



Fotó: Daragó Viktória

A LEGJOBBAK - A DININGGUIDE.HU SZERINT

- Desszertszalón, Vác
- Four Seasons, Gresham Kávéház
- A Hotel Meridien cukrászata
- Gerbeaud
- Lukács
- Belvárosi Auguszt
- Zazzi

DESSZERTFORRADALOM

Édes változások

Még a gasztronómia iránt kevésbé érdeklődőknek is feltűnhetett, hogy a magyar éttermi kultúra alaposan megváltozott az utóbbi években. Látványos bizonyíték is akad: az első hazai Michelin-csillag. De mi a helyzet a cukrászattal?

Igazán nem szeretnénk túlértékelni a francia abroncsgyártó cég inspektorainak tevékenységét, de el kell ismerni, a magyar gasztronómiában új időszámítás kezdődött, amikor a Costes megkapta az első magyar Michelin-csillagot. Öröndetes, hogy ezzel felkerültünk végre hivatalosan is az európai gourmand-térképre, de a fontosabb hatást mégis belföldön véltük felfedezni. A Michelin-kalauz megjelenése után ugyanis a hazai sikernek köszönhetően a magyar média minden eddigienl

nagyobb figyelmet szentelt a gasztronómiának. A minden televízióban, újságban megjelent, a Costes és a Bib gourmand-ementést kapott éttermetek bemutató riportok következtében meglepően széles körben vált ismertté a minőségi étkezés koncepciója. A jó ételek és alapanyagok iránti tisztelet a növekvő számú gasztroblogon keresztül is teret nyer, ahogy a valóban értékes szakácskönyvek piaca is szépen bővül. A cukrászipar azonban mintha megrekedt volna a fejlődésben. A hazai gasztronómiát toplistákba rendező diningguides.hu

A hazai piac komoly hátrányban van, hiszen a munkát terhelő járólékok jelentősen magasabbak a környező országokénál. Így nem tudunk versenyképesek lenni az olcsóbb lengyel vagy akár a rendkívül hatékonyan gyártott nyugati termékekkel szemben.





ÉDES KEZDETEK

Hazánkban a 19. század első felében alakult ki a cukrászkézműipar. Ebben az időben Magyarországra több svájci cukrász vándorolt be, akik újszerű készítményeket honosítottak meg, és meggyorsították a cukrászkézműipar fejlődését. A legtöbb kézműipari cukrászműhelyben a cukrász-tevékenység több ágazatát is művelték. A magyarországi gyári édesipar bölcsőjének a cukrászipar tekinthető. Kivételt képez ez alól a csokoládégyártás, mert a csokoládékészítés eleve gépesített, gyáripari termelésként indult. A korai csokoládékészítők csak csokoládéitalk készítettek, a cukrászok pedig csak felhasználói voltak a csokoládénak. 1884 után Gerbeaud Emil vezette be Magyarországon a csokoládés desszert, illetve a bonbon előállítását.

Forrás: Dióspatonyi Ildikó – Az élelmiszeripar fejlődése a kiegyezéstől a 20. század elejéig

A jó ételek és alapanyagok iránti tisztelet az egyre növekvő számú gasztroblogon keresztül is teret nyer, ahogy a valóban értékes szakácskönyvek piaca is szépen bővül.



Forrás: Rapp Eszter

csúcscukrászatokat bemutató listáján összesen hét szereplőt találunk, és ezzel ki is merítettük a lehetséges keretet, legfeljebb a sorrenden lehet vitatkozni. A helyzetet jól jellemzi, hogy a Magyar Cukrász Iparosok Országos Szövetsége által megrendezett legutóbbi fagyaltversenyen a szervezet egy jeles képviselője haladásként értelmezte, hogy a csokoládéfagyalt elkészítéséhez a versengés kedvéért valóban csokoládét használtak. Az, hogy egy szakmai szervezet szerint a minőségi alapanyag választható, nem pedig kötelező elvárás, tulajdonképpen egyáltalán nem meglepő, ha körbekérdezünk a szakmában.

Savanyú forrás

„A legnagyobb problémát az jelenti, hogy a szakképzés romokban hever. Cukrászok generációi kerülnek ki az iskolából, akik az ott töltött évek során egyetlenegyszer sem látnak, használnak valódi csokoládét vagy minőségi vaját. A szakoktatás nélkül pedig a szakma sem tud továbblépni” – állította Varga Gábor, a desszert.eu weboldal főcukrásza és főszerkesztője, aki körülbelül 50 évnyi hátrányt vizionál a fejlettebb piacokhoz képest, mind a szakemberek tájékozottsága, felkészültsége, mind az alapanyag-használat tekintetében.

