

JAK ZARABIAĆ NA PRALINACH

# DOBRY ROK DLA CZEKOLADY

Aneta Marczak

Chcesz zwiększyć zyski cukierni? Zarabiaj na czekoladzie. Mimo zapaści na rynku słodczy, polscy konsumenci nie rezygnują z kupowania czekolady, pralin i batonów. Wartość sprzedaży tych produktów systematycznie rośnie, a prawdziwe czekoladowe żniwa nadejdą w 2012 roku – prognozują eksperci.

Jeszcze nie tak dawno czekolada kojarzyła się cukiernikom głównie jako półprodukt do dekoracji tortów, polewa do lodowych deserów, ewentualnie dodatek do ciast. Ostatnio to się zmienia - jako środek dekoracyjny czekolada powoli wypiera królujący przez lata w cukiernictwie karmel. Cukiernicy odkryli jednak niedawno, że na czekoladzie można zarobić i to całkiem duże pieniądze.

## JEMY CORAZ WIĘCEJ CZEKOLADY, ALE WCIAŻ ZA MAŁO

Z raportu firmy badawczej Euromonitor International, którego wyniki zamieściła niedawno Rzeczpospolita wynika, że na słodczyce czekoladowe nasi klienci wydają w tym roku niemal 4,9 mld zł, czyli o 300 mln zł więcej niż przed rokiem. Za dwa lata wartość tego segmentu

rynku ma wzrosnąć bardziej dynamicznie, do nieco ponad 5,6 mld zł. Wydatki Polaków na wszystkie rodzaje słodczy w tym roku oscylować mają w okolicach 2,8 mld dolarów (przy obecnym kursie ponad 9 mld zł) i w najbliższych latach wzrosną raczej symbolicznie. Według Euromonitora udział rodzimego rynku w sprzedaży słodkości w całej Europie



Jako środek dekoracyjny czekolada powoli wypiera królujący przez lata karmel.  
FOT. POLAGRA-TECH

▶ Wschodniej sięga 15 procent. Tendencje wzrostowe zauważają również rodzimy dystrybutorzy czekolady dla branży cukierniczej.

– Zainteresowanie półproduktami z czekolady jest bardzo duże, a od kilku lat ich udział w rynku stale wzrasta – ocenia Marcin Komorowski, członek zarządu firmy Martin Braun. – W związku z tym, nasza oferta dla cukierników jest stale poszerzana, dzięki czemu czekoladowe półprodukty znajdują coraz więcej możliwości zastosowań. Bardzo często zdarza się, że sami nasi klienci pokazują nam jak wiele możliwości daje im jeden półprodukt czekoladowy. Na tle innych półproduktów czekolada trzyma się w ścisłej czołówce sprzedaży. Tak jest np. z hitem rynkowym – Schokobella, która od kilku sezonów jest jednym z najlepiej sprzedawanych półproduktów z czekolady, oraz z nowością kremem Covela.

Bardziej sceptyczny jest Bartosz Cisek, Członek Zarządu Spółki Savpol, która na polskim rynku zajmuje się między innymi dystrybucją francuskiej czekolady Valrhona. Jego zdaniem, jednak nadal daleko nam do zachodu.

– Zauważamy szerzące się zainteresowanie wśród naszych klientów marką Valrhona oraz systematyczny wzrost sprzedaży – ocenia Łukasz Zdrojowski Brand Manager Varlhona z Savpolu. – Jeszcze długo niestety nie będziemy mogli konkurować z naszymi zachodnimi sąsiadami pod względem konsumpcji czekolady. W Polsce w przeliczeniu na jednego mieszkańca, średnie spożycie roczne oscyluje w granicach 1,5 kg czekolady, w Niemczech czy Belgii 10 kg.

