 mm, z przeznaczeniem do chłodni, mroźni. Nadaje się także do starych, zniszczonych i nierównych powierzchni lub jako ścianki działowe, wypełnienie do drzwi itd. Szerokość paneli wynosi 119,5 cm, natomiast długość jest dopasowana do wysokości pomieszczenia. Płyty łączone są listwami z PCV (DB). W systemie nie ma więc trudnych do umycia i wysuszenia fug cementowych, tak jak w przypadku płytek ceramicznych.

## DRZWI CHŁODNICZE I PRZEMYSŁOWE Z PŁYTY GLASBORD®

Drzwi chłodnicze z płytą Glasbord® są lżejsze od drzwi nierdzewnych, ale równie trwałe i odporne na zniszczenia.

Drzwi chłodnicze, przemysłowe, zawiasowe, przesuwne i wahadłowe nadają się do każdego zakładu spożywczego.

## LISTWY WYKOŃCZENIOWE Z PCV

Wykończenie między ścianą a posadzką musi być półokrągłe. Do wyoblenia naroży służy dwuczęściowa listwa z PCV. Można ją stosować na płytki lub płytę warstwową w nowych i remontowanych pomieszczeniach. Listwy posiadają kształtki do połączeń w narożnikach, dzięki czemu montaż jest bardzo prosty i szybki. ■

SARANA Sp. z o.o. 32-050 Skawina ■ ul. Piłsudskiego 47  
tel. 12 276 23 77, 276 56 88 ■ kom. 602 266 155  
www.sarana.com.pl ■ e-mail: marketing@sarana.com.pl

**SARANA** **ARM DOORS**

# W ORZECHOWYM KLIMACIE



*Orzechy – nazywane przez niektórych małymi klejnotami – w zależności od obróbki nadają wyrobom chrupkość, aksamitność i zapewniają charakterystyczny, subtelny smak. Zakres ich wykorzystania jest szeroki: kremy, chrupki, dodatek smakowy lub dekoracyjny. W cukiernictwie są niezbędne, podobnie jak wanilia. Znakomicie łączą się z czekoladą. To mistrzowski duet – mówią cukiernicy.*



■ Katarzyna Szarek



Kasia Kamińska z manufaktury Deser by Sernikowe Love ze Szczecina żartuje, że w poprzednim życiu była wiewiórką, tak bardzo lubi chrupać orzechy. Chętnie wykorzystuje je w wypiekach i potrafi o tym z przejęciem opowiadać. – W mojej pracowni korzystam praktycznie ze wszystkich

dostępnych rodzajów orzechów, ponieważ każdy z nich wnosi do deserów coś szczególnego, inny aromat, strukturę i charakter – mówi. W ruch idą więc orzechy włoskie, laskowe, pistacje, migdały, orzechy pekan, fistaszki, australijskie makadamie, a także orzeszki pini czy nerkowce. Używa ich pod różnymi postaciami – świeże, prażone, smażone. Jak tłumaczy cukierniczka, smażenie lub prażenie intensyfikuje ich aromat i smak. Bywa, że korzysta z orzechów prażono-solonych, by wprowadzić ciekawy kontrast smakowy, szczególnie tam, gdzie słona nuta łączy się ze słodką. Szczecińska przedsiębiorczyni nie poprzestaje na użyciu orzechów, równie chętnie sięga po płatki – migdałowe, laskowe, rzadziej po





### Kasia Kamińska z *Desery by Sernikowe Love*

Kiedy mówię o mące orzechowej, najczęściej mam na myśli mąkę migdałową, ale używam też mąki z orzechów laskowych, w zależności od przepisu i efektu, jaki chcę osiągnąć. Biskopt na bazie mąki z orzechów laskowych i mąki migdałowej z dodatkiem niewielkiej ilości mąki pszennej tworzę na bezie francuskiej. Jest bardzo delikatny, lekko wilgotny i ma wyraźny, przyjemnie orzechowy aromat. Jak go przygotowuję?

Najpierw ubijam białka z cukrem na lekką, stabilną pianę, czyli klasyczną bezę francuską. Następnie delikatnie łączę ją z suchymi składnikami: mąką z orzechów laskowych, mąką migdałową i mąką pszenną. Całość mieszam bardzo ostrożnie, żeby nie stracić puszystości piany, a następnie piekę w cienkiej warstwie.

Taki biskopt jest wilgotniejszy i bardziej miękki niż klasyczny pszenny. Mąka z orzechów sprawia, że ma mięsistą, sprężystą strukturę i długo zachowuje świeżość, a w smaku jest intensywnie orzechowy, lekko prażony, z przyjemną głębią, aromatyczny i elegancki. Dzięki temu świetnie komponuje się z czekoladą, kawą, karmelem czy kremami na bazie praliny z orzechów laskowych.

Mąki z orzechów mają naprawdę szerokie zastosowanie i potrafią całkowicie zmienić charakter deseru. Świetnie sprawdzają się w biskoptach i blatach tortowych, nadając im delikatną wilgotność, strukturę i piękny, naturalny aromat. Dzięki temu nawet prosty tort zyskuje trochę bardziej elegancki charakter.

Klasycznym przykładem są oczywiście makaroniki, które powstają na bazie mąki migdałowej, bo bez niej trudno byłoby uzyskać ich charakterystyczną strukturę – chrupiącą z zewnątrz i delikatnie miękką w środku. Bardzo lubię dodawać mąkę orzechową także do kruchych spodów do tart, bo sprawia, że ciasto jest bardziej aromatyczne i ma lekką, maślaną nutę. Świetnie działa też w orzechowych bezach czy dacquoise, gdzie oprócz smaku zapewnia ciekawszą strukturę. I oczywiście ciasta bezglutenowe, tutaj mąki z orzechów są wręcz niezastąpione, bo naturalnie nadają wypiekom wilgotność i głębię smaku.

trudno dostępne pistacjowe. Sprawdzają się świetnie jako element dekoracyjny i nadający chrupkość. Bywa, że kroji orzechy w kostkę lub sieka i pod taką formą dodaje do serników, kremów, ciast czy pralin. Korzysta także z past, np. pistacjowej, z orzechów laskowych bądź ziemnych. Stanowią one bazę do kremów, ganache'y czy nadzień. Kasia używa również mąk z orzechów – migdałowej lub z orzechów laskowych. Z nich lub z ich dodatkiem wypieka makaroniki, biskopty, ciasta bezglutenowe. – Dzięki dużej różnorodności orzechy są niezwykle wszechstronnym składnikiem, pozwalają budować smak, teksturę i estetykę deserów. Stanowią jeden z ważniejszych elementów nowoczesnego cukiernictwa. Każdy rodzaj wnosi coś innego: jedne dają intensywny, głęboki aromat, inne subtelną słodycz, a jeszcze inne przyjemną chrupkość, która przełamuje kremową strukturę deseru – wyjaśnia.

Jak przyznaje, przy orzechach może dać upust swojej cukierniczej kreatywności. Są dla niej albo delikatnym smakowym tłem, albo grają pierwsze skrzypce jak w przy-

padku pralin, kremów pistacjowych czy deserów z orzechami laskowymi.

– Dodatkowo pięknie pracują wizualnie. Karmelizowane, prażone czy w formie płatków dodają deserom elegancji i naturalnego charakteru – zaznacza. Często przygotowuje kremy orzechowe. – W deserze działa on trochę jak dobry aktor drugoplanowy, nie zawsze musi grać główną rolę, ale kiedy się pojawia, potrafi skraść całe przedstawienie – żartuje. Robiąc kremy, bazuje najczęściej na orzechach laskowych, pistacjowych, arachidowych. Zaczyna od prażenia, podczas którego uwalnia się pełny aromat oraz piękna, ciepła, lekko karmelowa nuta. Następnie mieli je lub blenduje, a powstałą gładką masę łączy, w zależności od deseru, z czekoladą, śmietanką, mascarpone lub przygotowuje na jej bazie krem maślano-orzechowy czy ganache. Takie kremy dodaje do tortów, serników, tart, monoporcji albo do makaroników.

Mąka orzechowa, a najczęściej używa migdałowej bądź z orzechów laskowych, to – według Kasi – mąka „magiczna”, ponieważ nadaje deserom strukturę, aromat i lekko

wilgotną konsystencję. Desery na bazie orzechów ocenia jako wnoszące coś więcej niż słodycz, pojawia się kremowość, ciepły, prażony aromat i przyjemna, otulająca nuta, która sprawia, że smak jest pełniejszy. – To dzięki obecności wysokiej zawartości tłuszczów roślinnych – wyjaśnia. – Różne rodzaje orzechów pozwalają subtelnie zmieniać charakter wypieku. Laskowe wprowadzają bardziej wyrazisty, prażony aromat, pekan dodają lekkiej maślaności, a migdały delikatności i elegancji – wlicza szczęścińska cukierniczka.

Orzechy są dla niej jak małe klejnoty, które „upiekła” natura. – Widzisz je jeszcze w łupinkach, a już czujesz, że w środku kryje się pełnia smaku i aromat, który później przenosi się do deserów – kończy swoją opowieść Kasia Kamińska.

### *Babeczka z charakterem*

Kinga Krajkowska – właścicielka domowej manufaktury Fajna Babeczka – wykorzystuje orzechy do swoich flagowych deserów,

choć wybór deserów z orzechami jest trochę ograniczony. – W moich wypiekach ze względu na sposób prowadzenia działalności, czyli kuchnię domową, trzymam się dość wąskiego menu. Poza tym ze względu na coraz częstsze alergię i wykluczenia pokarmowe orzechy mam tylko w kilku pozycjach – podkreśla.