„A szakiskolában olyan könyvekből tanulnak, amelyek még 1968-ban íródtak, a tanulók nem cukrászkodni tanulnak meg, csak recepteket elkészíteni. Fogalmuk sincs róla, hogyan viselkednek az alapanyagok a konyhában, ha szerencsésük van és jó helyre kerülnek, akkor jó irányba fejlődnek, ha nem, akkor esélytelenek” – panaszkodott Niszkács Anna is a Gerbeaud képviselőjében.

„Jók az alapjaik, nem rosszabbak, mint egy brit vagy egy kanadai frissen végzettnek. Valóban nem értékelik a minőségi alapanyagokat, de ez máshol is hasonlónak mondható. Az viszont tagadhatatlan, hogy jóval több francia alapra, receptre lenne szükségük, és persze segítené, ha tényleg ismernék az anyagokat, amelyekkel dolgozniuk kell” – értékelte az oktatási helyzetet a keze alá kerülő tanoncokon keresztül egy messziről jött ember, a kanadai Devin Ticmanis, a Lukács cukrászda vezető séfje.

„Az édesipar megmaradt termelő gyárainak is komoly kihívást jelent a jó képzettségű szakmunkások felvétele, mert hiány van szakemberekből ezen a téren. Az oktatás területén remélünk változást, bízunk abban, hogy a szakmunkásképzés nagyobb figyelmet és megbecsülést kap majd a jövőben” – adott képet az édességfogyasztás nagy részét biztosító édesipar oktatásról alkotott véleményéről Sánta Sándor, az Édességgyártók Szövetségének elnöke és a Bonbonetti csoport vezérigazgatója.

Forrás: Rapp Eszter



Cukrászok generációi kerülnek ki az iskolából, akik az ott töltött évek során egyetlenegyszer sem látnak, használnak valódi csokoládét vagy minőségi vaját.



Ahogy az édesipari felmérések eredményei is mutatják, lassan ugyan, de azért biztosan kialakulni látszik egy megváltozott ízlésű vevőkör, amelynek tagjai nem tartják savanyúnak a valódi csokoládéból készült fagyaltot és romlottnak a mentás citromot.



Forrás: Rapp Eszter



Forrás: Four Seasons

IPARI MÉRTEKBE

A 19. században Magyarországon a cukorka-, a csokoládé- és a tartólisztesáru-szükséglet nagy részét az osztrák és a cseh nagyipar elégítette ki. A hazai ellátásban az osztrák és a cseh nagyipar mellett az akkori hazai cukrászüzemek vettek részt kézműipari tevékenységükkel. Készítettek cukorkát, csokoládésárut, cukrozott gyümölcsöt, ostyát, cukordíszeket és figurákat. A cukorkakészítés a 19. század utolsó harmadában alakult ki, kezdetleges gépesítéssel. Stühmer Frigyes 1868-ban Budapesten, Weisz József Sopronban alapított cukorkaüzemet.

Forrás: Dióspatonyi Ildikó – Az élelmiszeripar fejlődése a kiegyezéstől a 20. század elejéig

Más keserűségek

„Annyira be vagyunk zárva a saját sötét köreinkbe, hogy esély sincs az elmozdulásra. Hiányzik a szakmai kontroll. Hogyan lehetek én még mindig mestercukrász egy 1994-es vizsgával? Miért nem kell megvédeni két évente a címet, nemzetközi referenciákat felmutatni, ahogy ez Franciaországban történik? Egy kemény és folyamatos szakmai kontroll biztosíthatná a receptek állandóságát és minőségét is” – bővítette a problémák körét Mihályi László, a váci Desszert Szalon tulajdonosa.

„Egy jó cukrásznak rendkívül széles körű ismeretekkel kell rendelkeznie mindenféle alapanyag, a megszokottak mellett a gyümölcsök, fűszerek területén is. Fontos lenne, hogy a cukrászoknak

VELÜNK SZÜLETETT

Az édes íz érzékelése valószínűleg velünk született képesség. Ugyanakkor az érzékelés mértékében az egyének között különbségek figyelhetők meg. Az édes élelmiszerek iránti igényünk hedonikus, érzelmi és kulturális tényezőkkel is kapcsolatos. A cukrok iránti ragaszkodást még inkább fokozhatja az olyan nevelés, amely édességekkel jutalmaz.

