

گلستان پیام

شماره ۱۰۸ - سال هجدهم - بهمن ۱۴۰۰ - ۲۰ صفحه

نشریه تخصصی نان، شیرینی و شکلات



فقط بریلو، بریلو است

۱۸



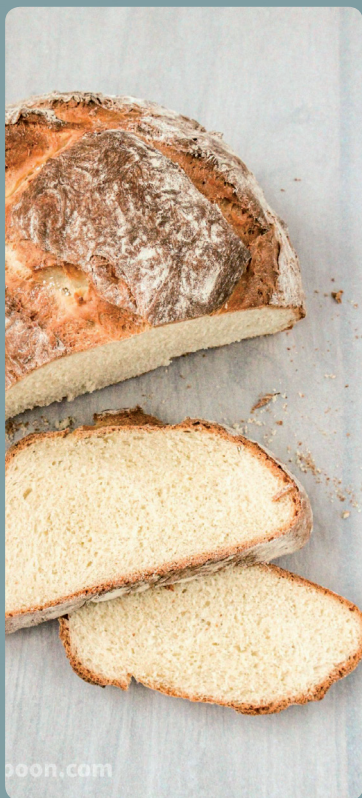
انتصاب مدیرعامل و رئیس هیئت مدیره پوراتوس

۶



رونمایی از کتاب نه بویای لقمه‌های نان

۴



صاحب امتیاز: شرکت گلنان
مدیر مسئول: دکتر پروانه خضرائی نیا
مدیر اجرایی: نگار صحبتی
زیر نظر هیات تحریریه
مترجم: نگار صحبتی
گرافیسٹ و صفحہ آرا: ملیحہ یآوری
پیام گلنان آمادگی خود را برای انتشار مقالات علمی و تحلیلی و نظرات شما در زمینه ی این صنعت اعلام می دارد.

نقل و اقتباس از مطالب پیام گلنان با ذکر منبع بلامانع است.

نقل و چاپ مطالب در پیام گلنان، الزاماً به معنی تایید آن مطلب نیست.

نشانی: تهران، بزرگراه آزادگان جنوب، احمد آباد مستوفی، میدان پارسا، سنوبر چهارم شمالی،

کوی شهید غلامی، پلاک ۴

کد پستی: ۳۳۱۳۱۴۴۵۹۳

تلفن: ۰۲۱-۴۸۳۴۴

فکس: ۰۲۱-۴۸۳۴۳۳۰۰

پست الکترونیکی:

payamegolnan@golnanpuratos.com

چاپ: نامی نقش - تهران، خیابان جمهوری،

بعد از چهارراه مخبرالدوله، کوچه محمودی،

کوچه سالارفاتح، پلاک ۳. تلفن: ۳۳۱۱۴۳۶۳

Golnan Puratos
Reliable partners in innovation
گلنان پوراتوس

واحد تحقیقات و آموزش
شرکت گلنان پوراتوس

۱۶

قنادی

۳

سرمقاله

۲۲

شکلات

۴

گزارش تصویری

۲۷

سلامت و تندرستی

۶

اخبار

۳۰

مسئولیت اجتماعی

۱۱

نانوایی

«دوست هرکس عقل او، و دشمنش جهل اوست»
(تحف العقول، ص ۴۶۷)

به بهانه انتشار کتاب:

مهندس حداد بنیانگذار شرکت دست به انتشار خاطرات بیست و شش ساله خود زد، نام کتاب با توجه به تمرکز فعالیت‌های نویسنده روی بهبود کیفیت نان از نام کتاب بنیانگذار شرکت پاناسونیک آقای کونوسوکه ماتسوشیتا **Not for bread alone** با حذف کلمه نه از اول آن و با توجه به ایهام زیبایی که به ذهن مخاطب متبادر می‌کند اقتباس شده است.

وی در مقدمه کتاب به دلیل انتشار این خاطرات این‌گونه اشاره می‌کند «این یادداشت‌ها به تدریج و در مقاطع زمانی غیر مرتب نوشته شده‌اند و به هیچ وجه تصور آن را نیز نداشتیم که روزی آن‌ها را چاپ و در معرض دید عموم قرار دهیم، حداکثر تصویری که داشتیم این بود که نسل بعد از ما که مجموعه کاری ما را اداره خواهد کرد بداند که پدرانمان چه مسیری را طی کرده و با باید‌ها و نبایدهای کار بیشتر آشنا شوند. در طی این مدت نزدیک به ربع قرن که از نوشتن این یادداشت‌ها می‌گذرد هیچگاه به تمامی آن‌ها را بازخوانی نکرده بودم، هرچندگاه بگاه نیم‌نگاهی به بعضی از صفحات آن داشته‌ام.

در فروردین ماه ۱۴۰۰ و در تعطیلاتی که گذشت برای اولین بار فرصت شد، تمامی آن‌چه را که در طی این ۲۶ سال نوشته‌ام به یکباره بازخوانی و در هوای لحظات سخت و بعضاً طاقت فرسا و هم‌چنین لحظات شیرین و محدود آن دوباره نفس بکشم و بی‌اختیار بگویم که «ما را به سخت جانی خود این گمان نبود» تصمیم به انتشار این دل‌نوشته‌ها و خاطرات پس از این بازخوانی و با امید به این‌که انتشار این مجموعه بتواند پیام‌ها و حرف‌هایی برای همه آن‌ها که دل در گرو اعتلای این مرز و بوم دارند داشته باشد، گرفته شد.

این کتاب در چهارصد صفحه و توسط «نشر اقتصاد فردا» منتشر و هم‌اکنون در دسترس علاقمندان به خصوص شما عزیزان همراه و همکار است.

با بهترین آرزوها
سردبیر







انتصاب مدیر عامل و رئیس هیئت مدیره جدید در گروه پوراتوس



پیر توسو

پوراتوس، بلژیک، ۲۰ دسامبر ۲۰۲۱. خرسندیم که انتصاب آقای پیر توسو را به عنوان مدیرعامل جدید و آقای سدریک ون بل، به عنوان رئیس هیئت مدیره جدید گروه پوراتوس اعلام نماییم. آغاز به کار رسمی هر دو ایشان از اول ژانویه ۲۰۲۲ خواهد بود. آنها مشتاقانه منتظر افزایش تأثیر جهانی پوراتوس و دستیابی به گردش مالی پنج میلیارد یورویی تا سال ۲۰۳۰ هستند. به عنوان یک شرکت خانوادگی انتصاب‌های جدید در رهبری، تأکیدی بر میراث شرکت، ثبات بلند مدت و تداوم تاریخی آن است.



سدریک ون بل

مدیر عامل جدید، پیر توسو، در طول ۲۶ سال فعالیت حرفه‌ای خود در پوراتوس، تیم‌هایی با بهترین عملکرد را با موفقیت رهبری کرده است. او مستقیماً مسئول واحدهای مختلفی از جمله تحقیق و توسعه، بازاریابی، مدیریت محصول و فروش پوراتوس بوده است. او همچنین رویکرد سلامتی و تندرستی گروه را که از همان ابتدا سنگ بنای شرکت بوده، به طور کامل شکل داده است. وی قبل از این رهبری گروه تحقیق و توسعه در صنعت غذایی سراسر جهان و سرپرستی یک تیم بین‌المللی متشکل از ۴۷۵ نفر را بر عهده داشت که تحقیقات را در سراسر جهان انجام می‌دادند.

پیر توسو جانشین دانیل مالکورپس که حدود ۲۰ سال با موفقیت رهبری شرکت را بر عهده داشت، خواهد شد. مالکورپس در مورد این تصمیم گیری اظهار داشت: «تجربه پیر توسو در ظهور نوآوری، او را به مدیرعاملی ایده‌آل برای هدایت شرکت در قرن آینده تبدیل می‌کند. رهبری او در تجارت، با توجه به توانایی ذاتی خود در تحقیق و توسعه و نوآوری ثابت شده است. او ظرفیت زیادی برای درک نیازهای مشتریان ما و حس باورنکردنی برای ایجاد شراکت‌های پایدار در سراسر جهان دارد.»



سدريک ون بل می‌افزايد: «یکی از نقاط قوت شرکت‌های خانوادگی مانند پوراتوس این است که به جای نتایج فصلی، به نسل‌ها فکر می‌کنند. به همین دلیل است که ما از مدلی عملیاتی با اهدافی فراتر از ارزش اقتصادی استفاده می‌کنیم. مدلی که بر پایه احترام، اصول توسعه پایدار و تعادل باشد. برای این منظور، ما در حال اجرای طرح‌هایی برای به حداقل رساندن مصرف آب، کاهش میزان تولید CO₂ و کاهش ضایعات هستیم. مواد خام باهدف تضمین درآمد پایدار برای کشاورزان به صورت متعهدانه تامین می‌شود. ما هماهنگ با جوامعی که بخشی از آن هستیم کار می‌کنیم و با ارائه فرصت‌های آموزشی و تغییردهنده مسیر زندگی در مدارس نانوایی خود سرمایه‌گذاری می‌کنیم. ما متعهد به ایجاد یک محیط کاری دلچسب برای کارمندان خود هستیم که از تنوع استقبال می‌کنند و پیشرفت شخصی را ارتقا می‌دهند. من درباره آینده پوراتوس و اینکه چگونه به رشد شرکت خانوادگی خود ادامه خواهیم داد، امیدوار هستم.»

درباره پوراتوس

پوراتوس یک گروه بین‌المللی است که طیف کاملی از مواد اولیه و خدمات نوآورانه را برای صنعت قنادی، نانوایی و شکلات ارائه می‌دهد. محصولات ما مورد استفاده صنعتگران، صنایع، خرده‌فروشان و فود سرویس‌ها در بیش از ۱۰۰ کشور در سراسر جهان می‌باشد. دفتر مرکزی پوراتوس در بلژیک در جایی که کارخانه در سال ۱۹۱۹ تاسیس شد، قرار دارد. در پوراتوس، ما معتقدیم که مواد غذایی قدرت فوق‌العاده‌ای در زندگی ما دارد. ما این مسئولیت بزرگ را ساده نمی‌گیریم، به همین دلیل است که با تبدیل فناوری‌ها و تجربیات فرهنگ‌های غذایی در سراسر جهان از طریق فرصت‌های جدید، به مشتریان کمک می‌کنیم تا در کسب و کار خود موفق باشند. ما با هم، در سراسر کره زمین با ایجاد راه حل‌های غذایی نوآورانه در جهت سلامت و رفاه مردم به سمت آینده پیش می‌رویم.

پیر توسو مدیر عامل جدید، گفت: «تمرکز منحصر به فرد پوراتوس بر مشتریان و افرادی که با آنها کار می‌کنیم، کلید موفقیت ما بوده است و ما اطمینان خواهیم داد که این افراد در مرکز توجه روزانه ما باقی بمانند. در پوراتوس ما بر این باوریم که غذا از اهمیت زیادی برخوردار است چراکه توانایی تغذیه افراد با رژیم غذایی سالم، فراهم آوردن آسایش و راحتی، امکان برگزاری دوره‌های جشن و سایر مراسم، همچنین اتحاد بین افراد با پیشینه‌های مختلف را در بر دارد. با توجه به جایگاه ویژه نوآوری در صنعت غذا ما دائماً در تلاشیم تا با ایجاد تحولات نوآورانه در راستای بهبود سطح سلامت و رفاه، ایجاد ارزش افزوده در کسب و کار مشتریان، مصرف کنندگان و بهبود شرایط کره زمین نقشی موثر ایفا نماییم. ما بلندپروازانه و با هدف دستیابی به گردش مالی پنج میلیارد یورویی تا سال ۲۰۳۰، با فراهم آوردن ابزارهای مناسب، اثرات بزرگتری در سطح جهانی در سال‌های آینده خواهیم داشت.»