Produkty te są bardzo ważne w asortymencie Kingi i ma do nich duży sentyment. Od początku działalności wypieka babeczkę orzechową z białą czekoladą. Do ciasta dodaje zmielone orzechy włoskie oraz kawałki białej czekolady. Po upieczeniu sprykuje górę kremem waniliowym, który wydobywa dodatkowo smak orzechów.

Kinga korzysta także z popularnych pistacji. Z ich dodatkiem na bazie serka i śmietanki przygotowuje krem pistacjowy – jedną ze składowych tortu o smaku pistacjowo-malinowym lub pistacjowo-truskawkowym. – W tym wydaniu krem pistacjowy smakuje jak włoskie gelato, a malina i dodana do tej kompozycji chrupka na bazie czerwonych liofilizowanych owoców przełamuje jego słodki smak – opisuje.

Właścicielka Fajnej Babeczki ma w ofercie babeczki z masłem czekoladowo-orzechowym, które przypominają Nutellę, ten rodzaj deseru uwielbiają jej najmłodszy klienci. Pokusiła się także o przygotowywanie tartaletki z kremem czekoladowym, w którym zatapia orzeszki ziemne w karmelu, a na całość wykłada krem z masłem orzechowym. Tartalетки imitują smak Snikersa. – Na słodkich stołach mojego autorstwa często pojawia się ptyś nadziewany namelaką pistacjową. Jest aksamitny i delikatny. A do moich kokosowych cake popsów używam siekanych migdałów. Wraz z kokosem i kremem na bazie białej czekolady przypominają praliny Rafaello, tylko z biszkopkiem – dodaje Kinga.

Orzechy zamawia w sklepach internetowych lub hurtowniach spożywczych. Kupuje je łuskane lub pasty 100%. Ze względu na niewielką przestrzeń, jaką dysponuje, oraz na rozdzielczość czasową, jaka obowiązuje w jej kuchni domowej, nie może pozwolić sobie na pełen proces obróbki orzechów, więc ze względów praktycznych korzysta z gotowych produktów.

Orzechy przed użyciem praży, by wydobyć z nich bardziej wyrazisty smak. – Bez prażonych orzechów laskowych moja pralina do tortów „chrupiąca Nutella” nie miałaby swojej wyrazistej struktury – przekonuje Kinga.

Prażone orzechy włoskie dodaje także do marchewkowych babeczek, które pojawiają się u niej okazjonalnie, np. w okresie

świętecznym. Natomiast do spodu karmelowego sernika przygotowywanego z herbatników dodaje orzeszki ziemne. Na swoje prywatne potrzeby wypieka chlebek bananowy, który – jak mówi – zyskuje charakterystyczny głęboki smak właśnie dzięki prażonym orzechom włoskim. – Z kolei prażone siekane orzechy laskowe stanowią część nadzienia do drożdżowych rollsów, które są jeszcze w fazie testów – deklaruje właścicielka Fajnej Babeczki.



## Orzechowe praliny Kasi

Kasia Korolczuk z białostockiej Cukierni Pani K. od kilku lat fascynuje się czekoladą. W swojej pracowni wypieka ciasta, przygotowuje monoporcje, ale szczególne miejsce w jej sercu zajmuje czekolada. Po szkoleniach u znanego chocolatiera Michała Iwanika pracuje z tym surowcem jeszcze bardziej profesjonalnie i chętnie łączy go z orzechami. W ofercie ma praliny z orzechami, które wykorzystuje na różne sposoby. – Na przykład połówkę prażonego orzecha laskowego umieszczam w czekoladowym korpusie, który uzupełniam nadzieniem na bazie mlecznej czekolady i pasty orzechowej od lokalnego producenta MasLove 100% – opisuje.

Orzechy bez skórki kupuje u sprawdzonych dostawców. Następnie, zanim wykorzysta je do produktów czy wypieków, poddaje je prażeniu. Gotowe kupuje również pasty i masła.

– Kupujemy emulsję orzechową bez drobinek orzecha, co ciężko osiągnąć we własnej produkcji. Sami robimy praliny orzechowe: zalewamy prażone orzechy karmelem i mielimy je. W ten sposób otrzymujemy chrupiący krem, który uzupełnia teksturą np. praliny o smaku whisky – opowiada. Natomiast orzechowe nadzienia do pralin przygotowuje w formie ganache'y. Do ich produkcji używa różnych rodzajów czekolady, co pozwala – jak wyjaśnia – na ciekawe zabawy ze smakiem.

– Pralina o smaku orzecha laskowego powstaje na bazie czekolady mlecznej, którą łączymy ze śmietanką i solą. Połączenie tych składników tworzy przepyszny smak, przypominający lubianą przez wielu Nutellę – mówi.

Kasia szybko przedstawia proces tworzenia swoich pralin. – Jak robimy ganache orzechowy? Mieszmą ganache mleczny z pastą z orzecha laskowego i solą. Blendujemy celem emulgacji składników, tworząc emulsję. Następnie stabilizujemy go przez 12 godzin w lodówce. Korpusy w kształcie diamentu malujemy barwnikiem na bazie masła kakaowego. Wylewamy korpusy zatemperowaną

mleczną czekoladą. Krem orzechowy lekko upłyniamy i nadziewamy wylane korpusy – relacjonuje.

Właścicielka białostockiej cukierni zwraca uwagę na technikę przygotowania nadzień z wykorzystaniem orzechów. Trzeba uważać, by nie wytrącił się z nich tłuszcz. Orzechy muszą być wcześniej uprażone i obrane ze skórki. Zaniechanie tego powoduje, że produkty są gorzkie, co psuje smak. Nie poleca także kupowania orzechów na zapas. Szybko wietrzeją, a nawet jełczeją. Z kolei masło orzechowe należy przed użyciem wymieszać, ponieważ tłuszcz orzechowy wytrąca się dość szybko. Mieszając, przywracamy masłu jednolitą konsystencję. – To bardzo ważne – podkreśla Kasia. – Wytrącający się tłuszcz orzechowy niesie ze sobą całą esencję smaku, a miąższ orzecha opada na dno. Dopiero dokładne połączenie obu części daje smak idealny – wyjaśnia.

– Praliny orzechowe z Cukierni Pani K. cechują się subtelnością, bo same orzechy ze względu na oleistość mają delikatny smak – zauważa Kasia Korolczuk. – Aczkolwiek staramy się ten orzechowy smak jak najbardziej wydobyć. Lubimy, jak gra pierwsze skrzypce – żartuje. – Podkreślamy go np. odrobiną soli.

### W manufakturze Toma

Tom Siciński – właściciel Sopockiej Manufaktury Czekolady – uważa, że orzechy realnie podnoszą jakość produktu i budują jego charakter. – Orzech wnosi nie tylko chrupkość czy kremowość, ale też głębię, bardziej maślane, prażone, delikatnie deserowe nuty – mówi. – Dobrze dobrany, nie zagłusza czekolady, ale podkreśla jej charakter i sprawia, że całość staje się bardziej złożona, pełniejsza i ciekawsza w odbiorze – dodaje.

W swojej pracowni wykorzystuje kilka rodzajów orzechów, dobierając je do konkretnego produktu i efektu, jaki chce osiągnąć. Nerkowce i orzechy macadamia wykorzystuje przede wszystkim do kremów i nadzień, gdzie liczy się aksamitność i szlachetna struktura. Pistacji używa do Sopockich Czekolad Grubo Nadziewanych (nazwa handlowa produktu – przy. red.) oraz do czekolad karmelowych, pekany do Sopockich Medalionów i Sopockich Kłastrów, gdzie również pojawiają się orzechy włoskie. Natomiast różne rodzaje orzechów dodaje do bardzo popularnych czekoladek z bakaliami.

Orzechy kupuje od zaufanych polskich i tureckich dostawców, którzy zapewniają towar świeży, powtarzalny w smaku. Ważny jest aromat i tekstura. – Przygotowanie orzechów do produkcji zależy od rodzaju i receptury – zaznacza Tom. – Każda partia jest selekcyjowana, a następnie odpowiednio przygotowywana do dalszej pracy – wyjaśnia.

Bardzo ważne jest też prażenie. Właściciel Sopockiej Manufaktury Czekolady opracował wskazówki na temat temperatury i czasów prażenia dla każdego rodzaju orzechów, by wydobyć z nich to, co najlepsze bez utraty smaku. W zależności od produktu orzechy po prażeniu są rozdrabniane, łączone z czekoladą albo przetrzebiane na kremy i pasty.

### Alicja i orzechy

Alicja Lopes prowadzi małą manufakturę Chocomalina oraz warsztaty edukacyjne na temat czekolady. Wartości odżywcze dobrej

**ROS SWEET®**  
fruits&nuts

## KREMY ORZECHOWE

### od producenta

✓ Bez dodatku oleju palmowego

✓ Bez dodatku cukru

✓ Gotowe do użycia



Stabilna jakość i powtarzalność w każdej partii produkcyjnej.

[www.ros-sweet.pl](http://www.ros-sweet.pl)



## Niektóre rodzaje orzechów

**Orzech włoski** (*Juglans regia* L.) – drzewo, którego owoce są bogate w nienasycone kwasy tłuszczowe, witaminy z grupy B oraz składniki mineralne. Stanowią także cenne źródło białka roślinnego. Regularne, umiarkowane spożycie orzechów włoskich wspomaga pracę serca i układu nerwowego oraz korzystnie wpływa na koncentrację. W warunkach polskich drzewo to osiąga zazwyczaj od kilkunastu do około 25 m wysokości i zaczyna owocować po 7-10 latach od posadzenia. Preferuje stanowiska słoneczne i osłonięte od wiatru.