## NA GORĄCO: PRAWIE 20 PROCENT PRZYCHODU

Na naszym rynku prekursorem nowej mody na czekoladę był E. Wedel, który od kilku lat systematycznie otwiera we wszystkich większych miastach firmowe pijalnie czekolady. – Były one jednym z powodów, dla których Wedel wycofał się z produkcji czekolady dla rynku HoReCa – zdradza Janusz Profus, Maestro Czekolady firmy E.Wedel SA. – Uznaliśmy, że skupimy się na promowaniu własnych pijalni, w związku z tym nie będziemy sprzedawali płynnej czekolady cukiernikom.

Pomysły z pijalniami czekolady szybko okazał się strzałem w dziesiątkę – w lokalach Wedla stolik trzeba zamawiać z wyprzedzeniem, a gorąca czekolada w ofercie przyciąga konsumentów ciast, deserów, kawy. – Jeżeli chodzi o rynek gorących napoi, to sprzedaż czekolady w cukierniach czy kawiarniach, które wprowadziły ją do swojej oferty, gene-



Ekspert z firmy Martin Braun zauważył, że na tle innych produktów czekolada trzyma się w ścisłej czołówce sprzedaży.

FOT. MARTIN BRAUN

ruje gdzieś od 8-20 procent przychodów ze sprzedaży gorących napoi – ocenia ekspert.

– Należy też dodać, że pitna czekolada z każdym rokiem staje się bardziej popularna wśród konsumentów. Co prawda jej sprzedaż jest mocno sezonowa – zdecydowanie więcej klientów wybiera czekoladę zimną – ale może stanowić dobrą przeciwwagę do

sprzedaży lodów, które zdecydowanie lepiej sprzedają się latem.

Przetartym przez Wedla szlakiem poszli inni producenci, specjalizujący się do tej pory w produkcji czekolady w tabliczkach oferowanej na rynek detaliczny. Niedawno czternasty już salon między innymi z pitną czekoladą otworzyła w Opolu sieć Wawel SA. Kolejny, jeszcze

## WSZYSTKO DLA CZEKOLADY

18 do 86 lat przyszło na adres niewielkiej fabryki pralinek San Marina w Belgradzie w odpowiedzi na ogłoszenie o wakującym stanowisku pierwszego serbskiego degustatora czekolady.

Wśród chętnych na tę niecodzienną pozycję znaleźli się m.in. nauczyciele, inżynierowie, prawnicy, sędziowie, eksperci ds. zarządzania i emeryci. Kandydatury z załączonymi własnymi przepisami na czekoladki, zdjęciami i opisami doznań smakowych nadeszły z tak odległych miejsc, jak RPA, Wielka Brytania, Włochy czy Austria.

Jak mówi szefowa produkcji firmy Merima Krstić, zadziwiające było to, że w ani jednej z tysięcy nadesłanych ofert nie padło pytanie o wynagrodzenie. Wiele osób proponowało, że mogą początkowo pracować za darmo. Po odbyciu licznych rozmów kwalifikacyjnych wyłoniono 100 osób, spośród których firma wybierze „tę jedną, która ma to coś”.

Degustator czekolady nie może palić papierosów ani pić alkoholu. Musi natomiast umieć rozróżniać obecnie już 80 wariantów smakowych czekolady i pralinek. Z pomocą nowego pracownika firma chce niedługo zwiększyć liczbę tych smaków do stu.

Do zadań degustatora będzie też należała współpraca przy tworzeniu nowych produktów. Dlatego musi być w stanie skosztować wszystkiego – wykluczone jest więc uczulenie m.in. na ciemną i jasną czekoladę z nadzieniem owocowym, alkohol, orzechy, paprykę chili, pieprz, kardamon, lawendę czy imbir. Co więcej, „musi umieć dopasować rodzaj pralinek do indywidualnych potrzeb klienta” – mówi szefowa firmy Marina Kaludžerović, dodając, że jest to „zadanie wymagające subtelności psychologicznego podejścia”.