رئیس جدید هیئت مدیره پوراتوس، سدريک ون بل، برای اولین بار در سال ۲۰۱۶ به عنوان نسل سوم سهامداران به عضویت در هیئت مدیره گروه پوراتوس منصوب شد. او از سال ۲۰۰۳ شبکه جهانی موزه‌های شکلات (Choco-Story) در سطح جهان را مدیریت می‌کند. او عضو فعال چندین کمیته داخلی و رئیس بنیاد نسل بعدی کاکائو (Next Generation Cacao Foundation). بنیادی پوراتوسی با مأموریت مشارکت در توسعه اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی کشاورزان و جوامع کاکائویی است.

ادی ون بل، رئیس فعلی هیئت مدیره اظهار داشت: «نسل سوم سهامداران طی فرآیند انتخابی دقیق با همکاری اعضای هیئت مدیره و سهامداران به اتفاق آرا سدريک را به عنوان رئیس هیئت مدیره آینده انتخاب کردند. سدريک همیشه برای تقویت سهام خانواده پوراتوس با چشم انداز بلندمدت تأثیر مثبتی بر مردم، سیاره زمین و جامعه از خودگذشتگی کرده است.»



هنرستان نان، شیرینی و شکلات در کشور

مسئولیت‌پذیری اجتماعی به معنی تعهد ما به یکدیگر و نیز نسل آینده است. در پوراتوس اقدامات ما در راستای تحقق مسئولیت‌های اجتماعی در شش گروه کره زمین، منابع پایدار، فعالیت‌های اجتماعی، انسان‌ها، حفظ میراث گذشتگان، سلامت و تندرستی طبقه‌بندی می‌شود که در هر گروه فعالیت‌های متعددی در جریان است.



در راستای تحقق مسئولیت‌های اجتماعی در زمینه فعالیت‌های اجتماعی و با توجه به نیاز کشور به نیروی کار ماهر در رشته نانوائی، قنادی و شکلات‌سازی و نیز فقر آموزش در این حوزه‌ها بر آن شدیم تا در اقدامی بنیادین به آموزش تخصصی نوجوانان در این حوزه بپردازیم.

پس از ۴ سال مذاکره در بهمن ماه ۹۸ شورای عالی آموزش و پرورش رشته‌ای را تحت عنوان هنرستان نان، شیرینی و شکلات در کشور مصوب و ابلاغ نمود که در نتیجه آن اولین هنرستان نان، شیرینی و شکلات گلنان پوراتوس در پاییز ۹۹ میزبان ۲۲ دانش آموز در احمدآباد مستوفی شد. هنرجویان این رشته علاوه بر دروس عمومی و پایه، دروس مهارتی متنوع و تخصصی را در زمینه تولید نان، شیرینی و شکلات کسب نموده و در آینده‌ای نزدیک به نیروی کاری ماهر تبدیل خواهند شد که پاسخگوی نیاز جامعه در تولید انواع نان، شیرینی و شکلات منطبق بر سلايق بروز مصرف‌کنندگان و استانداردهای جهانی هستند.

خوشحالیم به اطلاع برسانیم که با همکاری سازمان آموزش و پرورش و شرکت بیک صنعت رشته نان، شیرینی و شکلات از سال گذشته در ۷ هنرستان در شهرهای تهران، رفسنجان و همدان هنرجو پذیرفته که ۴ هنرستان آن به دختران عزیز سرزمینمان اختصاص داده شده است. امیدواریم با تداوم این همکاری این رشته در سراسر کشور در هنرستان‌های مختلف معرفی و گسترش یابد و این هنرجویان آینده صنعت نان، شیرینی و شکلات را متحول نمایند.

به‌منظور اطمینان از ادامه فعالیت‌های استاندارد علمی و عملی این رشته در هنرستان‌های سراسر کشور، موسسه فردوس ماندگار را تاسیس کردیم که فعالیت آن تربیت مدرسین خبره، تهیه محتوای آموزشی مناسب بر مبنای استانداردهای ملی و بین‌المللی و ایجاد ارتباط مستقیم بین فارغ‌التحصیلان این رشته با مشتریان ما در گلنان پوراتوس است، بدین ترتیب اشتغال فارغ‌التحصیلان این هنرستان‌ها تضمین می‌گردد.

در پوراتوس تاسیس مدارس نانوائی از سال ۲۰۱۴ در کشورهای مختلف هند، برزیل، مکزیک، آفریقای جنوبی و ... در جریان است و هم‌اکنون فارغ‌التحصیلان این مدارس در کشورهای فقیر و در حال توسعه با بکارگیری شور و اشتیاق خود در نانوائی آینده‌ای درخشان را برای خود و خانواده‌شان فراهم نموده‌اند.





ماموریت پوراتوس به مریخ

در نمایشگاه جهانی دبی

رویداد «چگونه آینده غذا را شکل دهیم؟» به میزبانی انجمن صنایع غذایی فلاندرز^۱ در غرفه نمایشگاه بلژیک برگزار شد. در این نمایشگاه بازدید کنندگان علاوه بر اطلاع از راه کارهای نوآورانه در حوزه مواد غذایی و آشامیدنی در سخنرانی آقای فیلیپ آرنو، با پروژه ماموریت به مریخ و راه حل های نوآورانه آن آشنا شدند.

برنامه تحقیقاتی پیشرفته و تحول گرا

پوراتوس به عنوان یک شرکت با قدمت ۱۰۰ ساله، چشم اندازی دارد که بتواند با پروژه ماموریت به مریخ، نان را به مریخ برده و همزمان برای برطرف کردن نیاز مصرف کنندگان از آن به عنوان برنامه ای الهام بخش برای ارائه برنامه های کاربردی استفاده نماید. بررسی چگونگی تولید نان در کره مریخ ما را ملزم به تفکری خارج از چارچوب های متعارف می نماید تا به موارد ذیل با دقت نظر بیشتری توجه کنیم؛ به طور مثال:

- محدود کردن میزان مصرف آب.
- به حداقل رساندن میزان مصرف انرژی
- تولید محصولات مستقل از زمین های کشاورزی
- تولید محصولات نهایی با ارزش غذایی بالا و متعادل
- بازیافت پسماندها جهت تولید کود

دست آوردهایی که طی این پروژه بدست می آید منجر به برنامه های کاربردی، شگفت انگیز و خلاقانه خواهد شد و به ما در تامین غذای سالم، مغذی و خوشمزه برای زندگی روی کره زمین در آینده کمک خواهد کرد. در پوراتوس تلاش ما بر این است که با ایجاد راه حل هایی نوآورانه و با ارتقا سطح سلامت و تندرستی موثر واقع شویم و بر کسب و کار، مشتریان، مردم و کره زمین تأثیری مثبت و پیشرونده بگذاریم.

تهیه کننده: نگار صحبتی



فیلیپ آرنو مدیر گروه تحقیق و توسعه در شرکت پوراتوس، در پروژه ماموریت به مریخ که در نمایشگاه جهانی دبی در ۲۶ اکتبر ۲۰۲۱ برگزار شد، از فعالیت های انجام شده برای رسیدن به رویای بردن نان به مریخ و تاثیر این برنامه بر روی کره زمین صحبت کرد.



نانوایی

Bakery

هفت

دلیل برای اینکه

نان خمیر ترش

مصرف کنیم



۳

نان خمیر ترش مناسب برای
گروه حساس به گلوتن

مدت زمان تخمیر طولانی در نان‌های خمیر ترش باعث تبدیل پروتئین گلوتن به آمینو اسیدهای دیگر شده که این روند در طی یک فرایند طبیعی رخ می‌دهد، این یعنی خبر خوب برای کسانی که بدنشان به گلوتن حساس است. میزان گلوتن در نان‌های خمیر ترش به شکل قابل توجهی پایین تر از نان‌های دیگر است.

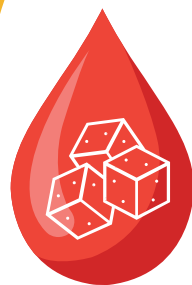
راز
آینده نان در گذشته
آن نهفته است



۴

نانی سرشار از اسیدهای
مفید

میزان قابل توجهی لاکتوباسیلیوس اسید که نوعی باکتری بسیار مفید است در نان‌های خمیر ترش به نسبت نان‌های دیگر وجود دارد و باعث بالا رفتن سطح لاکتیک اسید در نان می‌گردد و این بدان معنی است که فضای کمی برای اسید فیتیک که بسیار مضر است وجود دارد. بالا بودن سطح لاکتیک اسید به گوارش آسان نیز بسیار کمک می‌کند.



۲

کنترل قند خون

نان خمیر ترش در مقایسه با نان‌های دیگر در کنترل قند خون تاثیر گذار است زیرا در فرایند تخمیر خمیر ترش نشاسته‌های مضر برای بدن در فرایند طبیعی حذف می‌شوند و این امر باعث می‌شود در هنگام مصرف این نان قند خون افزایش پیدا نکند.



۱

هضم آسان نان خمیر ترش

حتی قبل از این که این نان به معده شما برسد باکتری‌های موجود در نان خمیر ترش شروع به شکستن ساختار نشاسته‌های درون غلات می‌کنند و این یعنی کار کمتر برای دستگاه گوارش و در نتیجه هضم آسان نان خمیر ترش و کمک به دستگاه گوارش.

۷

طعم نان خمیر ترش

نان خمیر ترش بسیار با کیفیت و خوشمزه تر از نان‌های دیگر است و ترکیب سلامتی و طعم در این نان، این نان را به گزینه اصلی خرید در بازار اروپا تبدیل کرده است. طعم این نان یادآور طعم روزهای گذشته و نان‌های خوشمزه قدیمی و سالم است.



۵

نان خمیر ترش نان طبیعی

نان خمیر ترش از آب، آرد، مخمرهای وحشی و باکتری‌های مختلف تشکیل شده که این غذا طبیعی ترین و کهن ترین محصولی است که انسان ها از ۵۰۰۰ سال پیش استفاده کرده اند که این تکنولوژی تقریباً ۲۵۰ نسل سینه سینه حفظ شده تا امروز به ما رسیده است.



۶

نان خمیر ترش، نانی بسیار مغذی

خمیر ترش حاوی گستره وسیعی از ویتامین‌ها و مواد مغذی است. این نوع نان‌ها حاوی مقادیری آهن، منگنز، منیزیم، کلسیم، ویتامین‌های B₁ - B₆، روی، پتاسیم، تیامین، نیاسین، ریبوفلاوین و ویتامین E می‌باشند.



نان خمیر ترش

انتخاب مناسب برای

مصرف روزانه،

منبع مغذی، خوشمزه

و حافظ سلامتی



نان‌های راستیک

دنیای نان‌ها بی‌انتهاست. بافت، روش‌های پخت و سنت‌ها باعث به وجود آمدن این تنوع و طیف گسترده انواع نان‌ها شده‌اند. اما تمامی این ویژگی‌ها، خصوصیات طعمی و ویژگی‌های ظاهری نان‌ها ریشه ساده و اصلی دارند. تمام این ویژگی‌ها با تخمیر طبیعی آغاز می‌گردد. نانی که امروز مصرف می‌کنیم حاصل تلاش ۲۵۰ نسل نانوایانی است که سنت‌ها و روش‌های پخت را سینه به سینه به نسل بعدی انتقال داده‌اند. هر نسل، یک روش پخت جدید مواد اولیه مختلف در نان ابداع می‌کرد و همه این تلاش‌ها برای یک هدف بود:

« پخت نان بهتر ».



بسیار زیادی بر روی طعم، کیفیت، ماندگاری و بافت نان‌ها دارد.

فناوری مادر نان‌های راستیک استایل

پخت نان بهتر، هدف مشترک ما و ۲۵۰ نسل از نانوایان است و ما با بهره‌گیری از تکنولوژی خمیر ترش در پی احیای پخت نان‌های قدیمی با روش‌های سنتی می‌باشیم.