W cukiernictwie orzechy włoskie są chętnie wykorzystywane w masach, tortach, nadzieniach oraz wypiekach.

**Orzech laskowy** (*Corylus avellana* L.) – owoc leszczyny pospolitej, o słodkim, lekko oleistym smaku. Dojrzewa jesienią (wrzesień, październik). Jest bogaty w nienasycone kwasy tłuszczowe,

witaminę E, kwas foliowy oraz składniki mineralne, takie jak magnez i potas. Do popularnych odmian należą m.in. barceloński (duże owoce), olbrzymi z Halle (bardzo duże, stożkowate orzechy) oraz warszawski czerwony (średniej wielkości, dobrze się przechowujące).

Orzech laskowy jest jednym z kluczowych surowców w produkcji pralin, kremów orzechowych (np. typu gianduja) oraz wyrobów czekoladowych.

**Orzech ziemny** (*Arachis hypogaea* L.) – mimo nazwy nie jest orzechem w sensie botanicznym, lecz nasionem rośliny strączkowej. Zawiera duże ilości tłuszczów oraz białka, a także witaminy z grupy B i witaminę E oraz składniki mineralne, takie jak fosfor, mangan i potas. Należy do silnych alergenów pokarmowych. Pod koniec XIX wieku amerykański lekarz John Harvey Kellogg opracował masło orzechowe z orzeszków ziemnych.

W przemyśle cukierniczym wykorzystywany jest głównie do produkcji kremów, batonów, nadzień i przekąsek.

**Orzech makadamia** (*Macadamia integrifolia*) – jeden z najbardziej cenionych gatunków. Drzewa makadamia zostały opisane w Australii w 1857 roku przez botanika Waltera Hilla, a kraj ten do dziś pozostaje jednym z głównych producentów. Makadamie są bogate w nienasycone kwasy tłuszczowe, stanowią też źródło magnezu, miedzi, fosforu, manganu i witamin z grupy B oraz witaminy E. Wykazują działanie antyoksydacyjne. Ze względu na delikatny, maślany smak wykorzystywane są głównie w wyrobach premium, czekoladach i ekskluzywnych deserach.

**Orzech brazylijski** (*Bertholletia excelsa*) – pochodzi z obszarów Amazonii w Ameryce Południowej. Drzewa osiągają imponujące rozmiary – nawet do 50 m wysokości i około 2 m średnicy pnia. Owoce dojrzewają w twardych, kulistych kapsułkach przypominających kokosy, każda zawiera od 10 do 25 nasion. Ich zbiór jest utrudniony i niebezpieczny ze względu na spadające z dużej wysokości ciężkie owoce.

Orzechy brazylijskie są wyjątkowo bogatym źródłem selenu wspierającego pracę tarczycy – już jeden orzech może pokrywać dzienne zapotrzebowanie na ten pierwiastek. Zawierają także nienasycone kwasy tłuszczowe, białko, błonnik, witaminę E oraz składniki mineralne.

W cukiernictwie stosowane są rzadziej, najczęściej jako składnik mieszanek orzechowych lub element dekoracyjny.

## Zastosowanie technologiczne

W przemyśle cukierniczym orzechy wykorzystywane są w postaci całej, rozdrobnionej lub jako pasty. Proces prażenia wzmacnia ich smak i aromat, jednak może wpływać na trwałość produktów ze względu na podatność tłuszczów na utlenianie. Orzechy należą do najczęstszych alergenów pokarmowych, co ma istotne znaczenie w procesie produkcji oraz znakowaniu wyrobów.

jakości czekolady są dla nie ważne, dlatego orzechy stanowią świetne ich uzupełnienie. Dodają wartość prozdrowotną produktowi. – Czekolada i orzechy laskowe dostarczają dawki magnezu i dobrych tłuszczów – przekonuje.

Orzechy dodaje nie tylko do wyrobów czekoladowych, ale także do granoli. – W swoich wyrobach stawiam na naturalne dodatki, a takim są orzechy. Zamawiam je gotowe, bez skórek, już prażone, najczęściej kilogramowe opakowania u sprawdzonych dostawców. Jedyne je rozgniatam, jeśli jest taka potrzeba. Jeśli potrzebuję większej ilości orzechów, obieram i prażę laskowe – mówi.

Czekolada mleczna z orzechami to według Alicji produkt kultowy, kojarzący się z pewnego rodzaju luksusem. ■



# Mistrz branży

## PRENUMERATA

# 12

NUMERÓW

Szanowni Państwo,

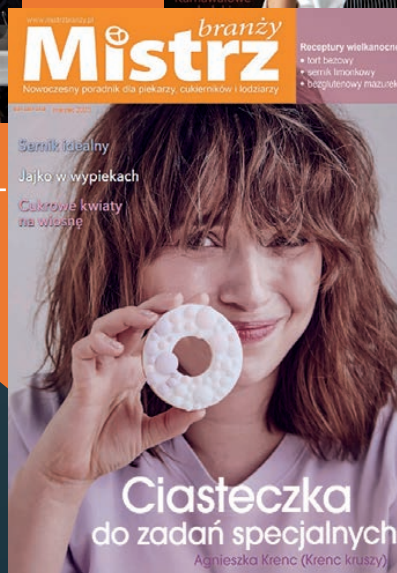
Koszt prenumeraty wraz z wysyłką 12. numerów drukowanego czasopisma "Mistrz Branży" wynosi 349 zł.

Zapraszamy do składania zamówień za pośrednictwem sklepu internetowego <https://www.mistrzbranzy.pl/wydawnictwo/>, telefonicznie lub mailowo.

# 349 PLN



W PREZENCIE  
OPRACOWYWANIE ETYKIET



## WSPIERAMY TWÓJ ROZWÓJ

### ZAMÓW

Wpłata na konto z dopiskiem: prenumerata Mistrza Branży od numeru np. maj/2026  
27 1140 2004 0000 3502 8222 7728

Dane do faktury oraz wysyłki prześlij email lub przekaz telefonicznie



email

[prenumerata@MistrzBranzy.pl](mailto:prenumerata@MistrzBranzy.pl)



telefonicznie

881 610 668



przez www

<https://www.mistrzbranzy.pl/wydawnictwo/>



■ Karolina Gwizdała  
lg: @hafcianeczka

## Popiernicz z Hafcianeczką

# Subtelny piernik komunijny krok po kroku

*Subtelne zdobienia, jasna kolorystyka i symboliczne detale – ten piernik komunijny zachwyca prostotą i elegancją. Zobacz, jak krok po kroku stworzyć dekorację idealną na tę wyjątkową okazję.*



**Zaczynam od przygotowania bazy:** pokrywam piernik gładką warstwą lukru i robię delikatną obwódkę, która ładnie zamyka całość.

**Następnie przygotowuję transfer:** na folii rysuję wzór (tu: gołąbek, czyli symbol komunii), a potem wypełniam go lukrem. Kiedy lekko przeschnie, będzie gotowy do przeniesienia na piernik.

**W międzyczasie tworzę dekoracje:** kwiatuszki (tutorial znajdziesz na moim profilu na IG: @hafcianeczka), listki w dwóch odcieniach zieleni – drobne elementy, które dodają lekkości całej kompozycji.



Kiedy baza jest gotowa, **zaczynam układać kompozycję:** najpierw kwiaty, potem liście, a na końcu małe detale, które spinają całość.

Dodaję **akcenty dekoracyjne:** złote kulczki i serduszka od Sweet Decor oraz delikatne złote akcenty, żeby nadać całości elegancki, komunijny charakter.

**Na koniec przyklejam** transfer i gotowe: powstaje subtelny, komunijny piernik idealny na tę uroczystą okazję. ■



Zapraszamy do zakupów  
**Mistrz Branży**  
– Dekoracje  
i Słodkie  
Inspiracje  
w sklepie  
Mistrza Branży



[www.sklep.mistrzbranzy.pl](http://www.sklep.mistrzbranzy.pl)

winterhalter®

# Wiosenny sprint w piekarni. Dlaczego tempo zmywalni decyduje o tempie produkcji?



W piekarniach i cukierniach wiosna rzadko bywa spokojna. Kalendarz zamówień pęka w szwach od bab wielkanocnych, mazurków, serników, tortów komunijnych i innych wypieków, które trafią na stoły. Produkcja przyspiesza, kolejne partie ciasta pojawiają się na stołach roboczych, a piece pracują niemal bez przerwy.



W tak intensywnym okresie uwagę zajmują receptury, jakość składników i wydajność pieców. Tymczasem o tym, czy zakład utrzyma rytm pracy, często decydują procesy odbywające się poza główną sceną produkcji! Jednym z nich jest mycie form, blach i narzędzi. To właśnie w zmywalni bardzo często rozstrzyga się, czy produkcja będzie przebiegała płynnie, czy zacznie spowalniać przez drobne, lecz powtarzalne przestoje.

## Produkcja potrzebuje czystych narzędzi

W piekarni i cukierni naczynia, blachy i formy krążą pomiędzy kolejnymi etapami pracy bez chwili wytchnienia. Każda z nich styka się z trudnymi zabrudzeniami: zaschniętym ciastem, tłuszczem, kremami, karmelizowanym cukrem czy przypalonymi resztkami. Kto choć raz nie próbował ręcznie doczyścić formę po wypieku drożdżowego ciasta, ten nie wie, co to los piekarza.

