

NIE SKALA PRODUKCJI A JAKOŚĆ PIECZYWA JEST KLUCZOWA



Klaudia Walkowiak: Krążą plotki, że pieczywo dostępne w sieciach handlowych jest wypiekane z głęboko mrożonego ciasta sprowadzane go z Chin. Jakie jeszcze mity narosły wokół tego produktu? Czy mogą Państwo się do tego ustosunkować?

Michał Zajezierski: Mitów niestety było kilka. To jeden z bardziej absurdalnych. Nas, czyli piekarzy z dużych zakładów piekarniczych, taka dezinformacja dotyka i jednocześnie irytuje, bo wprowadza w błąd konsumentów. Jesteśmy dumni z naszych wyrobów piekarniczych, ponieważ są dobrej jakości i właśnie takie pieczywo wypiekamy w naszych zakładach w większości powstałych z polskich, rodzinnych piekarni, których potomkowie, a także tysiące pracowników, z dumą kultywują dawne tradycje.

Stowarzyszenie Producentów Pieczywa zrzesza piekarnie, których udział w rodzimym rynku stanowi 30%. W praktyce oznacza to, że nasze wypieki są sprzedawane w sklepach wielkopowierzchniowych i trafiają do rzeszy polskich domów. Jakość produktu ma kluczowe znaczenie dla odbiorcy, nietrudno więc domyślić się, że zarówno my, jak i sieci podążamy za oczekiwaniami naszych klientów poprzez tworzenie i wzajemne utrzymywanie wysokich standardów.

Sieci handlowe, a także dyskonty kierują się jasno sprecyzowanym postępowaniem dotyczącym wdrażania produktów oraz kontroli ich jakości. Procedury są poparte niezależnymi badaniami laboratoryjnymi, testami konsumenckimi i kontrolą ekspercką audytorów. Zmiany w recepturze lub jakiegokolwiek próba wprowadzania konsumenta w błąd jest obarczona olbrzymimi karami, nie wspominając o tym, że tego typu praktyki są oszustwem.

MICHAŁ ZAJEZIERSKI

Prezes, Stowarzyszenie
Producentów Pieczywa



Jeszcze raz chciałbym podkreślić, że nie skala produkcji a jakość pieczywa jest kluczowa. Jednocześnie naszą intencją nie było i nigdy nie będzie dzielenie piekarzy na lepszych i gorszych, małych czy dużych. Nasz cel to promocja dobrego pieczywa o przejrzystym składzie oraz przywrócenie jego miejsca jako niezbędnego elementu naszej diety.

Czy skład i sposób przygotowania pieczywa mrożonego różnią się od tych stosowanych w tradycyjnych piekarniach? Jak proces mrożenia wpływa na ostateczną jakość produktu?

Pieczywo z dużego zakładu wytwarza się tak samo, jak pieczywo rzemieślnicze: mieszane są ze sobą składniki, takie jak mąka, woda, sól, zakwas lub drożdże plus ewentualnie inne dodatki np. ziarna. Ciasto jest wyrabiane, wyrasta w garowni, później uformowane z niego pieczywo trafia do pieca i piecze się w nim do około 80% całego procesu, a następnie stygnie i zostaje zamrożone metodą owiewową, czyli zamrażane zimnym powietrzem. Duże piekarnie ze względu na jakość swoich produktów, proces technologiczny oraz oczekiwania klientów muszą kupować składniki tylko wysokiej jakości, które – dodam – pochodzą od polskich producentów.

Najłatwiej zobrazować to na przykładzie mąki, która jest kluczowym surowcem w naszej branży. Użycie wspomnianej mąki o słabych parametrach, bez pełnej transparentności co do jej jakości czy pochodzenia, byłoby nie tylko nieuzasadnione ekonomicznie

ze względu na jakość produktów i poziom strat, lecz także niezgodne z kontraktami wymagającymi np. identyfikowalności surowców, szczególnie mąki. Oznacza to, że młyn jest zobowiązany do podania pełnej informacji o tym, z jakiej partii pochodzi ziarno, od jakiego rolnika została dostarczona mąka. Każda partia podlega również regularnym kontrolom wewnętrznym i w niezależnych laboratoriach – zarówno po stronie młyna, jak i w piekarni.

Warto dodać, że jakość naszego pieczywa potwierdziły chemiczne oraz sensoryczne badania Instytutu Żywności i Żywienia, z których jednoznacznie wynika, że technologia produkcji nie ma absolutnie żadnego wpływu na walory estetyczne czy odżywcze pieczywa wypiekanego przez takie piekarnie jak nasze. Mało tego, w porównaniu z pieczywem wytwarzane technologią do wypieku ma wyższą zawartość tiaminy, czyli witaminy B₁.

Jeśli chodzi o kwestie mrożenia, to nie rzutuje ono w żaden sposób

na właściwości odżywcze pieczywa. Wręcz przeciwnie. Wiele badań wskazuje, że zamrożone pieczywo, które jest dopiekane w sklepie, ma korzystny wpływ na obniżenie wartości indeksu glikemicznego (IG). Podczas zamrażalniczego przechowywania częściowo upieczonego chleba dochodzi do powstawania tzw. skrobi odpornej, która nie jest trawiona przez enzymy przewodu pokarmowego człowieka. Tym samym produkty ją zawierające charakteryzują się obniżoną wartością IG. Dodatek zakwasu lub błonnika również korzystnie wpływał na zmniejszenie IG wytwarzanych tą technologią bułek pszennych.

Gdzie konsumenci mogą znaleźć informacje na temat składu pieczywa oferowanego w popularnych sieciach handlowych?

Zgodnie z przepisami Unii Europejskiej oraz polskiego prawa informacje o składzie pieczywa

sprzedawanego luzem w sieciach handlowych powinny być dostępne w miejscu sprzedaży, np. na wywieszkach obok produktów lub w ogólnodostępnej dokumentacji. Jeśli ich brakuje, konsument ma prawo poprosić obsługę sklepu o udostępnienie składu. Warto również pamiętać, że wiele sieci handlowych publikuje te informacje na swoich stronach internetowych lub w aplikacjach mobilnych, a w przypadku pakowanego pieczywa skład zawsze widnieje na etykiecie. Kluczowe jest świadome wybieranie produktów, a także zwracanie uwagi na ich skład – niezależnie od miejsca zakupu.

Czy Państwa zdaniem niewielka, rodzinna piekarnia ma szansę na sukces, otwierając się w sąsiedztwie dużej sieciowej piekarni?

Każda dobrze prowadzona piekarnia ma szansę na sukces, niezależnie od otoczenia konkuren-

cyjnego. Kluczem jest znalezienie swojej niszy i wyróżnienie się na tle innych przedsiębiorstw. Chleb wciąż pozostaje podstawowym elementem diety wielu osób – według danych Głównego Urzędu Statystycznego przeciętny Polak w 2023 roku spożywał miesięcznie 2,61 kg pieczywa. Co więcej, wbrew ogólnym trendom rynkowym, zgodnie z analizami rynkowymi w latach 2023-2024 liczba piekarni, a także cukierni w Polsce wzrosła. To pokazuje, że rynek nadal daje możliwości rozwoju, również dla mniejszych graczy. Istotne jest znalezienie własnej tożsamości i modelu biznesowego. Do największych atutów rodzinnych piekarni zaliczają się elastyczność oraz możliwość budowania silnej relacji z klientami. Lokalne produkty, tradycyjne receptury oraz unikalne smaki i innowacyjne wypieki mogą być skutecznym sposobem na przyciągnięcie konsumentów. ☺

1/2 WIESHAU