تکنولوژی ما در زمینه تولید غلات فرآوری شده در بستر خمیر ترش، خمیر ترش‌های پودری و خمیر ترش آماده، این بستر را فراهم کرده است که نان‌های سلامت محور با طعم و مزه اصیل داشته باشیم. این محصولات این امکان را فراهم آورده اند که فاکتور سلامتی را در کنار طعم و مزه قرار دهیم.

سایپوره سافت گرین مولتی :

غلات ویژه فرآوری شده در بستر خمیر ترش !

این می‌تواند بهترین تعریف برای محصول سایپوره سافت گرین مولتی باشد. ما در گلنان پوراتوس معتقدیم طعم و مزه به اندازه سلامتی نیز اهمیت دارد لذا با این محصول نوآورانه سلامتی و لذت بردن از نان‌های اصیل خمیر ترش راستیکی را همزمان تجربه خواهید کرد.

با بهره‌گیری بیشتر از این میراث ماندگار و با در نظر گرفتن فاکتورهای سلامتی، مزه، بافت و تازگی، همواره در تلاش هستیم که نانوایان به هدف اصلی خود یعنی پخت نان بهتر برسند.

در واقع، نان‌های مسطحی که صدها سال قبل نانوایان در تنورهای خود پخت می‌کردند تا نان‌های حجیمی که امروزه در فر پخت می‌شوند از لحاظ کیفی بسیار متفاوت هستند اما هر دو از یک هویت برخوردارند. ما در پوراتوس معتقدیم راز آینده نان در گذشته آن نهفته است و سعی داریم که با مواد اولیه با کیفیت و روش‌های پخت نوین نان‌های با کیفیت، خوشمزه، سالم و معطر گذشته را احیا کنیم.

این چشم انداز در بازار اروپا و امریکا با سبک راستیک شناخته می‌شود که با استقبال بسیار خوبی در بازار این قاره‌ها رو به رو گردید. به‌طور خلاصه در مقاله ذیل به تفاوت نان‌های معمولی و راستیک می‌پردازیم.

استفاده از مواد اولیه طبیعی :

نان‌های راستیک استایلی از نان‌های معمولی بسیار با کیفیت‌تر هستند، زیرا از روش‌های سنتی در پخت این نان‌ها استفاده می‌گردد، یکی از ویژگی‌ها استفاده از مواد اولیه طبیعی مانند خمیر ترش است. در نان‌های راستیک از خمیر ترش برای تخمیر طبیعی استفاده می‌گردد که تاثیر

تهیه کننده: سعید سرخانی

رسيپی نان راستيک استاييل با ساپوره سافت گرين مولتی :

نان چياباتا

آرد	۱۰۰۰ گره
انتيک	۴۰ گره
نمک	۲۰ گره
ساپوره سافت گرين مولتی	۳۰۰ گره
آب	۷۵۰ گره
روغن زيتون	۶۰ گره

روش تهيه:

۴ دقيقه ميکس با ميکسر اسپيرال دور يک

۷ دقيقه ميکس با ميکسر اسپيرال دور دو

۲-۳ ساعت استراحت خمير در محيط و در ظرف مستطيلي شکل

آغشته به روغن زيتون

فولد خمير (تا زدن) هر ۴۵ دقيقه يک بار

دمای فر ۲۲۰ درجه سانتی گراد

زمان پخت: به مدت ۱۶ تا ۲۰ دقيقه





قنادی

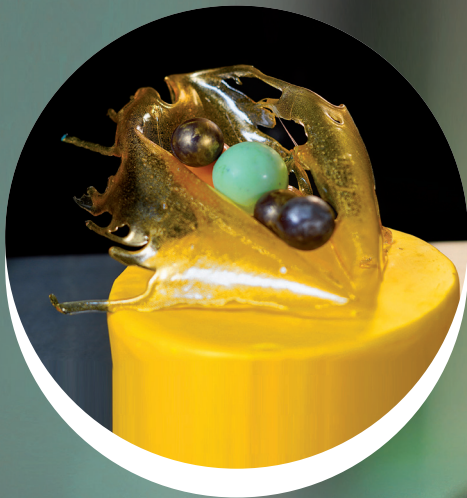
Patisserie

بریلو

فقط بریلو، است!

طرز تهیه ایزومالت:

۲۰۰ گرم بریلو کارامل را با ۲۰۰ گرم شکر مخلوط کنید. مخلوط بریلو کارامل و شکر را به مدت ۲ دقیقه در مایکروویو گرم کنید. سپس مخلوط تهیه شده را تکان دهید تا همگن شود. این فرایند را سه بار دیگر تکرار کنید. مخلوط تهیه شده را روی انواع سیلیکون ها و بادکنک ریخته و ۳۰ دقیقه زمان دهید تا ببندد. کیک را با ایزومالت های تهیه شده تزئین کنید.



تهیه کننده:
اسد زمینی
کارشناس فنی قنادی





بریلو

فقط بریلو، است!

در نظرسنجی که بین مصرف‌کنندگان ۱۰ کشور دنیا در سال ۲۰۱۹ انجام شد نتایج حاکی از آن بود که:

۶۵٪ مصرف‌کنندگان تمایل دارند در مورد تاریخچه غذا و نوشیدنی که مصرف می‌کنند بیشتر بدانند و اصالت مواد اولیه و به‌روز بودن تکنولوژی تولید مورد توجه بسیاری از آن‌ها قرار دارد. در این راستا تصمیم گرفتیم در رابطه با تاریخچه برندهای گلنان پوراتوس اطلاعاتی در اختیار مصرف‌کنندگان قرار دهیم. از این رو ابتدا از برند بریلو شروع کنیم و با آقای «جان لوک سوپور» از پیشکشکوتان و مدیران واحد تحقیق و توسعه در بخش دکور و کرم پوراتوس بلژیک در مورد نحوه شکل‌گیری و ورود برند بریلو به بازار ایران گفت و گویی داشته باشیم.

در اولین بازدید «جان لوک» از واحدهای نانوائی و قنادی به همراه آقای مهندس حداد، ایشان از پتانسیل موجود در بازار قنادی شهر تهران شگفت‌زده شدند و معتقد بودند که افراد متبحر و مشتاق به یادگیری در واحدها وجود دارد که متأسفانه با وجود توانایی بالا تفاوت چندان زیادی بین ویتترین قنادی‌های مختلف وجود ندارد. با بررسی بیشتر مشخص گردید که علت این موضوع عدم دسترسی به مواد اولیه با کیفیت ثابت و عالی جهت توسعه و ایجاد تمایز در محصولات قنادی می‌باشد. ظاهر لوکس و شیک قنادی‌ها از دیگر مواردی بود که در این بازدید «جان لوک» را تحت تاثیر قرار داد. لازم به ذکر است که بازار دکور کیک و شیرینی در آن روزها، بیشتر بازار خامه تازه و باترکریم بود و گاهی هم از ژله‌های سنتی جهت پوشش شیرینی تر و میوه استفاده می‌شد که مشکلاتی را به همراه داشت؛ به‌عنوان مثال به‌روشن حرارتی تهیه می‌گردید که بسیار زمان‌بر بود، همچنین ژله تهیه شده در طول زمان لخته می‌شد که از نظر ظاهری مورد پسند مشتریان نبود و کیفیت ثابتی هم نداشت. از دیگر معایب آن می‌توان به استفاده از رنگ‌های مصنوعی جهت ایجاد تنوع اشاره کرد که اثر نامطلوبی بر سلامت مصرف‌کنندگان داشت.

در این بازدید، یکی از مشتریان کتاب فرانسوی که حاوی کیک‌هایی با روکش براق بود را به «جان لوک» نشان داد و اظهار داشت که باروکش‌هایی که به‌صورت سنتی تهیه می‌شود، نمی‌توان به درخشندگی همچون تصاویر کتاب رسید. به‌دلیل عدم وجود روکش‌های براق آماده مصرف با کیفیت ثابت در بازار، تولید کیک‌هایی با این سبک دکور امکان‌پذیر نبود. از این رو شرکت گلنان پوراتوس تصمیم گرفت بریلو؛ اولین براق‌کننده با کیفیت عالی جهت کاربرد سرد در ایران را تولید و در سال ۱۳۸۶ در سه طعم ساده، کاکائو و توت فرنگی به بازار عرضه نماید که سبب رشد بازار قنادی‌ها گردید. این تغییر در بازدید «جان لوک» یک سال پس از تولید بریلو از بازار ایران داشت به‌طور کامل مشهود بود و ویتترین قنادی‌ها بسیار متنوع گردید. به دلیل استقبال بالای قنادی‌ها هشت طعم متنوع دیگر جهت راحتی مصرف‌کنندگان

اضافه گردید.

بریلو؛ برند اختصاصی برای براق‌کننده‌های سرد پوراتوس می‌باشد و این واژه اسپانیایی به معنی براق‌کننده است که اولین بار نیز در سال ۱۹۸۷ میلادی در اسپانیا معرفی گردید. در آن زمان براق‌کننده‌های دیگری در کشور اسپانیا و آمریکا وجود داشت که توسط تولیدکنندگان داخلی تولید می‌شد. از مهم‌ترین عواملی که موجب جلب رضایت مشتریان و متمایز شدن بریلو پوراتوس می‌شد ثبات کیفیت بی‌نظیر آن می‌باشد. ون بل بنیانگذار و مالک گروه پوراتوس همیشه به تیم خود تاکید می‌کرد که «هدف ما ایجاد کسب و کار با یک مشتری نمی‌باشد بلکه رضایت دائمی مشتریان، آن چیزی است که به دنبال آن هستیم، به‌طوری‌که مشتریان در دوران بازنتستگی بنده نیز به خرید خود ادامه دهند.» از این رو تکرار مرتب خرید از اهداف بنیادی مجموعه پوراتوس می‌باشد.



این گفت و گو با پاسخگویی آقای «جان لوک» به سوالات زیر پایان یافت.

طعم‌ها:

ساده، توت فرنگی، کاکائو، کارامل، سیب، سفید صدفی، انبه، تمشک، توتی فروتی، بلوبری، آناناس، گلیتر تافی، گلیتررز

بسته بندی:

بسته یک
کیلوگرمی



بسته شش
کیلوگرمی



تهیه کننده: خانه حجتی

بریلو چه تاثیری بر روی محصولات قنادی گذاشت؟

- ۱ افزایش براقیت و جذابیت ظاهری محصول نهایی
- ۲ افزایش ماندگاری و تازگی محصول نهایی
- ۳ بهبود طعم محصول نهایی و ایجاد تنوع در ویتترین قنادی

دلیل موفقیت بریلو در بازار:

- ۱ استانداردهای بسیار سختگیرانه جهت انتخاب مواد اولیه
- ۲ شرایط فرایندی کنترل شده و استفاده از مدرن ترین خط تولید

ویژگی های برجسته محصول:

- آماده مصرف
- براقیت مناسب
- کیفیت ثابت و بافت یکنواخت
- تنوع رنگ و طعم
- ماندگاری مطلوب
- خلق طرح های متنوع



**نقطه نظرات جناب آقای کوروش ودیعیان؛
شیرینی سرای بابل؛ به عنوان اولین
همراه ماندگار گلنار پوراتوس در خصوص
محصول بریلو**

جناب آقای کوروش ودیعیان از پیشکشوتان صنعت قنادی کشور محسوب می‌شوند که تجربیات ماندگاری را از خود در این صنعت بر جای گذاشته‌اند. گفتگوی زیر حاصل نشست دوستانه‌ای با ایشان است.

