

Centrum Słodkiej Dekoracji

Z czekoladą nie ma żartów!



Na łamach PRINT & PUBLISHING piszemy o rozmaitych rodzajach druku, ale nawet na ich tle asortyment poznańskiej firmy P.AN należy uznać za wyjątkowy. Rodzinne przedsiębiorstwo państwa Andrzejaków zajmuje się bowiem drukiem na podłożu bardzo specyficznym – na czekoladzie. Jeszcze dziwniejsza jest stosowana tutaj farba. To także czekolada!

■ Tomasz Nowak

Nazwa P.AN pochodzi od inicjałów założyciela – Pawła Andrzejaka. Jako spółka z o.o. firma działa od 1997 r. od samego początku zajmując się dekoracją i zdobieniem słodczy oraz czekolad, najpierw w jednym kolorze, a obecnie wielobarwnym. U podstaw przedsięwzięcia wymagającego specyficznej wiedzy – cukierniczej i poligraficznej, legło doświadczenia zebrane wcześniej

w obu branżach. „Ukończone szkoły i dotychczasowa praktyka bardzo mi pomogły” – wspomina założyciel – „Tym bardziej, że wszystkie maszyny, którymi posługujemy się w produkcji, to właściwie nasze własne konstrukcje”.

Urządzenia te, wykonane ze stali nierdzewnej, muszą spełniać wszelkie normy narzucane w przemyśle spożywczym. Sam proces natomiast, odbywa się pod nadzo-

rem systemu do analizy ryzyka i kontroli punktów krytycznych HACCP.

Obecnie, w zarządzaniu P.ANem zatrudniającym ??? osób, Pawła-seniora wspiera syn – Dariusz, zajmujący się głównie kwestiami kreacji i marketingu. Jego autorskim dziełem jest aktualne logo spółki oraz katalog produktów.

Trzeba wiedzieć

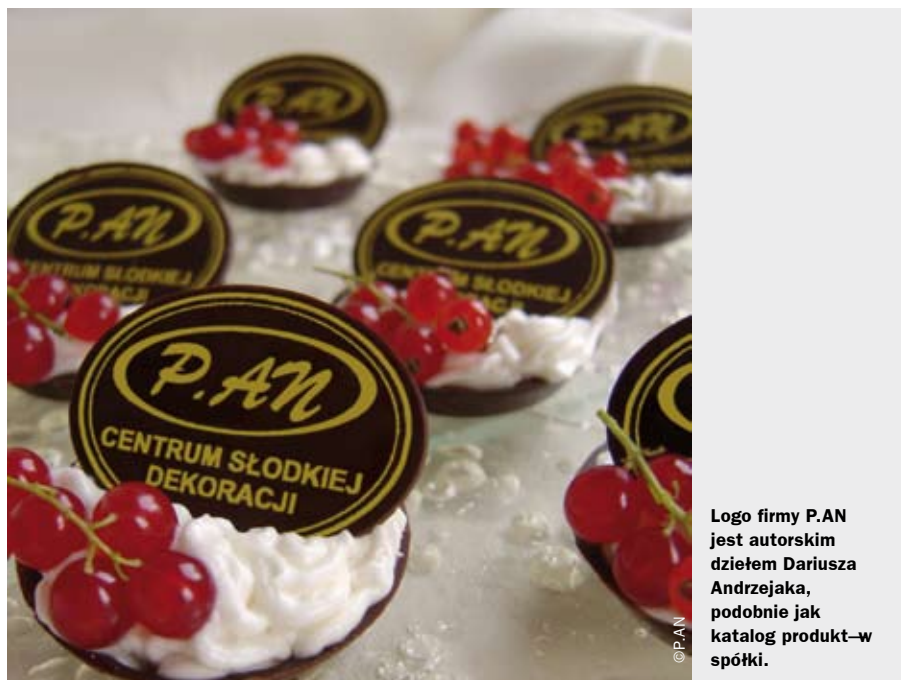
Czekolada jest jednym z materiałów najczulszych na wszelkie zmiany otoczenia oraz obecność innych substancji. Stąd też znajduje powszechne zastosowanie w badaniach nad jakością opakowań i ich składników. A co dopiero kiedy jej powierzchnie trzeba zadrukować?

„Nie ma mowy o używaniu jakichkolwiek farb! Tu wszystko musi być „spożywcze”. – tajemniczo uśmiecha się Dariusz Andrzejak – „Wszystkie obrazy na, a właściwie w czekoladzie można nanosić wyłącznie też przy pomocy czekolady, oczywiście barwionej. Inaczej natychmiast zmieniłyby się smak”.

Jak to zrobić? Nie wiadomo. Firma zazdrośnie strzeże tajemnic technologicznych. „W Europie działa z siedem przedsiębiorstw podobnych do nas” – tłumaczy – „Wiemy o sobie tylko tyle, że jesteśmy i uważnie obserwujemy nawzajem swoje możliwości, bowiem zawsze staramy się być o krok przed wymaganiami rynku. Natomiast, co do wykonania – my również nie wiemy jak robią to inni”. Tak czy owak efekt jest imponujący. Owa „ważna obserwacja” sprawiła, że proste, jednobarwne wzorki wyewoluowały w ciągu kilku lat w wielokolorowe obrazy umożliwiające np. reprodukcją zdjęć. Tego rodzaju rozwiązania „zasiliły” również asortyment P.ANa około 3 lata temu, natychmiast po pojawieniu się na rynku.