Pijalnie czekolady powstają jak grzyby po deszczu. Na zdjęciu Dom Czekolady z Gdyni.  
FOT. TOMASZ PRZYSIĘŻNY

w grudniu, kiedy oddawaliśmy ten numer do druku, miał zostać otwarty w Krakowie. Salony firmowe Wawel oferują gorącą czekoladę o różnych smakach, np. „wiśniowe zauroczenie” czy „cynamonowe wyspy”. Na sieciowych pijalniach się nie skończyło. Ostatnio pitną czekoladę od oferty zaczęli wprowadzać... lodziarze. Jako pierwsze na

takie rozwiązanie zdecydowały się Lodziarnie Grycan, w których od połowy listopada klienci lokali mogą wybierać pomiędzy herbatą zimową i czekoladą orzechową o pojemności 400 ml. Ceny obu produktów wynoszą 9,9 zł. Czekoladowy trend szybko podchwycili cukiernicy. Prawie wszyscy inwestują już we własne kawiarnie, coraz więcej z nich wprowadza

## BELGIJSKA TRADYCJA

Profesjonaliści doceniają prawdziwą belgijską czekoladę. – W przeciwieństwie do niektórych produktów konkurencyjnych, w których stosowane są różne procenty tłuszczów roślinnych, Callebaut stosuje wyłącznie 100-proc. masło kakaowe, aby zapewnić stałą jakość wszystkich swoich produktów – zapewniają dystrybutorzy. Gama produktów Callebaut jest dostępna w formie zapakowanych bloków i kaletek Callets, przeznaczonych do optymalnego roztopienia w warunkach roboczych. Oferta czekolad Callebaut jest szeroka i obejmuje takie produkty, jak czekolady organiczne, Fair Trade, bez cukru, Acticoa czy kolorowe i smakowe. – Przez to możemy zapewnić stosowne rozwiązania we wszystkich znanych zastosowaniach cukierniczych – wyjaśnia Nina Wójcik. – Należy podkreślić, że wszystkie produkty Callebaut są zawinięte w mocną folię, która chroni smak i aromat, jest lekka i szczelna, a także zapewnia solidną ochronę przed wilgocią. Wszystkie opakowania zawierają również pełny zakres informacji technicznych w odniesieniu do przetwarzania, łącznie ze wskazówkami na temat roztopiania, temperowania i schładzania przy formowaniu i oblewaniu.



Belgijską czekoladę doceniają profesjonaliści.  
FOT. BARRY CALEBAUT



W swoich wyrobach czekoladowych Barry Callebaut stosuje wyłącznie stu procentowe masło kakaowe.  
FOT. BARRY CALEBAUT

do oferty pitną czekoladę. Z odpowiedzią na potrzebę rynku szybko wyszli dostawcy.

– Czekolada pitna, którą oferujemy dla gastronomii, jest produkowana we Włoszech i na tamtejszym rynku sprzedawana jest już od dawna – mówi Ruth Piekarska-Stefanii Project Manager w firmie Master Martinii Polska z Krakowa. – W Polsce pierwsze próby z wprowadzeniem do oferty pitnej czekolady podjęliśmy już siedem lat temu. Początkowo dużego zainteresowania nie było. Moim zdaniem rynek musiał dojrzeć. Polacy zaczęli więcej podróżować, poznawać ofertę szwajcarskich czy włoskich kawiarni, próbować prawdziwej pitnej czekolady. Szybko przekonali się, że prawdziwa, gęsta, pitna czekolada w niczym nie przypomina mlecznego kakao, które w Polsce do niedawna jeszcze za czekoladę uchodziło. Tak rozpoczęła się moda na gorącą czekoladę, która trwa do dziś. Z naszych obserwacji wynika, że ten trend ma tendencję rosnącą, coraz więcej cukierni, kawiarni, a nawet pubów stara się taką czekoladę wprowadzić do swojej oferty.