W warunkach produkcyjnych ręczne mycie jest nie tylko uciążliwe. Zabiera też czas i wprowadza chaos w harmonogramie pracy. Brak czystych narzędzi prawie natychmiast spowalnia produkcję. Kolejna partia ciasta musi poczekać, pracownicy zamiast przygotowywać wypieki, stoją przy zlewie, a zmęczenie narasta z każdą godziną. Dlatego coraz więcej piekarni traktuje zmywalnię nie jako zaplecze pomocnicze, lecz element procesu, który musi działać z taką samą wydajnością jak pozostałe stanowiska. I słusznie!

## Gdy sezon produkcyjny przyspiesza

Wiosna to dla wielu zakładów jeden z najbardziej wymagających momentów w roku. W krótkim czasie przez zmywalnię przechodzą setki form, blach i pojemników, które niemal natychmiast wracają do pracy. W takich warunkach ręczne mycie szybko okazuje się niewystarczające. Wymaga dużego wysiłku fizycznego, jest czasochłonne, a efekt bywa nierówny. Każda minuta spędzona

przy zlewie to minuta, której brakuje przy przygotowywaniu kolejnych zamówień. Z tego powodu w profesjonalnych zakładach coraz częściej stosuje się specjalistyczne systemy myjące. Krótkie, intensywne cykle mycia i wysoka temperatura płukania pozwalają szybko usunąć nawet trudne zabrudzenia. Narzędzia wracają do produkcji niemal natychmiast, a zespół może skupić się na pracy.

## Sprzęt do zadań specjalnych

W piekarniach i cukierniach szczególnie dobrze sprawdzają się zmywarki przeznaczone do mycia garnków oraz ciężkich naczyń produkcyjnych. Urządzenia tego typu projektowane są z myślą o intensywnym użytkowaniu i trudnych zabrudzeniach. Przykładem są zmywarki z serii UF marki Winterhalter, które zostały wyposażone w wydajne systemy myjące oraz stalowe ramiona natryskowe zapewniające równomierne rozprrowadzenie wody w komorze. Odpowiednio dobrane ciśnienie oraz specjalne programy pozwalają skutecznie usuwać nawet zaschnięte i przypalone zabrudzenia. Dodatkową zaletą jest możliwość regulacji siły mycia, dzięki czemu można dopasować parametry pracy do rodzaju naczyń i stopnia zabrudzenia. Formy i narzędzia są dokładnie czyszczone, a jednocześnie chronione przed uszkodzeniem. W przypadku szczególnie trudnych zabrudzeń pomocne okazują się również programy wstępnego namaczania oraz specjalistyczne środki usuwające osady cukru czy przypalone resztki ciasta. Dzięki temu ręczne szorowanie staje się zbędne lub ograniczone do minimum.



## Ergonomia pracy w zmywalni

Branża piekarska od lat zmagają się z niedoborem pracowników. W takich warunkach rośnie znaczenie jakości stanowisk pracy i rozwiązań odciążających zespół. Nowoczesne zmywarki gastronomiczne projektowane są tak, aby obsługa była jak najprostsza. Intuicyjne panele sterowania, krótkie programy oraz wygodne systemy załadunku sprawiają, że uruchomienie urządzenia zajmuje chwilę. Duże znaczenie ma także organizacja pracy wokół zmywarki. Wózki transportowe, odpowiednie kosze i łatwy załadunek ciężkich naczyń ograniczają wysiłek fizyczny pracowników. W intensywnym okresie produkcyjnym każdy element, który skraca czas pracy i zmniejsza zmęczenie zespołu, ma ogromną wartość.

## Mycie jako system, a nie pojedyncze urządzenie

Coraz więcej producentów i użytkowników zmywarek gastronomicznych podkreśla, że skuteczne mycie nie opiera się wyłącznie na urządzeniu. Równie ważne są odpowiednio dobrane detergenty, właściwe uzdatnianie wody oraz dobra organizacja pracy w zmywalni. Dlatego coraz częściej wspomina się o systemach mycia, łączących technologię zmywania, chemię, doradztwo oraz wsparcie serwisowe. Takie podejście pozwala dopasować rozwiązania do specyfiki danego zakładu. Inne potrzeby ma bowiem niewielka pracownia rzemieślnicza, a inne duży zakład produkcyjny, w którym zmywalnia pracuje niemal bez przerwy.

## Ekonomia, ekologia i ergonomia

Nowoczesne systemy myjące marki Winterhalter projektowane są z myślą o równowadze pomiędzy trzema kluczowymi obszarami: ekonomią, ekologią i ergonomią. Oznacza to nie tylko wysoką skuteczność mycia, lecz także racjonalne zużycie wody, energii oraz środków chemicznych. W piekarni lub cukierni, gdzie zmywarka pracuje codziennie przez wiele godzin, różnice w zużyciu mediów mogą mieć realny wpływ na koszty prowadzenia działalności. Automatyzacja tego procesu pozwala ograniczyć zużycie zasobów i odciążać zespół.

## Spokój na zapleczu w najgorętszym okresie

W najgorętszych okresach roku każda godzina pracy ma znaczenie. Gdy zapleczko funkcjonuje sprawnie, zespół może skupić się na tym, co najważniejsze: produkcji i realizacji zamówień. Nowoczesne systemy myjące pomagają utrzymać stabilny rytm pracy nawet wtedy, gdy kalendarz zamówień wypełnia się szybciej niż formy trafiają do pieca. Czyste blachy, formy i narzędzia są zawsze gotowe na kolejną partię ciasta, a produkcja przebiega bez zbędnych przestojów. W takcie intensywnych przygotowań właśnie to bywa najcenniejsze: spokój na zapleczu i pewność, że każdy element piekarniczego mechanizmu pracuje w odpowiednim tempie. ■



# SPECJALIZACJA TO NIE WYBÓR. TO KONSEKWENCJA SKALI I ODPOWIEDZIALNOŚCI



■ Właściciele Studia **Sono Design**  
Katarzyna Paś, tel.: +48 793 008 483  
Piotr Wiśniewski, tel.: +48 793 901 401

Jeszcze niedawno wystarczyło zatrudnić dobrego projektanta albo doświadczonego technologa. Kogoś, kto robił już różne rzeczy i potrafił odnaleźć się w wielu kontekstach. Dziś taki sposób myślenia coraz częściej okazuje się niewystarczający.



Branża piekarnicza, cukiernicza i gastronomiczna przeszła w ostatnich latach ogromną zmianę. Wzrosły oczekiwania klientów, zaostrzyły się normy, a konkurencja stała się bardziej świadoma i wyspecjalizowana. To sprawia, że decyzje projektowe i technologiczne przestają być wyłącznie kwestią estetyki czy ogólnego doświadczenia. Zaczynają wpływać bezpośrednio na stabilność produkcji, organizację pracy i rentowność miejsca.

W takich warunkach „uniwersalność” traci swoją przewagę.

## Od prostych układów do świadomych koncepcji

Jeszcze kilka lat temu wiele rzeczy można było zorganizować prościej. Dobry handlowiec z ramienia producenta ład potrafił ułożyć sprzedaż i nadać rytm miejscu. Sprawdzony dostawca mebli ze stali nierdzewnej czy urządzeń chłodniczych pomagał ustawić zaplecze, które „po prostu działało”. Nawet niewielka produkcja czy pomocnicza kuchnia mogły funkcjonować bez głębokiej integracji wszystkich elementów.

Dziś to podejście coraz częściej okazuje się niewystarczające. Bo lokal nie jest już tylko miejscem sprzedaży. To spójny system, w którym produkt, proces i przestrzeń muszą ze sobą współgrać od samego początku. Nie wystarczy już dobrze ustawić lady czy zaplecze. Trzeba rozumieć, co będzie sprzedawane, w jakiej skali, w jakim rytmie dnia i przy jakim obciążeniu zespołu. Coraz częściej kluczowe staje się to, czy osoby zaangażowane w projekt potrafią wspólnie z właścicielem doprecyzować pomysł na produkt, zanim jeszcze powstanie przestrzeń, która ma go obsłużyć. Zmieniła się też skala inwestycji. Lokale piekarnicze i cukiernicze realizowane są dziś na zupełnie innym poziomie – zarówno wizual-



nym, jak i finansowym. Koszty technologii, prac budowlanych i mebli opiewają na znaczące kwoty, a te wymagają precyzyjnych decyzji. Nie są to już projekty, w których można pozwolić sobie na rozwiązania „wystarczająco dobre” albo inspirowane mieszkaniówką. Każdy element musi być dopasowany do intensywnego użytkowania, zgodny z wymaganiami i przede wszystkim przewidywalny w czasie.

## Błędy kosztują

Wręcz ze wzrostem standardu rośnie też cena pomyłki. W przestrzeni prywatnej zmiana sofy czy przemalowanie ścian to kwestia decyzji i kilku dni. W lokalu każda zmiana oznacza przerwę w sprzedaży. A każdy dzień postoju to realna strata. Dlatego projekt nie może być rozpatrywany w perspektywie 2 czy 3 lat. Musi

uwzględniać dłuższy horyzont funkcjonowania miejsca – zarówno pod względem estetyki, jak i technologii.

Estetykę można odświeżyć. Funkcji – już nie. Układ zaplecza, instalacje, ciągi technologiczne czy podziały przestrzeni zostają na lata. Ich późniejsza zmiana bywa kosztowna, trudna lub wręcz niemożliwa. Dlatego tak istotna staje się nie tylko jakość materiałów, ale też umiejętność przewidywania – trendów, zachowań klientów i kierunku, w jakim rozwija się rynek.