۳) از چه سالی با شرکت گلنار پوراتوس آشنا شدید و دلیل تداوم دوستی شما چه بوده است؟

از سال ۱۳۸۵ با شرکت گلنار پوراتوس آشنا شدم که به واسطه این آشنایی برای تولید مافین از محصول تگرال ساتین استفاده کردم. کیفیت، خدمات پس از فروش مناسب، خلاقیت و نوآوری در محصولات جدید و آموزش آن و همچنین پیگیری‌های مداوم برای بهتر شده محصولات ما، از دلایل تداوم دوستی و همکاری با شرکت گلنار پوراتوس بوده است.

۴) گلنار پوراتوس را چه اندازه در ایجاد تحولات و تفاوت‌هایی که در کسب و کار قنادی وجود دارد، موثر می‌دانید؟

این شرکت از طریق آموزش‌های پی در پی در محل مشتری و در مرکز آموزش و نوآوری واقع در دفتر مرکزی، آخرین دستاوردهای تولید و نوآوری در محصولات

۱) آقای ودیعیان، جنابعالی برای ما شخصیتی شناخته شده هستید، خوشحال خواهیم شد که خوانندگان ما نیز با شما آشنا شوند، لطفا خودتان را برای آن‌ها معرفی بفرمایید؟

کوروش ودیعیان هستم متولد ۱۳۵۰، که در حال حاضر مدیریت شیرینی سرای بابل را به همراه برادرم بر عهده دارم.

۲) چطور شد که به حرفه قنادی علاقه مند شدید؟

زمانی که ۱۰ ساله بودم و درس می‌خواندم، مدرسه که تعطیل می‌شد در فروشگاه قنادی که آن زمان با نام (قنادی کوروش) بود مشغول به کار شدم و پس از اتمام مقطع تحصیلی به طور رسمی در کنار پدر بزرگوارم مشغول یادگیری اصول شیرینی پزی شدم و در کلاس‌های حرفه‌ای مختلف نان و شیرینی شرکت نموده تا بتوانم فن نوین قنادی را بیاموزم.



دسروموس چه کمکی به شما کرد؟

استفاده از بریلوهای آماده مصرف گلنان پوراتوس در رنگ و طعم های مختلف موجب سهولت در کار و صرفه جویی در زمان تهیه انواع دسر و کیک شد. از طرفی بازار کیک و دسر را متنوع کرد و به خوبی به همه نوع سلیقه با رنگ و طعم متنوع خود پاسخ داد. نکته مهم دیگری که وجود دارد استفاده از بریلو گلنان پوراتوس موجب کیفیت ثابت محصولات قنادی شده و بافت خوب بریلو موجب افزایش ماندگاری میوه‌هایی که معمولاً جهت تزئین کیک استفاده می شود، گردید.

در پایان از آنجاییکه پدرم سال‌ها برای پایه ریزی شیرینی سرای بابل و پیشبرد آن از زمان کودکی من زحمات زیادی کشیدند از ایشان قدردانی کرده و امیدوارم بتوانم راه ایشان را ادامه دهم.

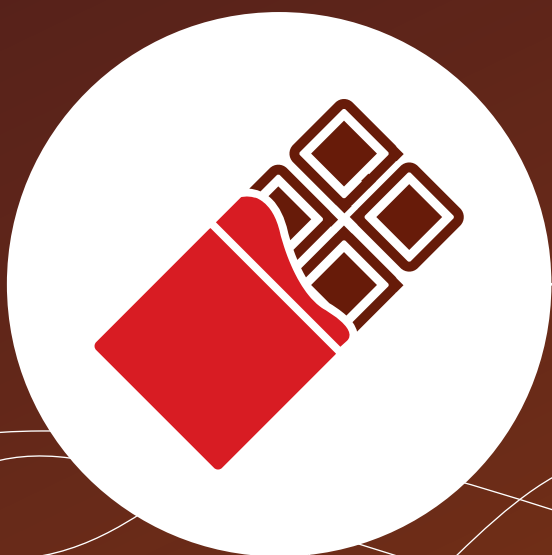
را از طریق مشاوران فنی در اختیار استاد کاران و کارآموزان قرار می‌دهد. در همین راستا انواع طعم دهنده‌ها و مغزی‌های تولید شده توسط این شرکت در پخت و تولید محصولتلمان استفاده شده که تغییرات بسیاری در تولید انواع کیک و دسر و شیرینی‌ها بوجود آورده است که در طی این مدت با توجه به گذشت زمان بطور مداوم شاهد پیشرفت و تغییرات زیادی در شیرینی سرای بابل بوده‌ام.

۵) در گذشته ژله های سنتی چگونه تهیه می شدند؟

در ابتدا در قنادی‌ها ژله های رقیقی با استفاده از آگار، جوهر لیمو و آب تهیه و به عنوان روکش دسرها، شیرینی تر و میوه‌ها استفاده می شد.

۶) ورود بریلو به بازار قنادی به عنوان براق کننده سرد جهت استفاده در انواع کیک،





شکلات

Chocolate

شکلانته

شکلاتی با طعم فوق العاده، خلق شده برای شما!

آیا تا به حال حس خوشایند مصرف یک شکلات واقعی (Real chocolate) با کیفیت را تجربه کرده‌اید؟ از آنجایی که شکلات محبوب‌ترین طعم بین مصرف‌کنندگان است، باید توجه خاص‌تری به استفاده از این ماده خوشمزه در کسب کار خود داشته باشیم. برای همه کسانی که علاقه زیادی به شکلات دارند از دیرباز نام شکلات یادآور کشور بلژیک بوده زیرا بلژیک جزء چند کشور سرآمد در تولید و ساخت شکلات و به خصوص شکلات‌های دست ساز است. عطر و طعم شکلات واقعی بلژیکی مثال زدن نیست. به منظور پاسخ‌گویی به نیاز مصرف‌کنندگان برای لذت بردن از مصرف شکلاتی خوش طعم و با کیفیت ما در شرکت گلنان پوراتوس با بهره‌گیری از دانش شکلات سازی بلژیکی، محصول شکلانته را تولید و به بازار عرضه کردیم.

شکلات واقعی بلکولاد و شکلانته:

Belcolade تلفیق دو کلمه Belgian (بلژیکی) و chocolate (شکلات) می‌باشد. در واقع بلکولاد نام برند شکلات شرکت پوراتوس، تولید شده در بلژیک است. شکلات‌های بلکولاد حتما باید در کشور بلژیک تولید شده باشند. به همین دلیل برای تمام شکلات‌های واقعی دیگر که در گروه پوراتوس اما در کشورهایی به جز بلژیک تولید می‌شوند، حتی در صورت استفاده از مواد اولیه و تکنولوژی مشابه از نام تجاری شکلانته استفاده می‌گردد. با این حال تولید شکلانته کاملاً مبتنی بر دانش چند دهه‌ای پوراتوس بلژیک در تولید انواع شکلات بلژیکی بلکولاد می‌باشد.


Belcolade
THE REAL BELGIAN CHOCOLATE


CHOCOLANTÉ



استراتژی گروه پوراتوس در واحد شکلات و

فرآورده‌های کاکائویی:



مزرعه کشت کاکائو

یکی از اهداف گروه پوراتوس در بخش فرآورده‌های کاکائویی و شکلات پیشرو بودن در طعم (taste leader) می‌باشد. شرکت گلنان پوراتوس نیز در این راستا از آغاز فعالیت در بخش فرآورده‌های کاکائویی و شکلات، انتخاب بهترین مواد اولیه از سراسر جهان را اولویت قرار داده تا بتواند محصولاتی با بهترین طعم و بالاترین کیفیت را در اختیار مشتریان قرار دهد. برای انتخاب مواد اولیه جهت تولید شکلات‌ها نیز، انواع خمیر کاکائو و کره کاکائو تولید شده در مناطق مختلف جهان مورد ارزیابی قرار گرفته و بعد از انجام آنالیزهای حسی طی چند مرحله، بهترین و مرغوب‌ترین نوع خمیر کاکائو، کره کاکائو و پودر کاکائو جهت استفاده در این محصول انتخاب شد.

درصد شکلات چیست؟



درصد انواع شکلات

درصد شکلات که روی لیبل شکلات‌های واقعی درج می‌شود بیانگر مقداری از شکلات است که از دانه کاکائو تامین شده است. مواد بدست آمده از دانه کاکائو در شکلات شامل خمیر کاکائو، کره کاکائو و انواع پودر کاکائو می‌باشد. پس شکلات ۶۰ درصد از ۶۰ درصد خمیر کاکائو، کره کاکائو و یا پودر کاکائو تشکیل شده است. در تهیه شکلات‌های کامپاند یا فرآورده‌های کاکائویی از روغن‌های جانشین کره کاکائو به جای کره کاکائو استفاده می‌شود از این رو بیان درصد شکلات برای این گروه از محصولات رایج نمی‌باشد.

تاریخچه شکلات در گلنان پوراتوس

از سال ۱۳۹۲ تا سال ۱۳۹۷ تولید شکلات شرکت گلنان پوراتوس به صورت برون سپاری شده انجام می‌شد. اما با افزایش تقاضای مشتریان تصمیم به سرمایه‌گذاری برای تولید داخلی شکلات گرفته شد. جهت تولید شکلات واقعی، انواع خطوط تولید در بازار موجود است و به این جهت گزینه‌های متفاوتی جهت سرمایه‌گذاری وجود دارد. اما با توجه به اینکه انتخاب نوع خط تولید، نقش کلیدی در کیفیت محصول نهایی دارد و با توجه به در نظر داشتن تولید شکلات ریبل، آخرین تکنولوژی تولید شکلات که شامل سیستم فایو رول و کونچ می‌باشد جهت سرمایه‌گذاری انتخاب شد. از آذر ماه سال ۱۳۹۸ تولید انواع فرآورده کاکائویی و مغزی‌های کاکائویی بر پایه چربی در سایت تولید شکلات آغاز گردید. این گروه محصولات با برند کارات روانه بازار شده‌اند. پس از گذشت کمتر از دو سال اکنون شکلات واقعی با برند شکلات‌ها روانه بازار شده است.

در این ارتباط مصاحبه‌ای با مسئول تحقیق و توسعه بخش شکلات گلنان پوراتوس توسط نشریه داخلی گروه پوراتوس صورت گرفت و به این وسیله شکلات ریبل ایران به سراسر دنیا معرفی گردید که تصویری از آن را مشاهده می‌کنید.



معرفی شکلات‌ها ایران در مجله اختصاصی گروه پوراتوس

هر تکه از شکلات دست ساز، شاهکاری متفاوت!

طعم شکلات دست ساز همیشه به یاد می ماند. تکه های شکلات دست ساز بصورت جداگانه تهیه می شوند و شکلات ساز می تواند با تکیه بر هنر و خلاقیتش شکلات های کاملاً منحصر به فرد تولید کند. تنوع در شکلات های دست ساز بی انتهاست چنانچه می توان از انواع طعم ها و رنگ ها در آن استفاده نمود و اشکال متفاوتی خلق کرد. به فرد یا شرکتی که این کار را به صورت حرفه ای انجام می دهند شکلاتیر گفته می شود. شکلاتیرها در کشورهای اروپایی به خصوص بلژیک، سوئیس، آلمان و ... بسیار شناخته شده هستند و قسمت بزرگی از شکلات تولید شده در این کشورها در اشکال و طعم های متفاوت تولید می شوند. با این حال این کسب و کار هنوز در ایران به خوبی شناخته نشده و پتانسیل بالایی برای سرمایه گذاری در این زمینه وجود دارد.

برای تولید شکلات دست ساز می توان از شکلات های واقعی و کامپاند استفاده کرد. در سراسر دنیا برای با ارزش کردن شکلات دست ساز از شکلات واقعی استفاده می شود. شکلاتته در دو نوع شیری ۳۸٪ و تلخ ۶۰٪ برای پاسخگویی به این نیاز بازار در نظر گرفته شده است. با توجه به استقبال مشتریان، در آینده نزدیک انواع بیشتری از شکلات واقعی روانه بازار خواهد شد.