## PO WŁOSKU, FRANCUSKU I BELGIJSKU

Master Martinii dla gastronomii oferuje czekoladę Golden Cioc to ma dwie wyjątkowe zalety – jest gęsta, doskonała w smaku (do jej produkcji wykorzystano kakao najwyższej jakości oraz prawdziwą, ciemną czekoladę), a równocześnie bardzo prosta w przygotowaniu.

– Wystarczy otworzyć kartonik i wlać czekoladę do filiżanki. Można także podgrzać czekoladę w kuchence mikrofalowej lub wykorzystując gorącą parę z ekspresu do kawy – wyjaśnia Ruth Piekarska-Stefanii. – Takie rozwiązanie sprawia, że doskonałą czekoladę może przygotowywać nawet niedoświadczony personel, bez obawy, że ją na przykład przypali – dodaje specjalista.

Płynną czekoladę posiada w swojej ofercie również firma Savpol z Gliwic, która na polskim rynku jest dystrybutorem między innymi francuskiej marki Varholna, uchodzącej za jedną z najlepszych czekolad na świecie. – Dla branży HoReCa oferujemy produkt o nazwie Celaya- płynną czekoladę serwowaną gorąco – mówi Bartosz Cisek. – Czekolada ta jest jednym z najlepiej sprzedających się produktów gotowych z gamy Valrhona w Polsce. Łatwe i szybkie przygotowanie oraz pełny i bogaty smak prawdziwej czekolady, zadowala najbardziej wymagających klientów, a specjalnie przygotowany przez l'Ecole du Grand Chocolat Valrhona przewodnik z przepisami i wykorzystaniem czekolady Celaya ułatwia dążenie do osiągnięcia perfekcyjnego smaku oraz



Ręcznie robione pralinki wracają do łask.  
FOT. TOMASZ PRZYSIĘŻNY



Prawdziwe arcydzieła sztuki cukierniczej oparte na czekoladzie można oglądać między innymi w ramach Polagry Tech w Poznaniu.  
FOT. POLAGRA TECH

niepowtarzalnych wariacji deserowych dodaje Łukasz Zdrojkowski.

Czekolady pitne oferuje dla gastronomii również firma Barry Callebaut Polska.

– Do przygotowania gorącej czekolady proponujemy nasze standardowe belgijskie czekolady Callebaut – ciemną 811NV, mleczną 823NV czy też białą CW2NV – mówi Nina Wójcik. – Jeśli cukiernia czy kawiarnia chciałaby wyróżnić swoją ofertę dla klienta, polecamy wówczas gamę czekolad Origine. Są to czekolady stworzone z ziaren pochodzących z konkretnego regionu świata, stąd też wywodzą się ich nazwy, jak Madagascar czy Ecuador. Mają one niezwykle wyraziste smaki, z wyczuwalnymi nutami ziół czy owoców. Dla tych kawiarni, które nie są w stanie przygotować własnoręcznie czekolady, mamy też gotowy produkt Choc-o-laté z prawdziwą czekoladą. Jest go-

towy do użycia, w płynnej formie, w bardzo wygodnym jednolitrowym opakowaniu typu tetra pack. Wystarczy ją podgrzać i można od razu podawać.

## NADCHODZI ERA PRALIN A NAWET... TABLICZEK CZEKOLADY

Chcesz się wyróżnić na rynku i zyskać stałych klientów – rób praliny – przekonują cukiernicy, którzy zdecydowali się na produkcję własnych czekoladek. Przed II wojną światową sztukę tę posiadał praktycznie każdy cukiernik. W Polsce po wojnie tradycja ręcznego wyrobu pralin zaniknęła, na zachodzie rozwija się świetnie. Tymczasem na pralinach można dobrze zarobić. Szczególnie przed świętami. Z roku na rok rynek ten rośnie coraz szybciej, a konsumenci coraz częściej wybierają produkty z wyższej półki, o wyszukanym smaku i elegancko za-