Forrás: edestenyek.hu

Valódi versenyhelyzetnek kell kialakulnia, ahol a lemaradók bizony becsukhatják a boltot, és csak az marad talpon, aki minőségi árut és szolgáltatást kínál.



Forrás: Vargagabor

A hazai piac komoly hátrányban van, hiszen a munkát terhelő járulékok jelentősen magasabbak a környező országokénál.

legyen valami saját ízük, csak rájuk jellemző termékük, amivel kitűnhetnek. Erre még sajnos nincs meg az igény a szakmában” – árnyalta a képet Kolonics Zoltán, a Gerbeaud vezető cukrásza.

A hazai alapanyagok hullámzó minősége és a külföldről beszerezhető, megfelelő színvonalú, ám az árfolyamok miatt egyre csak dráguló termékek újabb akadályt jelentenek. „Le kell mondanunk az árrés nagy részéről a minőség érdekében. Egy 800 forintos desszert esetében csak az alapanyag belekerülhet 400 forintba vagy akár ennél is többbe” – számolt Mihályi, és akkor még nem beszélt az elkészítéshez szükséges munkáról.

„Valódi versenyhelyzetnek kell kialakulnia, ahol a lemaradók bizony becsukhatják a boltot, és csak az marad talpon, aki minőségi árut és szolgáltatást kínál. Az éttermek esetében ez a folyamat már megkezdődött, meg is van az eredménye, a jelenleg is zajló válság is rásegíthet, egyfajta tisztítókuraként” – vélekedik Kelényi Gyula, a Szamos ügyvezető igazgatója, aki mérnöki háttérrel érkezett 30 évvel ezelőtt az édességbizniszbe. Kelényi jóslata nem áll távol a valóságtól, hiszen a magyar édesipari termelés a 2000-es évek elején egyszer már majdnem megszűnt, amikor a Kraft, a Nestlé és a Fundy a szomszédos országokba telepítette üzemait. Azóta lényegében az édesipari termékek 80-85 százaléka importból érkezik. „A hazai piac komoly hátrányban van, hiszen a munkát terhelő járulékok jelentősen magasabbak a környező országokénál. Így nem tudunk versenyképesek lenni az olcsóbb lengyel vagy akár a rendkívül hatékonyan gyártott nyugati termékekkel szemben” – summázta az édesipar véleményét Sánta Sándor.

Édes ízlés

„A cukor szerepe meghatározó az életünkben, azt mondják, úgy hat a szervezetünkben, mint egy fájdalomcsillapító. Az igénytelen fogyasztó ma megelégszik azzal, hogy cukoradagját porból készült piskóták és műanyag krémek formájában kapja meg” – jellemezte a hazai vásárlókat Kelényi Gyula a Szamostól.

„Sokat kritizálják a magyar fogyasztókat, hogy



csak az árakat nézik, és kizárólag az olcsó termékeket keresik. Ezzel szemben az édesipar piaci adatai azt mutatják, hogy a minőségi márkázott termékek piacrésze még mindig jelentős. Ezek az adatok megerősítik, hogy a hazai fogyasztók egyre tudatosabbak, legalábbis az édességvásárlás során feltétlenül. A szezonális termékek, például mikulások piacán már több mint 80 százalékban csak valódi csokoládéból készült mikulásokat vásárolnak a fogyasztók” – árnyalta a képet Sánta Sándor az édesipar számaival.

Az mindenképpen tagadhatatlan tény, hogy míg például a franciák könnyű szívvel fizetnek ki nagyobb összegeket étteremre és cukrászdára, addig a magyar vásárlónak egyetlen fontos szempont létezik: az ár. A hvg.hu gasztró rovatában, a travelline.hu és a life-style.hu oldalakon megjelent cikkekhez érkezett hozzászólásokból egyértelmű, a vásárlók nagy része elfogadhatatlannak tartja, hogy egy szelet sütemény 1000 forintba vagy többbe is kerülhet a csúcscukrászatokban. Amióta azonban Budapestre betörték a nemzetközi kávézóláncok, amelyekben egyébként mindenhol magyar cukrászüzemek termékeit árusítják igen magas áron, a valódi csúcscukrászatokat érdemes újraértékelni. Jó eséllyel megtörténhet, hogy az eddig drágának gondolt helyek már nem is tűnnek annyira költségesnek, ár-érték arány tekintetében pedig a jó cukrászdák magasan vezetnek a franchise láncok üzleteivel szemben. Különös tekintettel az elvitelre, amely előnyösebb a helyben fogyasztott árakhoz képest, bár a felmérések szerint ez a megoldás még mindig kevésbé elterjedt a hazai fogyasztók körében.