اولین بسته های شکلاتته تولید شده در ایران

از شکلاتته برای تولید محصولات مختلف صنفی و صنعتی استفاده می شود؛ محصولات صنعتی کاملاً مطابق با نیاز مشتریان و بطور اختصاصی فرموله می شوند تا جوابگوی نیاز مشتریان باشد. مشتریان صنفی قنادی ها نانوائی های مدرن و شکلاتیرها (Chocolatier) هستند. شکلاتیرها عموماً شکلات های دست ساز بسیار خوش طعم و زیبایی را می سازند.



شکلات دست ساز

شکلات دست ساز هدیه ای کامل

چه چیزی بهتر از خرید شکلات دست ساز برای کسی که دوستش دارید؟ البته ساده ترین راه این است که به اولین فروشگاه بروید و یک شکلات بسته بندی صنعتی بخرید که همه یک شکل، یک طعم و بدون توجه به جزئیات هستند. اما با انتخاب شکلات دست ساز، می توان تجربه لذت طعم های فوق العاده و ظرافت را برای اطرافیانمان به ارمغان بیاوریم.



شکلات های دست ساز در یک فروشگاه



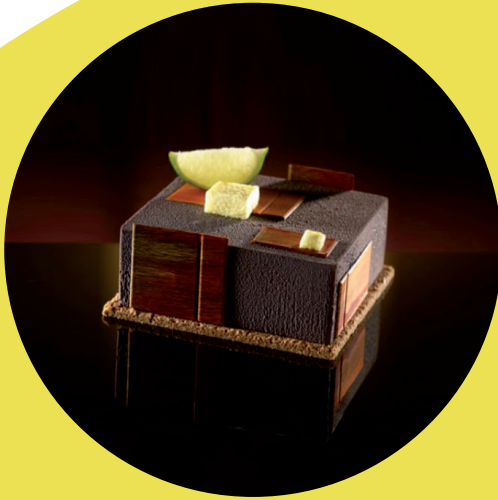
نام محصول	بسته بندی
شکلاتته تلخ ۶۰٪	سکه ای ۵ کیلوگرمی



نام محصول	بسته بندی
شکلاتته شیری ۳۸٪	سکه ای ۵ کیلوگرمی

تهیه کنندگان:
المیرا آقا خان،
سحرزنگنه

دسر شکلاتی لیمویی



ساختار:

دکوراسیون:

اسپونج بادام

اسپری مفرلی

موس شکلاتی لیمو

کراست گشنیز

کراستی گشنیز

اسپونج بادام

پودر بادام

۲۲۵ گرم

پودر شکر

۲۲۵ گرم

آرد

۵۰ گرم

سفیده تخم مرغ

۳۰۰ گرم

شکر

۲۰۰ گرم

کرن فلکس	۱۰۰ گرم
پرالین فندق	۱۵۰ گرم
شکلاته تلخ ۶۰٪	۱۰۰ گرم
دانه گشنیز	۵ گرم

روش تهیه:

روش تهیه:

تخم گشنیز را تفت داده خرد کنید. شکلاته تلخ ۶۰٪ را تمپر کرده و با پرالین فندق میکس کنید. کرن فلکس را خرد کرده و به شکلاته تلخ اضافه کنید. در مرحله بعد تخم گشنیز را اضافه نموده، روی سینی با ضخامت ۴ میلی متر پهن کنید سپس اجازه دهید در دمای ۱۶ درجه یخچال ببندد.

سفیده تخم مرغ و شکر را داخل میکسر ریخته و با دور تند میکس نمایید. سپس پودر بادام، پودر شکر و آرد را با هم الک کرده و به سفیده فرم گرفته اضافه کنید، سپس روی کاغذ پخت به ضخامت رولت صاف کرده و در دمای ۲۲۰ درجه به مدت ۷ دقیقه پخت نمایید.

دکور

موس شکلات لیمویی

کره کاکائو	۲۰۰ گرم
شکلاته تلخ ۶۰٪	۲۰۰ گرم
رنگ سیاه مملول در چربی	—

لیمو	۱ عدد
خامه ۳۵٪	۱۲۵ گرم
شیر	۱۲۵ گرم
زرده تخم مرغ	۵۰ گرم
ژلاتین آماده	۲۴ گرم
شکلاته تلخ ۶۰٪	۳۰۰ گرم
خامه فرم گرفته	۱۲۵ گرم

روش تهیه:

روش تهیه:

همه مواد را با هم تا دمای ۴۰ درجه ذوب کنید. بوسیله ایر براش روی دسر فریز شده اسپری کنید.

پوست لیمو را داخل شیر، خامه و زرده تخم مرغ رنده کرده، سپس بجوشانید. ژلاتین آماده شده را اضافه کنید. شکلاته تلخ ۶۰٪ را اضافه نمایید. به هم بزنید تا شکلات کاملاً ذوب شود. دمای مخلوط که به ۳۲ درجه رسید، خامه فرم گرفته را با شکلات فولد کنید.



تهیه کننده:

حسن زند پویا

کارشناس فنی شکلات



سلامت و تندرستی

Health & Well-Being



محصولاتی با منشاء گیاهی، تحولی در صنعت غذا

یک دیدگاه این است که محصولات با منشاء گیاهی، نقش مهمی در زندگی نرمال جدید خواهند داشت. طی اولین قرنطینه کوید ۱۹، نتایج ارزیابی IPSOS که با ۲۸۰۰۰ نفر در سراسر جهان مصاحبه کرده بود نشان داد که ۷۹٪ مصرف کنندگان بدنبال غذاهایی هستند که سالم تر و برای محیط زیست نیز بهتر باشند. در بعضی از کشورها از جمله برزیل و مکزیک بالغ بر ۹۱٪ از افراد با این دیدگاه موافق بودند. در چین انتظار می رود که بازار محصولات جایگزین گوشت از ۱۰ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۸ به ۱۲ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۳ برسد. چرا انتظار می رود که بازار محصولات با منشاء گیاهی تا این حد رو به رشد باشد؟ آنچه به عنوان دلیل ابتدایی این موضوع شکل گرفت، مبارزه با خشونت علیه حیوانات بود و پس از آن رژیم‌هایی با منشاء گیاهی بین افراد مشهوری همچون Paul McCartney و Miley Cyrus و ... به عنوان مد شکل گرفت. پس جای تعجب نیست که بالغ بر ۹۴ میلیون عکس با هشتگ وگن (# وگن) و بالغ بر ۲۸ میلیون با هشتگ منشاء گیاهی (# منشاء گیاهی) در اینستاگرام نشانه‌گذاری شده‌اند.

بسیاری از کارشناسان معتقدند که به دنبال پاندمی جهانی، تغییرات اساسی در صنعت غذا در ماه‌های پیش رو اتفاق خواهد افتاد. در حالی که میلیون‌ها نفر در سراسر جهان هنوز در محدودیت هستند و تعداد زیادی نیز در حال بازگشت به زندگی عادی هستند، مردم زیادی به این موضوع فکر می‌کنند که در آینده، بسیاری از چیزهایی که تاکنون می‌شناخته‌ایم چگونه خواهند شد؟ این تغییر برای عده‌ای ممکن است ترسناک باشد. با این وجود واقعیت این است که صنعت غذا همواره در حال تغییر و رشد است و این سوال پیش می‌آید که این صنعت به کدام سمت می‌رود؟





همراه است.

در مورد محیط زیست، مصرف کنندگان معتقدند که با روی آوردن به غذاهای با منشاء گیاهی، نه تنها زندگی خود و حیوانات را بهبود می‌بخشند، بلکه قادر خواهند بود که جهان را به جایی بهتر تبدیل کنند. در تولید محصولات با منشاء حیوانی در مقایسه با محصولات گیاهی به طور قابل توجهی منابع بیشتری مصرف می‌شود. مطالعات زیادی نشان داده‌اند که تغییر مصرف از محصولات با منشاء حیوانی به محصولات با منشاء گیاهی می‌تواند به طور قابل توجهی انتشار کربن، مصرف آب و تولید ضایعاتی که وارد اقیانوس‌ها می‌شوند را کاهش دهند. مصرف کنندگان در سراسر جهان کاملاً به سلامتی خود و محیط زیست توجه می‌کنند، اما این موضوع زمانی تداوم خواهد داشت که هم مصرف کنندگان و هم صنایع، آن را به عنوان اولویت در نظر بگیرند.

اما به نظر می‌رسد که نیروهای محرکه برای این سبک غذا خوردن به سرعت در حال تغییر هستند. بر اساس نتایج تحقیق IPSOS که در بالا اشاره شد، در حال حاضر مصرف کنندگان به دنبال محصولاتی هستند که هم برای سلامتی خودشان و هم برای محافظت از سیاره زمین مناسب باشد. این موضوع باعث می‌شود که جایگزین‌هایی با منشاء گیاهی، راه حلی برای خواسته آن‌ها باشد.

ارائه محصولات نانوائی و قنادی با منشاء گیاهی به بازار، روند روبه افزایشی دارد. با بررسی تعداد این محصولات در ۱۰ سال گذشته به این نتیجه رسیدیم که محصولات با منشاء گیاهی در بخش‌های نانوائی و قنادی به ترتیب رشد سالانه ۳۳٪ و ۲۱٪ دارند و این رشد، بویژه در سال ۲۰۱۹ بسیار قابل ملاحظه بوده است و شاید به همین دلیل **نشریه اکونومیست**، سال ۲۰۱۹ را **سال وگن** نامیده است.

راه حل‌های ما در پوراتوس:

از آنجایی که جایگزین کردن کره، تخم مرغ و شیر در محصولات نانوائی و قنادی آسان نیست، ما برای کمک به مشتریانمان، در حال طراحی و خلق محصولات متفاوتی در بخش‌های مختلف هستیم که از آن جمله می‌توان به «می‌متیک» اشاره کرد، می‌متیک نوعی چربی تخصصی با منشاء گیاهی است که آماده مصرف و اقتصادی است و احساس مصرف کره واقعی را القا می‌کند. بیابید با مصرف محصولات با منشاء گیاهی، تاثیر مثبتی برای خودمان و نسل‌های آینده ایجاد کنیم.

محصولات با منشاء گیاهی: سالم و دوستدار محیط زیست؟

آیا محصولات با منشاء گیاهی، سالم‌ترین هستند؟ پیروی از رژیم‌های حاوی محصولات صرفاً با منشاء گیاهی، معادل یک رژیم غذایی کامل و سالم نیست. با این وجود چنانچه با وعده‌های غذایی متعادل و مغذی توأم شود، قطعاً می‌تواند منجر به بهبود سلامتی شود. در صدها مطالعه انجام شده در سراسر جهان مشخص شده است که در مقایسه با رژیم‌های غذایی غربی، افزایش مصرف غذاهایی با منشاء گیاهی از جمله غلات کامل، میوه‌ها و سبزیجات، با کاهش خطر ابتلا به بیماری‌های قلبی، دیابت تیپ ۲، چاقی و دیگر بیماری‌ها

تهیه کننده: ساناز قربانی





مسئولیت اجتماعی

Social Responsibility

COVID-19 تهدید یا فرصت؟

آقای تیم (Tim) معتقد است که ویروس کرونا به طریق مختلف بر این تحولات تأثیر می‌گذارد. این ویروس دوباره به ما نشان داد که غذا بسیار حساس و فاسد شدنی است، در نتیجه، باید به کارآمدترین روش محافظت شود. علاوه بر این، به دلیل شیوع کرونا، مصرف‌کنندگان بیش از پیش به بهداشت محصولات مصرفی توجه می‌نمایند. آنچه ما مصرف می‌کنیم باید به خوبی محافظت شده، خوش طعم، تازه و مهمتر از همیشه ایمن و بهداشتی باشد.