pakowane. W cenie są praliny unikalne, często z logo cukierni, wykonywane z naturalnych składników, w niewielkich seriach, z krótkim terminem przydatności do spożycia. Czekolady w tabliczkach oraz praliny to dwa największe pod względem wartościowym segmenty rynku słodczy. Czekolady w tabliczkach stanowią 18 proc., a praliny 17 proc. jego wartości (dane za Nielsen, za okres sierpień 2007 - lipiec 2008 r.). Równocześnie wzrasta liczba cukierników, którzy jak Dariusz Szyca ze Słupska, tajniki produkcji pralin zagłębia pod okiem najlepszych mistrzów na świecie. Niedawno pojawiła się wśród cukierników nowa moda na... ręczną produkcję tabliczek czekolady. Nie bez przyczyny. Zdaniem ekspertów, rocznie na tabliczki czekoladowe wydajemy ponad 1,1 mln zł. Do wzrostu przyczyniły się głównie najbardziej popularne czekolady mleczne



Czekoladowe drzewo, działo mistrzów cukiernictwa pracujących dla Master Martini było w ubiegłym roku sensacją w branży. Na zdjęciu Ruth Piekarska-Stefanii, Project Manager firmy.

FOT. ANETA MARCZAK

## FRANCUSKA DOSKONAŁOŚĆ

Valrhona to marka w Polsce jeszcze wciąż mało znana, ale doskonale wypozycjonowana za granicami. Wywodzi się z Francji, gdzie w 1922 roku cukiernik Alberic Guironnet otworzył fabrykę czekolady Chocolaterie du Vivarris w Tain l'Hermitage.

– W przeciwieństwie do obecnych trendów, firma Valrhona nie kupuje ziaren kakaowca na niestabilnych rynkach, ale sama zajmuje się jego produkcją – opowiada Łukasz Zdrojkowski. – Umożliwia to zebranie plonów wysokiej jakości. Nasza czekolada tworzona jest z ziaren wyselekcjonowanych, które charakteryzują się wyjątkowymi cechami organoleptycznymi. Specjaliści firmy Valrhona łączą ze sobą różne gatunki surowca, tworząc nowe, oryginalne kombinacje aromatów prawdziwie wyjątkowych, wspaniałych czekolad.

W czym tkwi sekret wyjątkowości czekolady Valrhona? Zdaniem specjalistów, w połączeniu ze sobą wysokiej jakości ziaren kakaowca różnych gatunków i różnego pochodzenia w taki sposób, by wyłonić z nich cały potencjał aromatu.

– Smak w ten sposób powstałych czekolad jest pełny, charakterystyczny oraz złożony – dodają przedstawiciele Savpolu.

– Dodatkowo wachlarz smaków oferowanych przez firmę jest szeroki, smaki zadowolą najbardziej wybredne podniebienia. Niewątpliwie jest to produkt najwyższej jakości. Kolejną bardzo istotną cechą jest to, że jest to czekolada kosztowna.

▶ - 72 proc. sprzedaży. W tym roku profesjonalne, doskonałe laboratorium do produkcji czekolady stworzył Marek Bargieł, właściciel Wytwórni Ciast i Lodów Santos z Krościenka Wyżynnego. Firmowane jego logo czekolady z luksusowej linii SQUARE ART już są na rynku. Klienci są zachwyceni niespotykanymi w Polsce dodatkami: karmelizowanymi naturalnymi płatkami fiołka, jaśminu, akacji, róży, liśćmi mięty, suszonym chilli, laską wanilii, korą cytrynową, skórka z pomarańczy, wiśnią, żurawiną itp.

Jako pierwsi modę na praliny dostrzegli prawdopodobnie eksperci z firmy Martin Braun, która nie tylko od dawna już posiada w swojej ofercie produkty potrzebne do jej wytwarzania, ale również planuje tą ofertę w najbliższym czasie znacznie rozwinąć.