Drukować najlepiej

Proces technologiczny wytwarzania czekolady, tak aby zyskała właściwy smak



Logo firmy P.AN jest autorskim dziełem Dariusza Andrzejaka, podobnie jak katalog produkt–spółki.

i konsystencję wymaga nieustannej kontroli. Tym bardziej, jeśli ma ona zostać następnie użyta jak nośnik obrazu. Z tego też powodu jej użycie, jako „podłoża” oraz „farby” niesie ze sobą pewne ograniczenia. „Z czekolady nie można uzyskać barwy czarnej.” – tłumaczy Andrzejak-senior – „Ponadto nie można tu mówić o ‘utrzymaniu kolorów’, bowiem najłżejsza zmiana temperatury podczas procesu temperowania wywiera widoczny wpływ na ich odcienie”. Zachwiania równowagi cieplnej może sprawić też, że powierzchnia czekoladowej płytki straci połysk, a z czasem zmurszeje. Ograniczeniom podlegają też inne parametry opisujące druk, takie jak ostrość czy rozdzielczość odwzorowywanych ilustracji.

W ofercie firmy znajdują się rozmaite formy wykonane z czekolady, np. praliny czy korpusy do truflii. Najefektniej prezentują się jednak odlewy o wyjątkowej precyzji, pogłębionej jeszcze warstwą barwną nałożoną na powierzchnię.

W produkcji P.AN stosuje wyłącznie znakomitej jakości czekolady belgijskie. Dzięki nim udaje utrzymać się nie tylko wyjątkowe walory smakowe, ale także pewną elitarność produkcji, która trafia na rynki Europy Wschodniej i Szwecji. Szerzy eksport nie leży, póki co, mimo bardzo korzystnej relacji cenowej, w orbicie zainteresowań właścicieli.

Zjedz siebie

Przed 5 laty wybuchła inna „słodka bomba” – pojawiła się moda na fotorty. Technologia umieszczania zdjęć wygląda bardzo prosto. Do drukarki – może być zwykła, biurowa – wkłada się kartkę papieru i drukuje. Potem wycina, przykłada do wypieku i czeka. Dla lepszego efektu można obrazek „nastrzelać” z zewnątrz żelam, zwłaszcza jeśli pod spodem znajduje się galaretkę. Wówczas wszystko wygląda jak „zrośnięte” w jedną całość.

Aby jednak móc „rzucić” na tort zdjęcie młodej pary, ulubionego pieska czy wspomnienie z wakacji nie wystarczy dysponować desktopową drukarką i zwykłym papierem. „Jako podłoża stosujemy tutaj specjalny ‘papier opłatkowy’, bardzo podobny w swej strukturze do powszechnie znanych opłatków”. – tłumaczy Dariusz Andrzejak – „W krajach anglosaskich, gdzie preferuje się torty kremowe, popularniejszy jest papier cukrowy”.

W ploterze też trzeba zainstalować kartridż zawierający barwniki spożywcze i, rzecz jasna, nie można stosować ich naprzemiennie ze zwykłymi atramentami. Cały



©P.AN

W ciągu kilku lat obrazki na czekoladkach wyewoluowały z prostych jednobarwnych wzorków w wielokolorowe obrazy umożliwiające, np. reprodukcją zdjęć

proces musi odbywać się pod czułym okiem HACCPu. „Fotorty były przed paru laty prawdziwym hitem”. – wspomina Paweł Andrzejak – „Ale teraz ta moda trochę jakby mijąca”.

Pójść dalej

„Z samego początku mieliśmy ogromne problemy z nieustannymi kontrolami, które nie mogły uwierzyć że produkcja na ‘zwykłych drukarkach’ czy też barwienie czekolady odbywa się z zachowaniem ostrych i wymagających norm sanitarnych” – wspomina Dariusz. Stosowanie systemu HACCP było także zaskoczeniem dla partnerów zagranicznych, bowiem jego

obowiązkowe stosowanie, tak jak u nas, wciąż nie jest jeszcze normą we wszystkich krajach wspólnot europejskich.

Dotychczas P.AN obsługiwał głównie rynek cukierniczy, jednak coraz liczniejsze zapytania ze strony agencji reklamowych, każą spojrzeć także i w tę stronę. „Kontakty z cukiernikami to nasz ‘chleb powszedni’”. – tłumaczy Paweł – „Wiemy z kim mamy do czynienia, wiemy, że oni potrafią właściwie ocenić i docenić nasze produkty”. Rynek reklamy to pusta karta. „Przygotowujemy dla niego specjalną ofertę i powoli badamy możliwości”. – dodaje jego syn. Wydaje się, że barwne i słodkie pokusy z P.ANa mają duży potencjał aby dokonać także tutaj skutecznych podbojów. ■



©P&P

Najefektniej prezentują się odlewy z czekolady – o wyjątkowej precyzji, pogłębionej warstwą barwną nałożoną na powierzchnię.