در بسیاری از موارد، بسته‌بندی مقاوم پاسخی به همه این خواسته‌ها است، اما با توجه به لزوم توجه به موضوع پایداری و کاهش ضایعات زیست محیطی توجه به نکات کلیدی ذیل نیز ضروری است:

● چگونه می‌توانیم با کمترین هزینه ممکن بسته‌بندی با استحکام مناسب تولید کنیم؟

● جایگزین مناسب برای مواد پلاستیکی چیست؟

● کدامیک از مواد پایدار استحکام کافی را در جهت جلوگیری از آسیب مواد غذایی در زنجیره تامین (تحويل درب منزل) دارند؟

آقای تیم معتقد است که چالش‌های جدید، فرصت‌های جدیدی را به ارمغان می‌آورد. «در طول اولین دوره قرنطینه، نگاه مشتریان به مواد غذایی بسته‌بندی نشده توجه ویژه ما را به خود جلب کرد. نتایج نظرسنجی‌ها در بزرگ‌ترین برنامه تحقیقات بازار گروه پوراتوس در زمینه نانویی، قنادی و شکلات نشان داد که در نتیجه همه‌گیری کرونا در کشورهایمانند چین و آلمان، تمایل مصرف‌کنندگان به مصرف مواد غذایی بسته‌بندی نشده کاهش یافته است. این در حالی است که قبل از همه‌گیری این ویروس، شاهد گرایش بیشتر مصرف‌کنندگان به سمت غذاهای بسته‌بندی نشده در سوپرمارکت‌ها بودیم. همچنین فروشگاه‌هایی که در آن مصرف‌کنندگان از بسته‌بندی‌های چندبار مصرف خود برای خرید مواد غذایی فاقد بسته‌بندی استفاده می‌کردند نیز رو به گسترش بود اما این روند تحت تأثیر این همه‌گیری قرار گرفت.»

تأثیر زیست محیطی مواد غذایی در مقایسه با

بسته‌بندی

تغییر دیدگاه استفاده از بسته‌بندی محکم و ایمن بجای بسته‌بندی‌های معمول مسائل جدیدی را پیش روی ما قرار می‌دهد. آیا لازم است به دلایل بهداشتی بیشتر از مواد غذایی محافظت کنیم؟ آیا می‌توانیم اعتماد مصرف‌کنندگان را حفظ کنیم؟ هنگام انتخاب بسته‌بندی، پایدارترین جایگزین بدون ایجاد مخاطره بر کیفیت مواد غذایی چیست؟

آقای تیم توضیح می‌دهد: «همه این سوالات در رابطه مستقیم با تأثیرات زیست محیطی مواد غذایی در مقابل بسته‌بندی است. غذا یک محصول گرانبها است و باید تا حد امکان از هر نوع افت کیفیت و آلودگی محافظت شود. بنابراین ما به بسته‌بندی مناسب نیاز داریم. اما می‌توانیم انتخاب‌های بهتری نسبت به قبل داشته باشیم و این یک موضوع بسیار پویا و در حال گسترش است.»

چگونگی تأثیر همه‌گیری ویروس کرونا بر بسته‌بندی مواد غذایی



بسته‌بندی پایدار مواد غذایی همواره مورد توجه صنایع بوده است، همچنین الزامات و قوانین مختلف به منظور ایجاد انگیزش در بکارگیری بسته‌بندی‌های سازگار با محیط زیست با هدف به حداقل رساندن ردپای زیست محیطی در محصولات غذایی در جوامع مختلف تدوین شده‌اند. از طرفی مصرف‌کنندگان به مواد غذایی تازه و ایمن^(۱) نیاز دارند.

در سال ۲۰۲۰، همه‌گیری کرونا منجر به ایجاد تحولاتی در بسته‌بندی پایدار شد. از دیدگاه آقای Tim van Caelenberg، مدیر توسعه بسته‌بندی در شرکت پوراتوس که جوانب مختلف بسته‌بندی، مانند پیشرفت‌های مواد و ماشین‌آلات، تغییر در الزامات قانونی، سیاست‌های مدیریت پسماند، عوامل اخلاقی و اقتصادی، طراحی بسته‌بندی و پیشگیری از اتلاف مواد غذایی را به دقت زیر نظر دارد، بحران کرونا می‌تواند تهدیدی برای تحولات پایدار در بسته‌بندی، به ویژه در سرعت اجرا و در دسترس بودن مواد را ایجاد نماید. در عین حال می‌تواند فرصت‌های جدیدی را برای ما به ارمغان بیاورد، تا با اتخاذ رویکردی متفاوت نسبت به این موضوع از استراتژی‌ها و سیاست‌های بروز و مناسب استفاده نماییم.

(۱) پی نوشت:

ماده غذایی ایمن به غذایی گفته می‌شود که فاقد مخاطرات ایمنی مواد غذایی شامل آلودگی‌های فیزیکی، شیمیایی، میکروبی و آلرژن‌ها باشد.

اندازه گیری اثرات محیطی محصولات: غذا + بسته بندی

با هم متحد شویم تا تفاوت ایجاد کنیم

یک پیشرفت بسیار مهم در پایداری بسته بندی، تمرکز بر پایان عمر آن است. پس از استفاده برای بسته بندی مواد غذایی چه اتفاقی برای آن می افتد؟ در پوراتوس، هدف ما این است که تا سال ۲۰۲۵ تمام اقلام بسته بندی مورد استفاده ما قابل بازیافت بوده و یا قابلیت استفاده مجدد داشته باشد. به همین دلیل است که ما با تامین کنندگان، سازمان‌های مربوطه، دانشگاه‌ها و مراکز فن آوری در راستای دستیابی به این هدف مشارکت می کنیم. یکی از نمونه‌های آن پروژه TRUCE است: «بازیافت صحیح بسته بندی انعطاف‌پذیر در چرخه اقتصادی پلاستیک». در این پروژه، پوراتوس با مشارکت افراد کلیدی و نوآور در زنجیره ایجاد ارزش افزوده برای بسته بندی، با هدف ایجاد و گسترش راهکارهایی جدید برای بسته بندی‌های بسیار کاربردی و انعطاف‌پذیر همکاری می نماید. نوآوری‌هایی که در این پروژه دنبال می‌شوند، گام مهم دیگری به سوی چرخه اقتصادی مناسب است.

آینده بسته بندی مواد غذایی

آقای تیم از آینده بسته بندی مواد غذایی پایدار چه انتظاری دارد؟ آیا ویروس کرونا تهدیدی بر اعمال این تحولات محسوب می‌شود؟
بر مبنای نظر آقای تیم "به طور کلی، روند فعلی بسیار مثبت است. پایداری اینجاست که بماند و امیدواریم بحران کرونا موقت باشد. در شرایط کنونی، نیاز به ایمنی و بهداشت به اندازه نیاز به پایداری در این زمینه مورد توجه است. قابلیت بازیافت، قابلیت استفاده مجدد و بطور همزمان، کاهش اثرات زیست محیطی محصولات بسته بندی شده، اجتناب از ضایعات مواد غذایی و نیز مدیریت بهتر پسماند در طول سال‌ها اهمیت بیشتری پیدا خواهد کرد. امروزه تمرکز، بیشتر بر انتخاب مواد اولیه خاص است. کافی است به انتقادات در مورد مصرف پلاستیک توجه کنید. البته از نظر من، پلاستیک همچنان یک اختراع فوق العاده و یک ماده بسیار سودمند برای محافظت از محصولات غذایی است. ما باید بر نحوه برخورد بشر با مواد بسته بندی پس از استفاده تمرکز کنیم. جمع آوری، دسته بندی، بازیافت مناسب و تبدیل آن به یک مدل سودمند اقتصادی، رویکرد جدیدی در برخورد با بازمانده هر نوع بسته بندی است. تنها از طریق مدیریت صحیح در کلیه مراحل زنجیره بسته بندی، می‌توان مانع از سوزاندن بسته بندی‌ها و یا دفن آن‌ها شد.

ترجمه: فرشته دهقان نصیری

در این موارد ارزیابی‌های چرخه زندگی (LCA) که تأثیر زیست محیطی یک ماده غذایی بسته بندی شده را در طول چرخه زندگی کامل بررسی و چرخه اقتصادی آن را ارزیابی می‌کند مورد توجه می‌باشد. ما در پوراتوس از یک روش (LCA) خاص به نام PEF: Product Environmental Footprint (ردپای زیست محیطی محصولات) استفاده می‌کنیم. این طرح توسط کمیسیون اروپا پشتیبانی می‌شود و به ما امکان می‌دهد تا تأثیر زیست محیطی را بر روی ۶ فاکتور مختلف ارزیابی و در آن محصولات غذایی، بسته بندی و نیز تأثیر آن بر افزایش عمر مفید محصولات بسته بندی شده را مورد توجه قرار دهیم. این اطلاعات هنگام نتیجه‌گیری در مورد اثرات زیست محیطی مواد مورد استفاده در بسته بندی ضروری است، چراکه تولید مواد غذایی و ضایعات بالقوه آن اغلب اثرات زیست محیطی بیشتری در مقایسه با ترکیبات مواد بسته بندی دارد. پایان عمر مواد بسته بندی بخشی از LCA است. آیا این ماده یک بار مصرف است و یا قابلیت استفاده مجدد را دارد؟ آیا می‌توان آن را به منبع جدیدی برای کاربردهایی که در تماس غیر مستقیم با مواد غذایی قرار دارد استفاده نمود؟

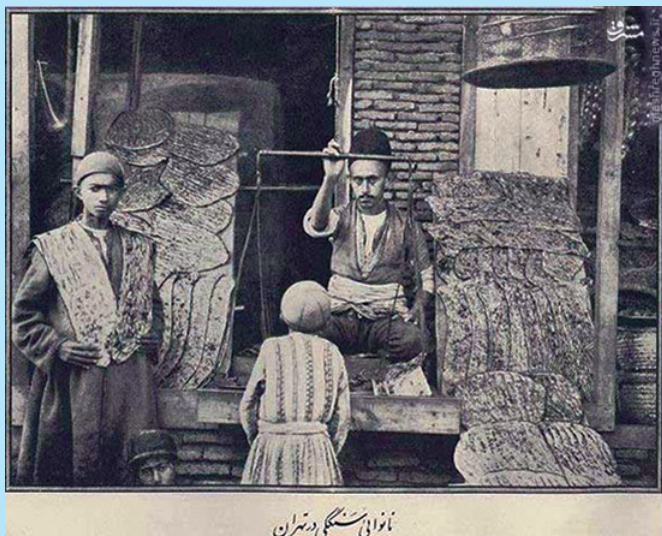
ویروس کرونا استفاده از بسته بندی‌های پایدارتر را متوقف نمی‌کند.

"در زمینه بسته بندی پایدار، در حال حاضر نوآوری‌های زیادی در حال پیگیری است. با تلاش بسیاری از عوامل و ذینفعان در این زمینه، حرکت به سمت بسته بندی پایدارتر به طور برگشت ناپذیری آغاز شده است، به طوریکه با همه‌گیری کرونا یا هر رویداد کلان اقتصادی دیگر متوقف نخواهد شد."
بخشی از این انگیزه متاثر از افکار عمومی در مورد بسته بندی و نقش رسانه‌هاست از طرفی قوانین و مقررات جدیدی که در سال‌های آینده لازم الاجرا می‌شوند، در سال‌های اخیر تغییر چندانی نکرده است. میزان مالیات بر پلاستیک‌های یکبار مصرف در حال افزایش است. قرارداد سبز در اروپا و سایر تعهدات اقلیمی در چین و ایالات متحده نقشی مؤثر در اجرای این امر خواهد داشت و شرکت‌هایی که موفق به اجرای الزامات مربوط به بسته بندی پایدار شده‌اند، پاداشی مثبت دریافت می‌کنند.