- Cukiernikom, którzy chcą ręcznie wytwarzać praliny, oferujemy wysokiej jakości gotowe kremy czekoladowe, np. Schokobella w dwóch opcjach białej i ciemnej – zdradza Marcin Komorowski, członek zarządu firmy. - Ich zaletą jest możliwość aromatyzowania kremów pastami alkoholowymi lub owocowymi, dzięki czemu możemy nadać pralnikom indywidualnego i niepowtarzalnego

smaku. Posiadamy w ofercie również wysokiej jakości włoskie pasty do lodów, które znakomicie nadają się również do aromatyzowania kremów i nadzień do pralin. Ze względu na rosnące zainteresowanie rynku zamierzamy ofertę poszerzać.

## NIE TYLKO PRODUKTY, ALE RÓWNIEŻ WIEDZA

Produkty potrzebne do ręcznej produkcji pralin ma już w swojej ofercie większość liczących się dostawców na rynku.

- Praliny są produktem klasyfikowanym jako galanteria czekoladowa, czyli produkt ekskluzywny – mówi Łukasz Zdrojkowski z Savpolu. - W naszej ofercie posiadamy produkty potrzebne do ich produkcji, które powstały po szczegółowych badaniach preferencji smakowych klientów. Specjalnie stworzona gama produktowa Signature Professionnelle pozwala na maksymalizację wydajności produktów w kwestii oblewania i nadzień, gama Creation Gourmande zapewnia różnorodną dostępność smakową czekolady oraz seria Grand Cru de Terror, zapewniająca dostęp do czekolad stworzonych z najbardziej wyselekcjonowanych

gatunków ziaren kakaowca, pochodzących z różnych stron świata (Ghana, Wenezuela, Dominikana etc.), które czynią docelowy produkt atrakcyjniejszym ze względu na jego trudno dostępne wyjątkowe składniki oraz wartości smakowe – dodaje.

Interesująco wygląda pod tym względem oferta firmy Callebaut. - Oprócz czekolad, z których bez problemu wylejemy korpusy do pralin, nasza oferta jest uzupełniona bogatą gamą czekoladowych produktów pomocniczych – wyjaśnia Nina Wójcik. - Wśród nich znajduje się bardzo szeroka gama nadzień i ganasz do pralin gotowych do bezpośredniego zastosowania, jak Crème à la Carte, pasty orzechowe oraz urozmaicających smak dodatków, takich jak np. kruszone ziarno kakaowe, czy prażynki, zapewniające chrupkość.

Co istotne, Callebaut nie tylko dostarcza surowce, ale i pomaga cukiernikom w doskonaleniu swoich umiejętności. - Zapewniamy szeroki zakres materiałów zwiększających ich biegłość w „dziedzinie czekolady” – dodaje Nina Wójcik. - Narzędzia te obejmują m.in. szkolenia w Akademiach Czekolady na całym świecie. Ośrodki te są liderami w zakresie szkolenia profesjonalistów na



Jakość czekolady stosowana w cukiernictwie zarówno jako dodatek do ciast, jak i jako dekoracja jest obecnie najwyższej jakości.

Na zdjęciach dzieła mistrzów z Master Martinii.

FOT. ANETA MARCZAK

różnego rodzaju kursach o zróżnicowanych poziomach – od początkujących do zaawansowanych.

O szkoleniach dla klientów myślą również przedstawiciele Savpolu. – Pozyskane podczas długoletniej pracy w dziedzinie cukierniczej umiejętności oraz szkolenia produktowe oferowane np. przez L'ecole du Grand Chocolat Valrhona we Francji, pozwalają polskim cukiernikom na wykorzystanie zaawansowanych technik obróbki czekolady pod względem surowcowym (ciasta, kremy, ganasze, musy, lody) jak i dekoracyjnym – dodaje Łukasz Zdrojkowski.