## Różnica, która nie jest widoczna od razu

Na pierwszy rzut oka projekt lokalu może wyglądać dobrze. Przemysłana kolorystyka, spójna identyfikacja, przyjemna przestrzeń dla klienta. Jednak to, co decyduje o powodzeniu miejsca, bardzo często dzieje się poza tym, co widać. Tworzenie kawiarni czy piekarni nie polega wyłącznie na zaprojektowaniu wnętrza. To praca na styku technologii, logistyki i ergonomii. Trzeba rozumieć, jak zachowuje się produkt w procesie, jak pracuje zespół w godzinach szczytu, gdzie powstają kolizje funkcjonalne i jakie decyzje dziś przełożą się na koszty za kilka miesięcy.

Technolog, który zna proces odroczonego rozrostu, widzi zupełnie inne zależności niż ktoś, kto pracuje wyłącznie na produkcji bieżącej. Projektant specjalizujący się w lokalach piekarniczych nie myśli kategoriami estetyki, ale ciągu technologicznego, rotacji produktu i bezpieczeństwa pracy.

To właśnie w tych detalach kryje się różnica między miejscem, które „ładnie wygląda”, a tym, które działa płynnie każdego dnia.

## Marka i komunikacja

Podobne zjawisko widać w obszarze branding i komunikacji wizualnej. Grafika czy identyfikacja wizualna to nie tylko estetyka – to sposób, w jaki klient rozumie produkt, zanim jeszcze go spróbuje. Projektowanie komunikacji dla dużych, masowych, a przede wszystkim globalnie rozpoznawalnych marek opiera się na innych założeniach niż budowanie wizerunku piekarni czy kafełkowej kawiarni. W pierwszym przypadku liczą się skala i powtarzalność przekazu. W drugim wycucie produktu, autentyczność i umiejętność przełożenia jakości na język wizualny.

To wymaga zrozumienia, jak klient podejmuje decyzję przy ladzie, co buduje zaufanie do produktu i jak komunikować świeżość oraz rzemiosło bez nadmiaru formy.

## Biznes wymaga zespołu specjalistów

Zmieniła się również rola właściciela. Dziś coraz rzadziej jest on wyłącznie rzemieślnikiem. Jest przedsiębiorcą, który zarządza wieloma obszarami jednocześnie: produkcją, sprzedażą, logistyką, personelem, finansami czy rozwojem sieci. Jeszcze niedawno sam wyrabiał ciasto, dowoził je i sprzedawał. Dziś jego rola polega na budowaniu zespołu. Zespołu specjalistów – od produkcji, sprzedaży, operacji, rozwoju i finansów.

Nie sposób znać się na wszystkim. Jednak można dobrać ludzi, którzy odpowiadają za swoje obszary w taki sposób, aby całość funkcjonowała na najwyższym poziomie.



To właśnie oni przejmują odpowiedzialność za szczegóły decydujące o jakości i powtarzalności biznesu.

## Rynek się specjalizuje

Obserwujemy wyraźny kierunek. Najlepiej rozwijające się miejsca nie są przypadkowe. Za ich sukcesem stoją osoby, które nie próbują robić wszystkiego, ale bardzo dobrze robią jedną rzecz. Dotyczy to technologów, projektantów, ale też specjalistów odpowiedzialnych za markę i komunikację. Coraz częściej nie szuka się „najlepszego wykonawcy”, ale takiego, który rozumie dokładnie dany model biznesowy, typ produkcji i skalę działania.

To podejście zmienia nie tylko sposób wyboru partnerów, ale też sposób myślenia o własnym biznesie. Bo im większa świadomość na etapie decyzji, tym mniej kosztownych zaskoczeń później.

Tworzenie lokali piekarniczych obejmuje dziś bardzo szerokie spektrum: od prostych punktów sprzedaży po rozbudowane koncepcje z ofertą lunchową i dopracowaną przestrzenią, która buduje doświadczenie klienta. W takim środowisku nie da się skutecznie działać samodzielnie. Potrzebni są specjaliści, którzy rozumieją rynek, aktywnie w nim uczestniczą, śledzą jego rozwój i mają doświadczenie w realizacji podobnych projektów – zarówno na poziomie lokalnym, jak i międzynarodowym.

Bo tylko wtedy wszystkie elementy – produkt, przestrzeń i marka – mogą działać jako spójna całość. I tylko wtedy projekt ma szansę nie tylko dobrze wyglądać, ale przede wszystkim świetnie zarabiać.



## Filozofia Rzemieślnika



■ **Mirosław Kurek**  
właściciel firmy consultingowej  
Help4Bakery, prezes  
Stowarzyszenia Rzemieślnik  
kontakt@rzemieslnik.org

*Współczesny rynek piekarski i cukierniczy przypomina pole bitwy. Z jednej strony mamy potężne, zautomatyzowane linie produkcyjne, sztywne standardy oraz nadmiar dodatków do żywności. Z drugiej – konsumenta, który jest coraz bardziej zdezorientowany, ale jednocześnie spragniony autentyczności. Jak w tym gąszczu taniej, wysoko przetworzonej żywności znaleźć miejsce dla swojej pracowni?*



# 5 FILARÓW SUKCESU WSPÓŁCZESNEGO RZEMIEŚLNIKA. JAK WYGRAĆ Z PRZEMYSŁEM, NIE TRACĄC DUSZY?



Obniżanie cen to nie rozwiązanie, taka strategia przypomina „kopanie się z koniem”. Tej walki na cyfry nie da się wygrać. Sposobem na wyjście z trudnej sytuacji jest powrót do fundamentów rzemiosła, czyniących twoją firmę wyjątkową. Oto pięć warunków, które moim zdaniem stanowią o być albo nie być nowoczesnej piekarni i cukierni.

## 1. UCZCIWOŚĆ WOBEC KLIENTA

Dzisiaj sukces odnoszą ci, którzy potrafią dowieść swojej wyjątkowej jakości. Prawdziwy rzemieślniczy chleb powstaje z mąki, wody i soli. Koniec kropka. Twoim największym atutem jest to, czego nie widać gołym okiem: czystość polskiego ziarna, brak polepszaczy i chemicznych „wspomagaczy”.

Jeśli ciasto dostaje czas, by dojrzeć naturalnie, a zakwas jest żywym ekosystemem, budujesz fundament, którego przemysł nie jest w stanie podrobić.

Cukiernik opierający swoje produkty na owocach, prawdziwym nabiale, jajach, maśle czy bakaliach staje się autorytetem. Sztuka cukiernicza w czystej postaci dostarcza niezwykłych doznań smakowych, a świadomi klienci bez trudu odróżnią smak

masła od taniej margaryny. Nienaturalne kolory czy syntetyczne „podkręcone” smaki? Zostawmy je marketom.

Podobnie ma się rzecz z lodami. Dziś granica rzemiosła mocno się zatarła – często przemysł potrafi „zakręcić” lepszy produkt niż lodziarnia z tradycjami, która wpasowuje się w trendy korporacji produkujących gotowe komponenty (mieszanki, bazy, pasty). Czy to jeszcze działa? Może tam, gdzie bazujemy na jednorazowym kliencie – turyście, wczasowiczu. Jednak w miastach walczących o stałego klienta musisz postawić na rzetelne wykonanie od podstaw.

## 2. ŚWIADOMA EDUKACJA

Współczesny rzemieślnik musi pełnić funkcję edukatora. Klient często nie rozumie, dlaczego bochenek rzemieślniczy kosztuje więcej niż ten z marketu. Twoją rolą jest wyjaśnienie mu znaczenia mikrobiomu, wpływu naturalnej fermentacji na zdrowie i strawność pieczywa na zakwasie. Kiedy nauczysz go dostrzegać różnice niewidoczne gołym okiem – jak choćby profil mlekowy kontra octowy w zakwasie – przestajesz sprzedawać „produkt”, a zaczynasz sprzedawać świadomy wybór i zdrowie.

Opowiedz historię swoich składników: skąd pochodzi twaróg do sernika? Jak pozyskujesz jabłka do szarlotki? Otwórz się na klienta – przeszkolona pracownia, w której widać fachowców przy pracy, buduje zaufanie. Dziś każdy może nazwać się rzemieślnikiem, ale nie każdy ma tę uczciwość wypisaną na twarzy, a przede wszystkim w składzie produktu.

## 3. MISTRZOWSKI MARKETING

Rynek wymaga, by tradycja spotkała się z nowoczesną komunikacją. Wszystko, co widzi klient, jest marketingiem: od oferty opartej na trendach i intuicji, przez wystrój sklepu, aż po zachowanie personelu i treści w mediach społecznościowych. Dziś rzemieślnik musi być sprawnym marketingowcem lub korzystać z profesjonalnego wsparcia. Spójna oprawa graficzna i konsekwentny przekaz to rynkowy standard. Marketing jest równie ważny jak jakość produktu – nie można o nim zapominać, marząc o sukcesie.

## 4. LOKALNOŚĆ I SIECIOWANIE MAREK

Piekarnia rzemieślnicza powinna być sercem społeczności. Współpraca z niszowymi dostawcami i wykorzystywanie lokalnych odmian zbóż to nie tylko ekologia i niski ślad węglowy – to budowanie tożsamości. Klient chce wiedzieć, że jego chleb powstał z ziarna z pobliskiego młyna. To tworzy relacje oparte na zaufaniu, których nie kupi się w żadnej sieciówce.

Warto też zadbać o ofertę produktów komplementarnych, ale uwaga: wystrzegaj się tych przemysłowych! Stwórz miejsce, w którym klienci znajdą niszowe wyroby od innych małych firm. To stawia twoją markę ponad rynkową przeciętnością. Jeśli warunki na to pozwalają, rozszerz ofertę o doskonałą kawę czy naturalne soki.