Life Cycle Assessments : (۲)



چه کسی نان سنگک و تنور آن را ابداع کرد



نانای سنگی در تهران

به نقل از کتاب سالنمای صنف نانویان تهران که در ۱۹ اردیبهشت سال ۱۳۲۶ شمسی چاپ شده، درباره تاریخچه پیدایش تنور سنگی و تهیه نان سنگک این گونه آمده است:

شاه عباس برای رفاه حال لشگریان خود که غالباً در سفر احتیاج به نان و خورش موقت و فوری داشتند، لازم بود به هر شهری می‌رسند، نانواهایی باشد که بتوانند به مقدار مصرف سربازان، نان تهیه نمایند و غذایی باشد که خورش نان قرار دهند. ولی مشکل این بود که آرد مورد نیاز از شهرهای مختلف تهیه شده بود و این آردها با هم مخلوط شده و تهیه نانی که به اصطلاح در تنور وا نرود و نریزد و بخوبی پخته شود حتی توسط نانویان چیره دست به سختی صورت می‌گرفت. لذا شاه عباس درصدد چاره برآمد و حل این مشکل را از "شیخ بهایی" که از دانشمندان زمانه بود خواست.

پس شیخ بهایی نیز تنور سنگی را ابداع کرد. دستور داد بجای ساخت تنور بصورت عمودی، تنور سنگی را به شکل افقی و مسطح بسازند و کف آن را سنگ ریزه ریخته و خمیر نان را با پارو روی سنگ‌های داغ قرار بدهند تا به اصطلاح نان بدون اینکه وا برود و بریزد به بهترین وجه پخته شود. این ابداع به قدری با دقت و هوشیاری طراحی و عملی شد که پس از گذشت چند صد سال هنوز نان سنگک به همان شکل اولیه پخته می‌شود و محبوب ترین نان ایرانی است.

خورش سربازان نیز معمولاً کشک پر چرب بود که در آن سبزیجات معطر و مغز گردو می‌ریختند و آن را به شکل توپ‌های کوچک گرد گرد درست کرده در گوشه‌ای خشک می‌کردند.

هر سرباز تعدادی از این گلوله‌های کوچک کشک را در خورجینش داشت و زمانی که برای صرف غذا توقف می‌کردند آتشی روشن کرده و در ظرفی مسی آب ریخته چون جوش می‌آمد یک عدد از گلوله کشک‌ها را در آن ظرف انداخته و بعد از حل شدن و جافتادن در آن نان تلیت کرده و می‌خوردند که بعلت داشتن گردو از کالری لازم نیز برخوردار بود بنحوی که سربازان را سیر و قوی می‌کرد.

در خاتمه بنقل از کتاب تهران در قرن سیزدهم باید اضافه کنم که هرگاه شاطرها از صاحب دکان نانوائی دلخور شده و می‌خواستند طاقچه بالا گذاشته و قهر کنند، هنگام پخت آخر یعنی وقت غروب پاروی خود را سر ته می‌گذاشتند و می‌رفتند.

این یعنی اینکه صاحب دکان نانوائی برای فردا باید شاطر دیگری بیاورد و در آن زمان معمولاً کارگران هر صنفی در قهوه خانه‌ای پاتوق داشتند و صاحب‌کار برای استخدام به پاتوق آن‌ها مراجعه می‌کرد و کارگر مورد لزوم را پیدا می‌نمود.





grow our positive impact with the creation of innovative food solutions that promote health and well-being, and steadily move businesses, customers, people and the planet forward. We are very ambitious and we are giving ourselves the means to have an even larger global impact in the coming years, with the clear goal of reaching a five billion euro turnover by 2030.”

Cédric Van Belle will be the new Chairman of the Board. He was first appointed to the Board of Puratos Group in 2016, as part of the third generation of shareholders. He has been managing the family-owned worldwide network of chocolate museums (Choco-Story) since 2003. He is an active member of several committees within the Group and is Chairman of the Next Generation Cacao Foundation, a Puratos foundation whose mission is to contribute to the social, economic and environmental development of cocoa farmers and communities.

The current Chairman of the Board Eddy Van Belle commented: “After a very thorough selection process within the third generation of shareholders, the members of the Board of Directors and the shareholders unanimously elected Cédric as our future Chairman of the Board. Cédric has always shown his genuine dedication to cementing the family shareholding with a long-term vision whilst also having a positive impact on people, the planet and society.”

Cédric Van Belle adds: “One of the strengths of family-owned companies like Puratos is to think in terms of generations rather than quarterly results. This is why we have actively committed to an operating model that goes beyond the

creation of economic value. One that is sustainable, respectful and balanced. To this end, we are implementing plans to achieve CO2 neutrality, minimize our water usage and reduce waste. Our raw materials are sourced responsibly and we aim to ensure a safe and stable revenue for farmers. We work in harmony with the communities of which we are part and invest in providing life-changing, educational opportunities in our bakery schools. And we are committed to creating a caring working environment for our employees, which welcomes diversity and promotes personal development. I am excited about Puratos’s future and about how we will continue to grow our family company.”

About Puratos

Puratos is an international group, which offers a full range of innovative ingredients and services for the bakery, patisserie and chocolate industry. We serve artisans, industrials, retailers and food service companies in over 100 countries around the world. Our headquarters are located in Belgium, where the company was founded in 1919. At Puratos, we believe that food has extraordinary power in our lives. We do not take this great responsibility lightly, That is why we aim to help customers to be successful with their business, by turning technologies and experiences from food cultures around the world into new opportunities. Together, we are moving the planet forward by creating innovative food solutions for the health and well-being of people everywhere.

Puratos appoints a new CEO and Chairman of the Board

Belgium, December 20th 2021.



Puratos, the global leader in bakery, patisserie and chocolate ingredients is delighted to announce the appointment of Pierre Tossut as CEO and Cédric van Belle as Chairman of the Board, both effective January 1st, 2022. They look forward to further enhancing Puratos's global impact and to achieving a five billion euro turnover by 2030. The new leadership appointments underscore the company's legacy, long-term stability and historical continuity as a family company.



Pierre Tossut

The upcoming CEO **Pierre Tossut** has successfully led high-performing teams throughout his 26-year career at Puratos. He was directly responsible for Puratos's R&D, marketing, product management and sales and structured the group's health and well-being approach, a cornerstone of the company since the very beginning. Prior to this, he led the expansion of the group's worldwide R&D footprint, heading an international team of 475 people driving research across the globe.

Pierre Tossut will succeed Daniel Malcorps, who has successfully led the company for 20 years. Commenting on the announcement, Malcorps said: "Pierre's experience in driving innovation makes him the ideal CEO to navigate the company into the next century. He is a proven business leader, with R&D and innovation in his DNA. He has a great capacity to understand our customers' needs and an incredible sense for building lasting partnerships all over the world."

Pierre Tossut, the future CEO, said: "The people we work with and Puratos's singular focus on our clients have always been key to our success and we will ensure that these remain at the center of our daily attention. At Puratos we believe that food has extraordinary power – the power to feed, nourish, celebrate, comfort and unite people of all backgrounds. Food innovation is energy for good, and this is why we constantly strive to



Cédric Van Belle



A great example of this is HACCP, which is a management system and process to address food safety[8]. After decades of mass recalls and public outcry, HACCP finally became widely adopted by food manufacturers internationally, and was adopted as mandatory by many governments around the world[9]. This initiative ultimately impacted consumers health and hygiene for the better, for decades to come. In the US, in 1985, with a population of 237 million people, there were over 31,000 foodborne illness cases reported. In 2017, with a population of 325 million, there were less than 15,000 cases. Food manufacturers took drastic steps to save people's lives, and it worked.

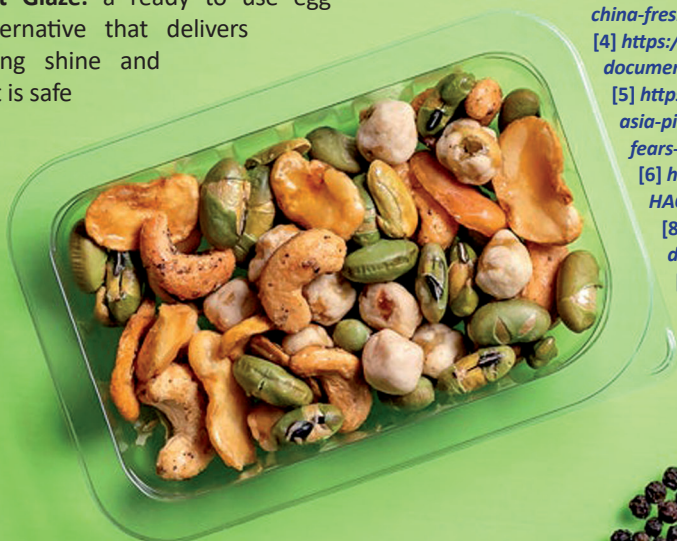
Now many people are wondering, will the members of the food industry be just as considerate for animals? For consumers' health? Or for the planet? Or will it be left to consumers to continue this initiative towards a more sustainable lifestyle?

By taking accountability for the food we produce, the food industry has an opportunity to drive lasting impact. As bakers, patissiers, and chocolatiers, we can wait until everyone is demanding plant based, or can we take proactive steps to provide delicious, healthy and sustainable products for our customers.

Our solutions at Puratos

While replacing butter, eggs, and milk might not seem easy in baking, to help you begin we've gathered our top plant based bakery, patisserie, and chocolate solutions:

● **Sunset Glaze:** a ready to use egg-wash alternative that delivers outstanding shine and color that is safe and



hygienic thanks to the UHT technology

● **Intens Egg Replacement:** a modular clean label enzyme-based solution that replaces eggs in bread or viennoiserie without impact on dough rheology, appearance, texture or taste. This module can be added to any recipe, on top of an existing bread improver.

● **Satin Plant Based Cake Mixes:** a range of versatile plant based cake mixes that only require water and oil

● **Ambiante:** a ready to whip non-dairy topping with outstanding performance, ease of use, and exceptional overrun

● **Splendid:** a non-dairy topping excellent for cake decoration with ultimate stability; can be whipped at any temperature between 10°C and 30°C.

● **Mimetic:** a plant based specialty fat that is convenient, cost efficient, and provides a real butter sensation

● **Puravita Pulses:** a bread mix that features pulses and grains that can help people fulfill their protein, fibre, vitamin and mineral needs

And to see these products in use: here are some inspirational plant based recipes that our bakers have created:

● **Puravita Pulses Focaccia**

● **Chocolate Langueur**

● **Apricot Rosemary Cake**

Let's create a positive impact now, for ourselves, and for the next generations.

[1] <https://www.industryweek.com/technology-and-iiot/article/21129334/what-will-manufacturings-new-normal-be-after-covid19>

[2] <https://www.zdnet.com/article/the-future-of-the-technology-industry-after-covid-19/>

[3] <https://www.china-briefing.com/news/how-covid-19-will-transform-china-fresh-food-industry-investment-opportunities/>

[4] <https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2020-04/earth-day-2020-ipsos.pdf>

[5] <https://www.reuters.com/article/us-health-coronavirus-asia-food/asia-pivots-toward-plants-for-protein-as-coronavirus-stirs-meat-safety-fears-idUSKCN224047>

[6] https://www.pcrm.org/good-nutrition/plant-based-diets/HACCP_a_best_practice

[8] <https://www.fda.gov/food/guidance-regulation-food-and-dietary-supplements/hazard-analysis-critical-control-point-haccp>

[9] http://foodsafety.psu.edu/angel_stuff2/fssbook/docs/HACCP_history.pdf



Why Plant Based will Transform the Food Industry



Massive Transformation

Why is the plant based market expected to grow so quickly? What started out as a grass roots effort against animal cruelty, the plant based diet then transitioned to a trend adopted from celebrities ranging from Paul McCartney to Miley Cyrus. Now that it has the halo effect, it's no surprise there are over 94 million pictures tagged "#vegan" and over 28 million tagged #plantbased on Instagram.