Tendencje wzrostowe na rynku pralin zauważają również specjaliści z Master Martini Polska. – Zwiększa się zainteresowanie produkcją pralin rzemieślniczych – przyznaje Ruth Piekarska-Stefanii. – W naszej ofercie mamy nie tylko czekolady do produkcji korpusów oraz nadzień, ale także specjalistyczne produkty do wykonania ich, np. roślinne kremy, pasty smakowe, żele, posypki oraz gotowe nadzienia do wypełnienia.

## DEKORACJE, CZYLI CZEKOLADA WYGRYWA Z KARMELEM

Jeżeli chodzi o dekoracje, to w polskim cukiernictwie przez całe lata królował karmel. Do pracy z czekoladą powoli, ale skutecznie przekonuje się coraz więcej mistrzów cukiernictwa. Dostrzegli to organizatorzy Targów Expo Sweet które odbywają się w lutym w Warszawie – co dwa lata, na zmianę, organizują konkurs – raz z dekorowania karmelem, raz czekoladą.

Zainteresowanie czekoladowymi dekoracjami zauważyli również przedstawiciele Martina Baruna.

– Postęp technologiczny przy opracowywaniu półproduktów sprawia, iż większość produktów na bazie czekolady jest „gotowa do użycia” – zauważa Marcin Komorowski. – Dlatego część cukierników, chcąc ułatwić i przyspieszyć sobie pracę, decyduje się zakupić gotowe dekoracje. Tutaj trend jest mocno wzrostowy. Coraz mniej cukierni decyduje się na samodzielne produkowanie polew, wiórków i dekoracji, głównie ze względów finansowych. Dlatego wiórki czekoladowe Ulmer z roku na rok cieszą się coraz większą popularnością. Jednak znam cukierników, których mógłbym nazwać artystami, gdyż potrafią z czekolady stworzyć małe arcydzieła. Jest to jednak najczęściej robione na potrzeby targów czy prezentacji niż przy produkcji dla konsumenta detalicznego. ■



Martin Braun pomaga oferuje cukiernikom całą gamę produktów służących do dekoracji.  
FOT. MARTIN BRAUN

## ZDANIEM EKSPERTA

### JAK ZŁOTO DLA JUBILERA

Trzy pytania do Janusza Profusa, maestro czekolady z koncernu E. Wedel SA.



Fot. Archiwum własne

#### - Czy rynek cukierniczy przekonał się do czekolady?

- Przez lata w dekoracjach królował karmel, dlatego, że cukier był tani. Czekolada uchodziła za produkt drogi, ekskluzywny. Teraz to się zmienia, wielu cukierników używa czekolady nie tylko do dekoracji ciast czy torów, ale również do tworzenia czekoladowych dzieł sztuki cukierniczej. Można nawet powiedzieć, że czekolada powoli zaczyna królować w cukiernictwie, staje się dla nas tym, czym jest złoto dla jubilera.

#### - Na targach można coraz częściej podziwiać imponujące rzeźby sztuki cukierniczej. Gdzie można się nauczyć pracować z czekoladą?

- O takich miejsc jest coraz więcej. W Poznaniu działa szkoła mistrzów czekolady w cukierni pana Kandulskiego, w Łodzi jest Akademia Czekolady, swoje kursy otwiera i konkursy organizuje coraz więcej dostawców i organizatorów targów. Doskonałe szkoły mistrzowskie funkcjonują poza granicami, nasi cukiernicy coraz częściej wyruszają po nowe umiejętności do Belgii czy Szwajcarii.

#### - Dużo czekoladowych dzieł sztuki będziemy mogli oglądać na zbliżających się targach Expo Sweet w Warszawie, których jest Pan jednym z organizatorów?

- Czekolada na pewno będzie w dekoracjach tortów, na stoiska wystawców. Tymczasem tegoroczny konkurs będzie dotyczyć dekoracji z karmelu, na czekoladę kolej za rok.