## 5. PASJA I BUDOWA WSPÓLNEJ MARKI

Ludzie nie kupują od firm, kupują od ludzi. Twoja pasja widoczna w każdym nacięciu bochenka czy precyzji wykończenia ciastka jest tym, co przyciąga najbardziej. Jesteś twarzą swojej marki. Jeśli twoje działania są spójne – od prowadzenia ciasta po sposób podania – stworzysz markę dla pokoleń. Wyjątkowym wzmocnieniem jest wchodzenie

nie w sojusze z innymi rzemieślnikami. Moc wspólnej marki sprawia, że klienci postrzegają waszą pracę nie tylko jako biznes, ale misję. To właśnie robimy w ramach Stowarzyszenia Rzemieślnik: uczymy miliony konsumentów odróżniać jakość rzemieślniczą od przemysłowej i promujemy miejsca oznaczone w aplikacji Rzemieślnik. Chcemy, by produkcja żywności pozostała w rękach lokalnych przedsiębiorców, a nie została przejęta przez sieci handlowe w imię pozornej wygody.

\*\*\*

Współcześnie sukces oznacza umiejętność pokazania tego, co niewidoczne. To odwaga, by postawić na jakość tam, gdzie inni wybierają ilość. W ostatecznym rozrachunku zapach prawdziwego chleba i smak uczciwej drożdżówki – połączone z bezbłędnym marketingiem – zawsze wygrały walkę o serca i żołądki naszych klientów.

Obserwuj profile Stowarzyszenia Rzemieślnik oraz „Mistrza Branży”, na których wkrótce pojawią się informacje na temat rozszerzonego szkolenia z zakresu efektywnego zarządzania oraz marketingu dla piekarni i cukierni. Planujemy szersze omówienie opisanych pokrótce punktów oraz naukę obliczania food costu produktów. Potraktuj to jak przepustkę do świata opłacalnego rzemiosła, które daje odpowiednie profity i satysfakcję z pracy. ■





# Nowy wymiar doskonalenia zawodowego.

## Branżowe Centra Umiejętności centrami innowacji

Branżowe Centra Umiejętności (BCU) to zupełnie nowe jednostki systemu oświaty - publiczne lub niepubliczne. Cechuje je ogólnopolski zasięg i działanie wykraczające poza tradycyjne modele kształcenia, szkolenia i doskonalenia zawodowego. W Polsce docelowo ma powstać 124 BCU.



Branżowe Centrum Umiejętności w dziedzinie cukiernictwa działa w powiecie wieluńskim od 31 października 2025 roku – to zaledwie 5 miesięcy, ale dzięki szkoleniom przeznaczonym dla uczniów, studentów, nauczy-

cieli i dorosłych oraz obecności na najważniejszych branżowych wydarzeniach ( Sweet Expo w Warszawie, Targi Gastro w Ptak Expo i Sweettargach w Katowicach) intensywnie buduje swoją rozpoznawalność w branży.

Kluczowym elementem oferty tego centrum jest nowa, specjalnie zaprojektowana pozaszkolna forma kształcenia ustawicznego w postaci branżowego szkolenia zawodowego, rozumianego jako specjalistyczne szkolenie w zakresie





1. Szkolenie z Tomaszem Dekerem dla nauczycieli nauki zawodu zrealizowane w BCU Cukiernictwo Wieluń.
2. Efekty szkolenia z tortów klasycznych z Joanną Pfeiffer.
3. Szkoleniowcy BCU Cukiernictwo Wieluń. Od lewej: Tomasz Deker, Joanna Pfeiffer i Krystian Sak.
4. Krystian Sak i grupa szkoleniowa z tematem: Konfekcja czekoladowa.
5. Uczestnicy kursu w trakcie pracy.
6. Finał szkolenia z Krystianem Sakiem: Połączenie klasycznych smaków z nowymi trendami w cukiernictwie.
7. Torty w stylu angielskim - grupa szkoleniowa Joanny Pfeiffer.

jednej dziedziny, przydatne do wykonywania zawodu oraz kształtujące umiejętności cyfrowe i związane z transformacją ekologiczną. Z tego typu szkoleń mogą korzystać zarówno uczniowie, studenci, jak i pracownicy branży. Realizacja tego zadania jest możliwa dzięki współpracy z organizacjami branżowymi i naukowymi. Partnerami wieluńskiego BCU są: Stowarzyszenie Kucharzy Polskich z Gdańska, Klub Szeffów Kuchni z Warszawy oraz Katedra Żywnienia Człowieka Wydziału Biotechnologii Uniwersytetu Przyrodniczego we Wrocławiu. Funkcjonuje ono w strukturze organizacyjnej Zespołu Szkół nr 1 w Wieluniu, największej ponadpodstawowej placówki edukacyjnej w regionie, z sukcesami i tradycjami kształcenia m.in. w branży gastronomicznej. Powstanie BCU w Wieluniu to nie przypadek, lata współpracy z partnerami bran-

żowymi, ale przede wszystkim ogromne zaangażowanie władz powiatu wieluńskiego w rozwój kształcenia zawodowego – to główne źródła motywacji przystąpienia do wymagającego zadania, przewidującego zmodernizowanie starych warsztatów gastronomicznych, kompleksowy remont i wyposażenie w najnowocześniejszy sprzęt oraz rozwiązania technologiczne. Dzięki temu jest to miejsce najlepiej przygotowane do kształcenia i doskonalenia uczniów kształcących się w zawodzie cukiernik, w którym spotykają się edukacja, rzemiosło i biznes. – Mamy doskonale warunki do prowadzenia kształcenia zawodowego, branżowych kursów zawodowych, zyskaliśmy również przestrzeń do tworzenia sieci współpracy. Nasz cel to promocja cukiernictwa, rzemiosła, ale też podnoszenie jakości współpracy. Do realizacji zadań mocno włączyła się

lokalna marka – Mój Ulubiony, czyli SDM w Wieluniu – wyjaśnia dyrektor ZS nr 1 w Wieluniu Elżbieta Urbańska-Golec. Na tym produkcie m.in. uczniowie szkół z całej Polski, uczestnicy I Olimpiady ADEPT CUKIERNICTWA, wykonywali zadanie na etapie międzyszkolnym, jaki odbył się w BCU w Wieluniu 25 marca 2026 r. To kolejne zadanie projektowe, które jest realizacją wskaźnika, ale również zupełnie nowym wydarzeniem na mapie konkursów branżowych dedykowanych uczniom

pasjonującym się cukiernictwem. W rolę jurorów wcielili się znani w branży cukiernicy: Bożena Sikoń-Wojtal, Małgorzata Weber-Andrzejak, Anna Wiesiolek, Marta Staszal i Tomasz Decker. Współorganizatorem olimpiady był Klub Szefów Kuchni reprezentowany przez Jarosława Walczyka i Waldemara Hołówkę. Kolejne zadanie BCU polega na wprowadzeniu nowej kwalifikacji wolnorynkowej do ZSK. Dlatego wspólnie z partnerem odpowiedzialnym za jakość szkoleń branżowych oraz ich certyfikację – Stowarzyszeniem Kucharzy Polskich reprezentowanym przez Krzysztofa Szulborskiego – opracowano kwalifikację „Przygotowanie deserów fit”.

– Realizacja programów szkoleniowych na wysokim poziomie możliwa jest dzięki bardzo dużemu zaangażowaniu naszych partnerów – wyjaśnia dyrektor szkoły i dodaje: – Budujemy zespół, który nie tylko jest obeznany w trendach cukierniczych, ale także gotowy do wprowadzania nowych rozwiązań. Już wkrótce ruszy platforma szkoleniowa e-cukiernictwo, marzy nam się także aplikacja rozszerzonej rzeczywistości, którą moglibyśmy wykorzystać m.in. do wsparcia szkoleń. Do końca czerwca naszym zadaniem jest realizacja wskaźników projektowych, natomiast od września mam nadzieję stworzymy wiele ciekawych propozycji wsparcia branży w zakresie przygotowywania pracowników. Zapraszamy do odwiedzenia naszej strony: [www.bcucukiernictwo.pl](http://www.bcucukiernictwo.pl). ■

BCU W LICZBACH – ZREALIZOWANO:

- 5 miesięcy od otwarcia
- 1 BCU
- 3 partnerów – Klub Szefów Kuchni, Stowarzyszenie Kucharzy Polskich, Katedra Żywnienia Uniwersytetu Przyrodniczego we Wrocławiu
- 2 pracownie praktyczne / Pracownia produkcji lodów, pracownia cukiernicza /
- 1 kuchnia
- 2 przygotowywalnie
- 3 magazyny
- 1 bar/sala konsumencka
- 1 pracownia teoretyczna
- 1 pracownia informatyczna – VR
- 1 laboratorium analizy żywności
- 12 programów szkoleniowych
- 2 kursy zawodowe po 120 h
- 1 platforma cyfrowa do nauczania zdalnego /e-cukiernictwo/
- 1 konferencja połączona z otwarciem
- 1 event lokalny / Bazarok Bożonarodzeniowy/
- 3 udziały w targach branżowych /EuroSweet Warszawa, Targi Gastro Ptak Expo i Sweettargi Katowice /
- 1 kwalifikacja ZSK Desery Fit – opracowana/ złożona, Ministerstwo Rolnictwa
- 1 Olimpiada Adept Cukiernictwa /etap szkolny – 28 szkół oraz drugi etap – 13 szkół, dwuosobowe zespoły/
- 240 przeszkolonych osób /uczniowie, studenci, nauczyciele, dorośli/



Rzeczpospolita  
Polska

Sfinansowane przez  
Unię Europejską  
NextGenerationEU



BRANŻOWA SZKOŁA I STOPNIA  
W ZAWODZIE: CUKIERNIK

KLASA MISTRZOWSKA

W ofercie:

- praktyczna nauka w BCU Cukiernictwo Wieluń
- szkolenia/kursy cukiernicze prowadzone przez znanych cukierników z całej Polski
- dostęp do najlepszych technologii
- możliwość uczestnictwa w prestiżowych konkursach branżowych
- nauka na najlepszych składnikach /technologiach

*W źródle cukiernictwa*





22-24 marca 2026 roku w Międzynarodowym Centrum Kongresowym w Katowicach odbyła się kolejna edycja SweetTargów, która, oprócz prezentacji ofert wystawców, przyciągnęła uwagę bogatym programem merytorycznym. W jego centrum znalazły się debaty oraz rozmowy z ekspertami branży cukierniczej, piekarskiej i gastronomicznej.