It's what many experts believe will occur in all industries in the coming months due to the worldwide pandemic[1] [2] [3]. With millions of people around the world still confined, and many others adjusting back to "normal life", many people are wondering how can the future look anything like what we once knew. This transformation might be scary for some. However, the reality is that the food industry is always evolving. Which begs the question, where is it headed next?

One belief is that plant based will play an important role in the consumers new normal. During the first Covid-19 lockdown, IPSOS interviewed 28,000 people worldwide: 79% of those consumers stated they will seek out products that are healthier and better for the environment[4]. And in some countries, such as Brazil and Mexico, up to 91% of respondents agreed with that statement. And with intent often comes growth; in China the plant based meat alternative market is expected to grow to \$12 billion by 2023, up from \$10 billion in 2018[5].

Why is the plant based market expected to grow so quickly? What started out as a grass roots effort against animal cruelty, the plant based diet then transitioned to a trend adopted from celebrities ranging from Paul McCartney to Miley Cyrus. Now that it has the halo effect, it's no surprise there are over 94 million pictures tagged "#vegan" and over 28 million tagged #plantbased on Instagram.

But it seems the driving factors are changing; and at a fast pace. From recent surveys such as the IPSOS survey mentioned above, consumers are now making choices that are not only good for them, but also that are sustainable for the planet. This makes plant based alternatives the solution to their wishes.

Plant-based launches in bakery & patisserie are on a consistent increase. We are looking at the number of product launches in bakery & patisserie in the past 10 years: Bakery grows with 33% year on year, patisserie products with an amazing 21%. And especially the increase in 2019 is remarkable, perhaps the economist was right to call 2019 the year of the vegan?

Plant based: healthy and sustainable?

So are plant based solutions healthier? Eating purely a plant based diet doesn't equate to perfect health; however if it's paired with balanced and nutrient rich meals, it can certainly lead to good health. This is seen in hundreds of studies conducted around the world, which show that, when compared with the average Western diets, an increased consumption of plant based foods such as wholegrains, pulses, fruits and vegetables, has been associated with a lower risk of heart disease, type 2 diabetes, obesity and other health conditions[6].

And in terms of sustainability, consumers believe that by switching to a more plant based diet, they can not only better the livelihood of themselves and animals, but it is also possible to make the world a better place. Animal products use increasingly more resources than plant based products. Many studies and forecasts have shown that shifting away from animal based products can significantly reduce carbon emissions, water usage, and waste by products that end up in our oceans[1].

Consumers around the world clearly care about their health and sustainability, and for good reason. But will this drive forward and be lasting? Oftentimes, the most lasting impact in the industry occurs when both consumers and businesses choose to make it a priority.

environmental impact on 16 different environmental impact factors. Both food product and its packaging are taken into account, including the impact of packaging extending shelf life of the packed product. This information is essential when speaking about the environmental impact of packaging materials, as food production and potential food waste often have a higher environmental impact than the packaging materials themselves. The end-of-life of packaging materials is inherently part of such an LCA. Is the material single-use only? Can it be reused? Can it be downcycled into a new resource for non-direct food contact applications?"

COVID-19 won't stop the transition to more sustainable packaging

"Within the field of sustainable packaging, there is currently a lot of innovation ongoing. Driven by many factors and stakeholders in the field, the transition towards more sustainable packaging has irreversibly started and will not be stopped by COVID-19 or any other macroeconomic event.

Part of this drive is pushed by the public opinion on packaging which has not changed over the last few years, by the impact of the media, and also by new laws and regulations coming into force in the upcoming years. Single-use plastics taxations are in preparation and on the rise. The impact of the Green Deal in Europe, and other climate commitments in China and the US will play a driving role. And companies that succeed in making these transition towards sustainable packaging are positively rewarded."

Teaming up to make a difference

A very important development in packaging sustainability is the focus on its end-of-life of packaging: what happens to it after it's been used to pack food? "At Puratos, we have set the goal to become 100% recyclable or reusable by 2025. A very ambitious target, that will be hard to reach all by ourselves. That's why we are teaming up with our suppliers, sector

organisations, universities and knowledge centres to support us in achieving our goals. One example thereof is the TRUCE project: 'True Recycling Upscaling of Flexible Packaging in the Plastics Circular Economy'. In this project, Puratos joins forces with key innovative players in the packaging value chain to develop new packaging solutions for highly functional, flexible packaging. The innovations pursued within this project, are yet another important step towards a truly circular economy." Learn more about the TRUCE project.

The future of food packaging

What does Tim expect from the future of sustainable food packaging? Are the developments threatened by COVID-19? "Overall, I am very positive about the current trends. Sustainability is here to stay, the Covid crisis hopefully not. At this moment, the need for safety and hygiene is as prominent as the need for sustainability. However, this has always been an inherent requirement of food packaging solutions for the industry. The challenge is to further combine those aspects with real packaging sustainability.

Recyclability, reusability and linked to that, a lower environmental footprint of the packed products, including avoiding food waste, will become more important over the years. As important as the previous aspects: better waste management and end-of-life treatment of packaging.

Today, the focus is far too much on particular material choices; just look at the criticism on the use of plastic materials.

In my opinion, we should no longer blame the materials themselves. Plastics remain a fantastic invention and a very advantageous material to protecting food products. We should extend the focus to how humanity is treating packaging materials post-use.

Proper collection, sorting and recycling, and turning this into an economical beneficial model, is the new way forward, for any kind of packaging material. Only through the correct handling of all steps in the packaging value chain, can we avoid having packaging materials incinerated for energy recovery or even worse, push them to landfill somewhere in the world."



How the COVID19-Pandemic has Impacted developments in sustainable Food Packaging



Sustainable food packaging has been a hot topic for years. Developments towards making more environmentally-friendly packaging choices and minimising the environmental footprint of packed food products are top of mind, and laws and regulations are continually drawn up to accelerate these developments. At the same time, consumer's feel a strong need for freshness and food safety. And in 2020, a whole new factor came into play: the coronavirus pandemic. What's the impact of COVID-19 on sustainable packaging developments? And on the future of food packaging as a whole? Tim van Caelenberg, Packaging Development Manager at Puratos, offers his opinion on the impact of COVID-19 on food packaging.

As packaging development manager, Tim keeps a very close eye on every aspect of packaging, like material and machinery developments, legal and regulatory changes, waste management policies, ethical and economical factors, packaging design and the related prevention of food waste. In his opinion, the COVID-19 crisis can be a threat to all sustainability developments, especially to the speed of implementation and availability of materials. But it can also bring us new opportunities. Why not take a different approach to this issue and finetune our strategies and policies?

The impact of COVID-19: threat or opportunity?

Tim believes that COVID-19 will impact these developments in different ways. "Covid has shown us again that food is very valuable and perishable. And as a consequence, it needs to be protected in the most efficient way. Moreover, due to the Covid-outbreak, people started to think more about the overall hygiene of the products they were consuming. **What we consume should be well protected, tasty, fresh, and – now more importantly than ever – safe and hygienic.**"

In many cases, robust packaging is the answer to all these demands, but sustainability is equally important as reducing our environmental footprint becomes more urgent. Which leads us to the key considerations:

- how can we avoid 'under-packing' at the lowest cost possible?
- what are new alternatives for plastic materials?
- which sustainable materials are hard-wearing enough to endure demanding (new) supply chains such as home deliveries?

Tim acknowledges that new discussions often bring new opportunities. "During the first lockdowns, the **consumer's perception of unpacked food items had our special attention.**

Taste Tomorrow executed extra surveys to indicate the impact of the coronavirus crisis, which revealed that in countries like **China** and **Germany** consumers became less comfortable with unpacked food. Before COVID-10, we had seen clear trends towards unpacked foods, free to pick and collect in supermarkets. Even packaging-free food shops were popping up, asking consumers to use their own reusable containers. But COVID-19 raised big question marks about packaging-free food."

The environmental impact of food versus packaging

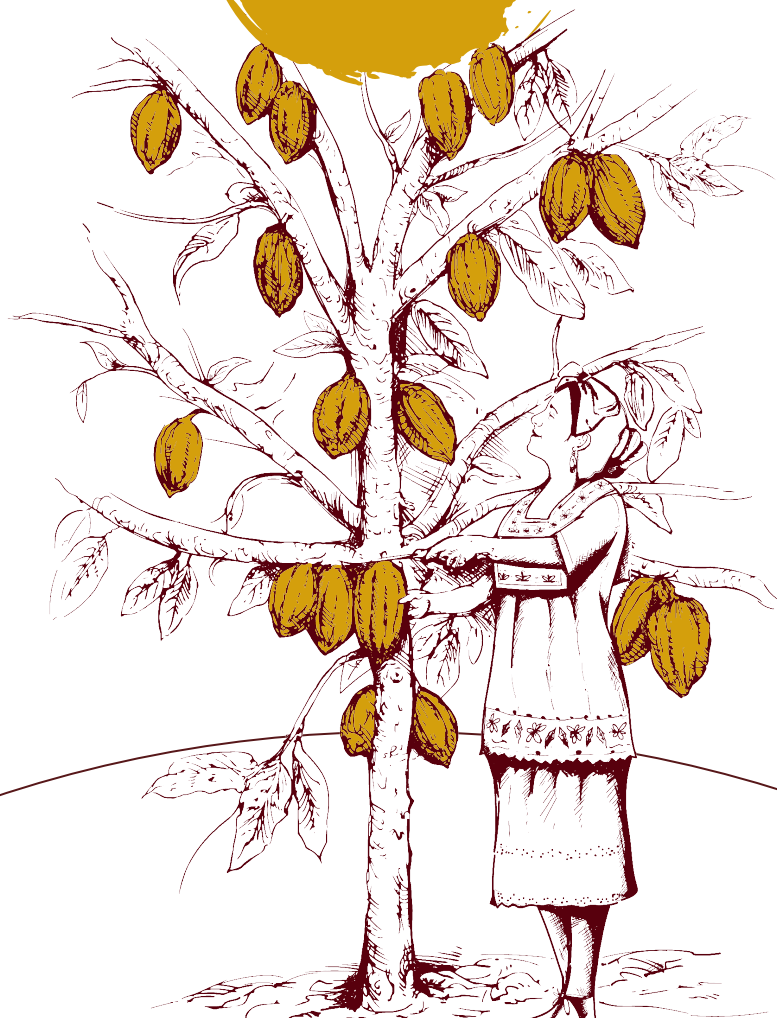
This clear shift from using as little packaging as possible to providing safety with robust packaging leads to new questions. Should we better protect our food better for hygiene reasons? Can we keep consumers' trust? When making packaging choices, what's the most sustainable alternative without compromising food quality? Tim explains: "All of these questions are in direct relation to the environmental impact of food versus packaging. Food is a precious product and should be protected as long as possible from any kind of quality loss and contaminations. And yes, we therefore also need packaging materials. But we can make better choices than we did earlier. An extremely dynamic discussion is unfolding."

Measuring the Product Environmental Footprint: food + packaging

To facilitate these kinds of discussions correctly, objective data are needed. In many fields, Life Cycle Assessments (LCA) come into play, quantifying the environmental impact of a packaged food product over its complete life cycle – from cradle to grave, or more preferably, from cradle to cradle, leading to a circular economy. "At Puratos, we use a specific LCA methodology called PEF: Product Environmental Footprint. This is supported by the European Commission and allows us to calculate the

با طعم عالی شکلات واقعی

شکلانته



ایده‌های نو را در اینجا بیابید

www.golnanpuratos.com



Payam-e-Golnan, January 2022