A jövő ízei

Ahogy az édesipari felmérések eredményei is mutatják, lassan ugyan, de azért biztosan kialakulni látszik egy megváltozott ízlésű vevőkör, amelynek tagjai nem tartják savanyúnak a valódi csokoládéból készült fagyaltot és romlottnak a mentás citromot. Mihályi váci Desszert Szalonja például a maga zsenge két éve ellenére már komoly rajongótáborra mondhat a magáénak. „Egyre bővül a vásárlói kör, vendégeink 50 százaléka nem is váci, alkalmi tortáinkat pedig az ország minden tájára rendelik, szállítottunk már Debrecenbe és Kaposvárra is, egyik sem a szomszéd falu” – árulja el a cukrászmester.

„A magyarok igenis akarják a minőséget, ha azt a megfelelő áron és a megfelelő helyen kínálják nekik” – csatlakozott a pozitív jövőképhez Devin Ticmanis is a Lukács cukrászda részéről.

„Az emberek előbb-utóbb észre fogják venni, ha a sarki kis cukrászdában éppen olyan gyenge minőséget kapnak, mint a hipermarketben. Csak

CSUPA JÓ

A csokoládé szív- és érvédő hatása elsősorban a polifenolok csoportjába tartozó flavonoidoknak köszönhető. A flavonoidok adják a virágok sárga vagy piros színét, védik a növényeket a mikrobáktól és a rovaroktól, de gyulladáscsökkentő, antiallergiás és mikrobaellenes tulajdonságaik az emberben is érvényesülnek. Igen erélyes antioxidánsok, és gátolják a szabadgyökök érvényesülését.

A flavonoidok szerepet játszanak a vérrögök képződésének csökkentésében, ezáltal hozzájárulnak a szív- és érrendszeri betegségek kialakulásának megelőzéséhez. Jórészt ezeknek az anyagoknak a javára írható a gyümölcsök, zöldségek, a zöld tea vagy a vörösbor kedvező hatása ereinkre. A kakaóbab egyike a flavonoidokban leg gazdagabb élelmiszereknek: ezek teszik ki a kakaópor kb. 10%-át. A csokoládé zsírsavösszetétele szintén kedvező a kardiovaszkuláris betegségek megelőzésében, ugyanis 1/3 része egyszerűen telítetlen olajsav, ami nem növeli, sőt egyes esetekben inkább csökkenti a vér koleszterinszintjét. Az olajsav mellett ugyancsak jelentős mennyiségben található a csokoládében a telített zsírsavakhoz tartozó sztearinsav és palmitinsav is. A sztearinsavról bebizonyosodott, hogy nem emeli a vér koleszterinszintjét, mérsékli a vérlemezkék összecsapódását, gátolja a vérrög kialakulását, és egy része egyszerűen telítetlen olajsavvá alakul. A palmitinsavval kapcsolatban megfigyelték, hogy csupán a magas koleszterinszintű emberekben okoz további koleszterinszint-emelkedést, normál vérzsírszintű egyéneknél közömbös a hatása. A táplálkozástudományi szakemberek szerint kizárólag minőségi csokoládét fogyasszunk, lehetőleg főttekészek után, s egyszerre csak kis mennyiséget, hetente maximum 1-2 alkalommal.

Forrás: Táplálkozás és Tudomány hírlevél

éppen a cukrászdában többet kell érte fizetni. Ezért a fogyasztók el fognak fordulni az alacsony minőséget nyújtó cukrászdáktól” – jósolta Kelényi Gyula a Szamostól. „Egyetlen kitörési lehetőség létezik: a kézműves, hagyományos recepteken alapuló, természetes anyagokat használó, minőségi cukrászathoz való visszatérés” – állította a marcipános márka ügyvezetője, és nincs egyedül véleményével.



Forrás: Vágvágator



A magyarok igenis akarják a minőséget, ha azt a megfelelő áron és a megfelelő helyen kínálják nekik.

„Úgy gondoljuk, az innovatív, minőségi, márkázott termékeknek van jövőjük. Ezt láthatjuk az elmúlt egy-két év válságtapasztalataiból, a minőségi, márkázott termékek a krízis ellenére is meg tudták őrizni komoly piacrészüket” – csatlakozott az optimistákhoz Sánta Sándor is.

A helyzet tehát rossz, de nem reménytelen, a legnagyobb gond pedig az oktatással és a fogyasztói szokásokkal van. Ha desszetről van szó, rajtunk nem múlhat!



Forrás: Daragó Viktória

■ KÁDÁR MÓNIKA