## SWEETTARGI 2026 W KATOWICACH - BRANŻOWE DYSKUSJE O TRENDACH, JAKOŚCI I PRZYSZŁOŚCI RYNKU



Program wydarzenia obfitował w praktyczne i aktualne dyskusje. Rozmawiano m.in. o prowadzeniu lodziarni przez cały rok (Sylwia Nikodon, Lodziarnia Kłapec) czy budowaniu lojalności klienta (Renata Skała, Agnieszka Woźniak, Artur Felkel). Bartosz Kopica opowiedział, jak kreować swój wizerunek w sieci; z kolei Tomasz Korfel o tym, dlaczego, będąc technologiem produkcji, warto stworzyć własną markę doradczą.

Na stoisku „Mistrza Branży” premierę miał suplement piekarski: *Sztuka fermentacji – mistrzowski chleb na zakwasie*, przygotowany przez Stowarzyszenie Rzemieślnik. Podczas targów odbyła się też akcja „Wielkanocne jaja dobroci”, w ramach której 12 cukierników z całej Polski odtworzyli rysunki dzieci chorujących onkologicznie, zdobiąc nimi czekoladowe pisanki. Dzieła można było wylicytować, a zebrane w ten sposób fundusze trafiły na konto fundacji UNIKUM. ■





## CHLEB, RZEMIOSŁO I PRESJA CZASU. ZA NAMI FINAŁ KONKURSU „CHLEBEM PACHNĄCY” 2026

24 marca w Międzynarodowym Centrum Kongresowym w Katowicach, w ramach 14. edycji SweetTargów, odbył się finał III Konkursu „Chlebem Pachnący” – wydarzenia, które z roku na rok coraz mocniej zaznacza swoją pozycję w kalendarzu polskiego piekarstwa rzemieślniczego.



Do finału konkursu organizowanego przez Stowarzyszenie Rzemieślnik zakwalifikowało się czworo uczestników: Natalia Kania, Bartosz Urbański, Jakub Machinko i Marcin Pierchała.

Musieli oni nie tylko wypiec, ale też zaplanować logistykę pracy, utrzymać czystość stanowiska i dowieźć jakość pod presją czasu. Ich zadanie konkursowe polegało na stworzeniu czterech różnych wypieków w określonym czasie, były to: 100% chleb żytni na zakwasie żytnim, prowadzony metodą 5-fazową, brioszka, ciabatta oraz bagietka. Dzieła uczestników zmagania oceniane były pod kątem smaku, zapachu, struktury, zgodności z typem pieczywa i chrupkości.

Jury w składzie: Aleksandra Bednarek, Jacek Wiarek, Damian Stachura, Piotr Połomski, pod przewodnictwem Gianluca Paduli wyłoniło zwycięzców:

- I miejsce: **JAKUB MACHINKO** (PSZEpiekarnia)
- II miejsce: **MARCIN PIERCHAŁA** (Piekarnia Pierchała)
- III miejsce: **NATALIA KANIA** (Nocą wypieczone)



### PRACE ZWYCIĘZCY

**Chleb żytni z koszyczka, wykonany metodą książkową, pięcioletnią w dwóch odślonach:** jeden bez dodatków, a drugi z suszoną figą oraz orzechem włoskim.

**Dwa rodzaje focaccii:** jedna tradycyjna, z dużą ilością oliwy i z igiełkami rozmarynu; druga z zapiekаныmi plastrami z ziemniaka, grubą solą i cebulką wysmażoną na złoto z dodatkiem balsamico. Całość uzupełniona o świeży koperek i chipsy z parmezanu.

**Bagietki na zaczynie pâte fermentée,** z dodatkiem miodu do ciasta (co pozwoliło w dość krótkim czasie uzyskać niesamowity smak oraz otwarty miękisz).

**Brioche klasyczne z dużą ilością masła** oraz w wersji z dodatkiem białej belgijskiej czekolady, liofilizowanej maliny i domowej skórki pomarańczowej, które swoją delikatność zawdzięczają mące pszennej zaparzonej na mleku. ■

„Jajeczna Bajka” i sernik w lodowej odstonie okazały się najmocniejszymi punktami tegorocznej rywalizacji w trakcie Gelato Poland. W finale najlepsi okazali się **JULIA VEENENBOS** i **PAWEŁ KOZIOŁ**, reprezentujący lodziarnię Perla di Gelato. Drugie miejsce zajęli **DAWID LORENTOWICZ** (Wszystkiego Dobrego) i **MICHAŁ KIETLIŃSKI** (W ROŻKU – Lody Rzemieślnicze).

## ZWYCIĘSKIE LODY NA GELATO POLAND 2026



Jak smakowały zwycięskiej lody opatrzone nazwą „Jajeczna Bajka”? Była to autorska propozycja oparta na kremie mascarpone na żółtkach, kremie jajecznym z marakuji i kruszonce. Z kolei finałowy temat ser, czekolada, orzech zaowocował lodami sernikowymi na serku z Piątnicy do sushi, z ganache'em czekoladowym, pastą z orzechów ziemnych, karmelizowanymi orzeszkami i kakaową kruszonką.

Pracom jury przewodniczył Mieczysław Chojnowski, a w składzie zasiadli: Tomasz Korfel, Arkadiusz Natorski, Paweł Ignaciuk i Mario Serani. Osobno obradowało jury Polskiego Stowarzyszenia Lodziarzy Rzemieślników, które przyznało nagrodę specjalną – „dziką kartę” na mistrzostwa w Rimini. Partnerami i sponsorami wydarzenia byli: Arthaft, Tony Bambino, Lody by Szymon Sapięha, InPlus/Telme, Wytwórnia Lodów z Kórnika, Artisan, Dimello, Wlepki.com, Fancy Vision, Miran oraz Stockmeier. ■

### WYNIKI FINAŁOWEJ KONKURENCJI:

#### SER, CZEKOLADA, ORZECH

I miejsce: **Julia Veenenbos, Paweł Kozioł** – 422 pkt

II miejsce: **Dawid Lorentowicz, Michał Kietliński** – 365 pkt

#### WYRÓŻNIONE KOMPOZYCJE SMAKOWE:

I miejsce: **Julia Veenenbos, Paweł Kozioł**

– **Jajeczna bajka** – 420 pkt

II miejsce: **Dawid Lorentowicz, Michał Kietliński**

– **Nowoczesna klasyka** – 379 pkt

III miejsce: **Wojciech Bieganowski, Bruno Kraszewski**

– **Jajeczna Bajka** – 367 pkt

**Piotr Lubocki, Tomasz Lubocki** – **Szał Mangowy** – 335 pkt

**Monika Jafernik, Paweł Jafernik** – **Wiśniowy Twist** – 325 pkt

**Tomasz Cholewa, Konrad Janowicz** – **Karmelowa Pokusa** – 321 pkt

#### NAGRODA PUBLICZNOŚCI:

**Piotr Lubocki, Tomasz Lubocki** – **Szał Mangowy**.





## Z CZEKOLADĄ DO KOŁA ŚWIATA - V MISTRZOSTWA POLSKI NA PRALINĘ

Podczas drugiego dnia SweetTargów w Katowicach zagościły smaki świata. Na podium po raz kolejny stanęła mistrzyni pracy z czekoladą.



### WYNIKI:

**I miejsce: Jadwiga Szczot**

**II miejsce: Justyna Napieracz**

**III miejsce: Yurii Pukhalchuk**

– Zwycięzcy zaprezentowała pracę opartą na pełnej kontroli: od decyzji technologicznych po finalne wykonanie. To nie był przypadek, tylko konsekwentnie zbudowany projekt, w którym wszystko miało swoje miejsce i porządek. Drugie miejsce to bardzo mocny warsztat i wycucie produktu. Różnice na tym poziomie są minimalne, a o końcowym wyniku często decydują detale. Z kolei trzecie miejsce wyróżniało się bardzo przemyślanym podejściem do pracy. Było widać przygotowanie, poświęcenie i dobrze zbudowany system działania, który pozwolił utrzymać kontrolę nad całością. Pozostali uczestnicy zaprezentowali potencjał i indywidualne kierunki myślenia. Były bardzo dobre momenty, ale też obszary, które wymagają dalszej pracy, przede wszystkim w zakresie powtarzalności i smaku. To naturalny etap, oddzielający pomysł od dojrzałego rzemiosła – komentuje Łukasz Anioł, przewodniczący jury.

Nagrodę przyznała także nasza redaktor – Wybór Pani Czekolady. Ta trafiła do Justyny Napieracz, która postawiła na smaki Chin. Głównym partnerem mistrzostw była firma MORE BLUE, oficjalny dystrybutor Electrolux Professional. ■

Chiny, Japonia, Dubaj, Włochy, ale też... Polska – smaki świata w postaci czekoladowej pralinki zagościły w Katowicach. Jurorzy nie mieli łatwego zadania, bo do finału zakwalifikowało się aż 9 uczestników: Jadwiga Szczot, Weronika Bednarek, Dheeraj Singh, Mateusz Siwiak, Małgorzata Witkowska, Yurii Pukhalchuk, Justyna Napieracz, Michał Rutkowski oraz Krystian Kwizdiński.

Ich zadaniem było wykonanie w ciągu 2 i pół godziny praliny krojonej oraz z formy. Jury w składzie: Łukasz Anioł (przewodniczący), Krzysztof Zamczyk, Urszula Rynec-Jędrzejewska, Rafał Koziorzowski oraz Marek Moskwa oceniali zarówno technikę pracy z czekoladą, jak i kompozycję smakową, ale też koncept marketingowy.





## MASTER BAKER 2026 ROZSTRZYgniĘTY. POZNALIŚMY ZWYCIĘZCÓW VI EDYCJI KONKURSU

Podczas finału w Poznaniu nagrodzono najlepszych uczestników w czterech kategoriach. Rywalizacja dotyczyła zarówno klasycznych chlebów, jak i wypieków wymagających dużej precyzji technologicznej oraz kreatywności.

Wydarzenie odbyło się 19-21 marca, a zmagania uczestników po raz kolejny pokazały, że polskie piekarnictwo ma nie tylko solidne rzemieślnicze fundamenty, ale i coraz odważniejszą, autorską twarz. W konkursie zmierzyli się zarówno profesjonalści, jak i amatorzy, uczniowie oraz przedstawiciele kół gospodyń wiejskich. Jak podkreślali organizatorzy, poziom tegorocznych prac był wyjątkowo wysoki, a wybór najlepszych nie należał do łatwych. Jury oceniało nie tylko technikę wykonania, ale też jakość wypieku, pomysł, estetykę i umiejętność połączenia rzemiosła z kreatywnością.

Uczestnicy edycji 2026 musieli przygotować **trzy różne wypieki**, a każdy z nich wymagał nie tylko wykonania produktu, ale też jego merytorycznego opisanie i odpowiedniego zaprezentowania. Oceniano wypieki w trzech kategoriach:

- chleb żytni klasyczny z możliwością dodania do 10% innej mąki,
- chleb z miększym o dużych porach,
- chałkę plecioną słodką z kruszonką.



Master Baker był również objęty **patronatem honorowym Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi**, a został sfinansowany ze środków Funduszu Promocji Ziarna Zbóż i Przetworów Zbożowych.

### UCZNIOWIE:

- I miejsce: Oliwier Rączka
- II miejsce: Izabella Mogielska
- III miejsce: Polina Petrova

### KGW:

- I miejsce: Anna Szpura
- II miejsce: Kacper Płonka
- III miejsce: Małgorzata Dzienniak

### AMATORZY:

- I miejsce: Kamil Łakomy
- II miejsce: Yana Todorova
- III miejsce: Jan Trinczek

### ZAWODOWCY:

- I miejsce: Anna Szepelak
- II miejsce: Paweł Malec
- III miejsce: Kacper Jarosz ■



## POLACY W ŚWIATOWYM FINALE LODZIARSKICH MISTRZOSTW. GELATO FESTIVAL WORLD MASTERS GRAND FINALE W LAS VEGAS



Gelato Festival World Masters Grand Finale 2026 po raz pierwszy w historii odbył się poza Włochami. Finał jednej z najważniejszych na świecie indywidualnych rywalizacji lodziarzy rzemieślników został zorganizowany 24-26 marca w Las Vegas Convention Center, w ramach International Pizza Expo oraz debiutu SIGEP USA. W wydarzeniu udział wzięli również reprezentanci Polski – Wioletta (Wiola) Gbiorczyk i Tomasz Szypuła.



Gelato Festival World Masters Grand Finale po raz pierwszy został wpisany w program największego amerykańskiego wydarzenia dla branży pizzy i foodservice, co miało podkreślić rosnące znaczenie rzemieślniczego gelato jako kategorii premium w gastronomii. Harmonogram wydarzenia obejmował trzy dni pokazów, ocen jury technicznego, prezentacji i ceremonię wręczenia nagród 26 marca. Na miejscu w Las Vegas rywalizowali finaliści wyłonieni w kilkuletnim cyklu selekcji międzynarodowych. W zmaganiach wzięli udział profesjonalści z całego świata – 35 mistrzów gelato z 18 krajów.

### DWIE POLSKIE REPREZENTACJE W FINALE

Dla polskiej branży rzemieślniczych lodów szczególnie ważny był fakt, że w światowym finale wystąpiło dwoje naszych reprezentantów. Wioletta Gbiorczyk z autorskim smakiem „Biscotto alla mandorla” oraz Tomasz Szypuła, który zaprezentował kompozycję „Hyćka”.

Lodziarz z Baborowa został odznaczony wyróżnieniem za innowację swojego autorskiego smaku.

#### WYNIKI:

**I miejsce: CHRISTIAN WU** (Belgia). Smak: „Il bosco dei cento aciri” – kompozycja inspirowana lasem: miód leśny, aromaty sosny i młodych szyszek, crumble z borowików, sos miodowo-

reklama



Szkolenia z nowoczesnego lodziarstwa opartego na włóknach roślinnych.

Zapraszamy.

Szkolenia prowadzi Julia Veenenbos, Mistrzyni Polski Gelato Poland 2026.

mail@viands.pl | tel. 48 664 59 90



Zwycięzca konkursu, Christian Wu



Wiola Gbiorczyk



Tomasz Szypuła

-cytrynowy. Smak inspirowany Stumilowym Lasem z Kubusia Puchatka.

**II miejsce: CARLO GUERRIERO** (Hiszpania). Smak: „Sherrymisu” – wariacja na temat tiramisu z wykorzystaniem sherry.

**III miejsce: KEES BAARS** (Niderlandy). Smak: „Seaside Delight” – deser inspirowany nadmorskim klimatem. ■

I POLSKI  
KONKURS  
PIERNIKA

O N L I N E

## RUSZYŁ PIERWSZY OGÓLNOPOLSKI KONKURS PIERNIKA. TO PROPOZYCJA NIE TYLKO DLA ZAWODOWCÓW



Miłośnicy dekorowania pierników mają powód, by wyjść ze swoją pasją poza domową pracownię. Wystartował **Pierwszy Ogólnopolski Konkurs Piernika!** To inicjatywa skierowana zarówno do początkujących, jak i tych, którzy od lat tworzą bardziej zaawansowane dekoracje z lukru królewskiego. Udział w konkursie jest **bezpłatny**.

Organizatorzy podkreślają, że nie trzeba być profesjonalistą, by spróbować swoich sił. Liczą się przede wszystkim **kreatywność, estetyka wykonania i pomysł na pracę**. To dobra okazja, żeby sprawdzić umiejętności, zmotywować się do stworzenia czegoś wyjątkowego i pokazać efekty pracy szerszej publiczności. Konkurs został podzielony na kilka kategorii, dzięki czemu mogą w nim wziąć udział zarówno dorośli, jak i dzieci. Wśród kategorii znalazły się m.in.:

### Początkujący

Dzieci

Pierniczki płaskie

Piernik dekorowany 2D/3D

Budowle z piernika

Dekoracje 3D z samego lukru

### JAK WZIĄĆ UDZIAŁ?

Aby wystartować, należy **zgłosić swój udział do 30 czerwca** za pomocą formularza dostępnego na stronie konkursu. Następnie uczestnicy mają czas **do 30 sierpnia** na przygotowanie pracy i przesłanie zdjęć. Ogłoszenie wyników nastąpi jesienią tego roku, dokładnie 23 września.



\*\*\*

Szczegóły oraz formularz zgłoszeniowy dostępne są na stronie:

**konkurspiernika.pl** ■

### UWAGA!

Warto pamiętać, że zgłaszane prace **nie mogą być wcześniej publikowane**, do zgłoszenia trzeba dołączyć **5 zdjęć**: cztery ujęcia z różnych stron oraz jedno zbliżenie na detale.

**Jury w składzie:** Marta Torres (The Cookie Lab by Marta Torres), Angelika Chwyć (SugarArt), Beata Młynarczak (Słodki Decor, organizatorka konkursu) oraz nasza redaktor Natalia Aurora Urbanek ocenią prace, kierując się następującymi kryteriami:

- wygląd i estetyka – 0-10 pkt
- liczba zastosowanych technik – 0-10 pkt
- stopień trudności wykonania – 0-5 pkt
- przedstawienie tematu – 0-10 pkt
- oryginalność – 0-5 pkt



# Pomarańczowe *de Luxe*



## nowość!



Zapraszamy do aplikacji i kontaktu  
z zespołem handlowym Lesaffre  
oraz na [www.lesaffre.pl](http://www.lesaffre.pl)

## MIESZANKA

DO PRODUKCJI CIAST  
BISZKOPTOWO-TŁUSZCZOWYCH I BABEK



- uproszczony proces i pełna kontrola nad jakością
- wysoka zawartość granulatu pomarańczowego, która wynosi 10%
- naturalny smak, aromat i kolor wypieku
- stabilna struktura ciasta
- dobre prowadzenie w produkcji ręcznej oraz mechanicznej



- intensywny, naturalny smak pomarańczy
- wilgotny, miękki miękisz
- wydłużona świeżość po wypieku
- równomierny kolor i estetyczny przekrój



- dozowanie 100%
- worek 10 kg.



POBIERZ APLIKACJĘ  
*Lesaffre & Me*

