

*Czekolada jest tańsza niż psychoterapia i nie musisz umawiać się na wizytę (\*)*

## Słodki, słodszy, Doti

**Podwrocławska manufaktura prawie od 30 lat specjalizuje się w produkcji wysokiej jakości wyrobów czekoladowych.**

Doti – ta nazwa renomowanego producenta słodczy nie jest tak popularna jak Wawel, Goplana, Jutrzenka, nie mówiąc już o Wedlu, mimo że tylko dwie z tych firm znajdują się w polskich rękach. Jej właścicielami są Dorota i Mariusz Mroczkowsky. Jeszcze pod koniec PRL-u nic nie wskazywało, że zaangażują się w ten słodki biznes.

Pani Dorota, z wykształcenia inżynier technologii żywności, pracowała w państwowym zakładzie spożywczym, a pan Mariusz był lekarzem weterynarii.

– Na początku transformacji postanowiliśmy założyć własną działalność – wspomina Mroczkowska. – Znałam się na branży spożywczej. Mogliśmy otworzyć piekarnię, firmę przetwórstwa mięsa lub jajek, ale wydawało mi się to nieatrakcyjne, więc zdecydowaliśmy się na czekoladę. Mieliśmy dobre chęci oraz 2 tysiące dolarów. Za kredyt kupiliśmy dostawczego żuka i to wystarczyło, żeby w 1991 r. uruchomić w Smolcu pod Wrocławiem manufakturę słodczy. Od samego początku postanowiliśmy specjalizować się w produkcji orzechów i owoców w czekoladzie, gdyż w tym czasie ten segment był niewielki. Technologia produkcji nie jest specjalnie skomplikowana, niemniej doskonalimy ją bez przerwy od ponad 28 lat. Na początku działalności za całość skromnych środków kupiliśmy 100 kg orzechów laskowych oraz 200 kg czekolady. I to była kompletna porażka, ale rynek był wygodniaty i na szczęście wszystko udało się nam sprzedać.

Dziś w ofercie firmy jest kilkadziesiąt produktów: orzechy laskowe, włoskie, nerkowce i ziemne, migdały, agrest, ananasy, aronia, czarna porzeczka, daktyle (z pomarańczą i imbirem), figi, imbir, jabłka, jarzębina, skórka pomarańczowa, rabarbar, rodzynki, truskawki, wiśnie, żurawina. A do tego jeszcze ziarna kawy. Wszystko w kilku rodzajach czekolady – od białej, przez mleczną, po deserową. Niedawno Doti wypuściło na rynek zielone czekoladki, które swój kolor zawdzięczają znacznej zawartości zielonej herbaty matcha. Ale to nie wszystko. Dla osób ceniących wyroby z upraw ekologicznych oraz nietolerujących glutenu przygotowano produkty z certyfikowanych surowców i gorzkiej czekolady BIO o zawartości kakao nie mniejszej niż 70 proc. Mogą je spożywać nie tylko wegetarianie, ale nawet weganie.



Dorota Mroczkowska i jej słodkie „betoniarki”

Fot. archiwum firmy

### Krótką historia czekolady

Powszechnie uważa się, że zawdzięczamy ją Olmekom, którzy już 3700 lat temu na terenie dzisiejszego Meksyku rozdrobnione owoce kakaowca zalewali wodą i doprawiali ziołami. Majowie dodawali do tego jeszcze mączkę kukurydzianą, miód i chili. Montezuma II, ostatni władca Azteków, pijał czekoladę z dodatkiem słodkiego soku z agawy i wanilii. Był to jednak cały czas napój gorzki. Słodki smak nadały czekoladzie w połowie XVI wieku, a więc już po podboju Ameryki przez Hiszpanów, zakonnicę w Gwatemali.

Hiszpański monopol utrzymywał się aż do 1615 r., kiedy to Anna Habsburżanka, córka Filipa III, króla Hiszpanii, poślubiła Ludwika XIII, króla Francji, i czekolada zaczęła się rozlewać po całej Europie. Nad Wisłą pojawiła się za panowania króla Augusta II, który był wielkim wielbicielem tego napoju.

Jej obecną stałą konsystencję zawdzięczamy kucharzowi Clementowi Lassagne'owi, który otoczył migdały karmelizowanym cukrem i na cześć marszałka Francji księcia Plessis-Praslin (1598 – 1675) nazwał praslinami (pralinami). Szybko zamiast cukru zaczął stosować czekoladę i tak jest do dziś.

Na kolejną rewolucję trzeba było czekać aż do 1828 r., kiedy to Konrad van Houten zrobił prasę do kakao, co umożliwiło oddzielenie masła kakaowego, które łatwo rozpuszcza się w mleku i ciepłej wodzie. Jednak prawdziwie mleczną czekoladę zawdzięczamy Henrykowi Nestlé. Kolejny milowy krok w 1879 r. zrobił Rudolf Lindt, konstruując urządzenie do mieszania jej składników.

Dziś globalny rynek czekolady i wyrobów czekoladowych jest oceniany na ponad 110 mld dol., a polski – na 2,5 mld. Gdy na świecie rośnie on w tempie ok. 2 proc. rocznie, to w naszym kraju w tempie 5 proc. Przeciętny Polak zjada rocznie 6,5 kg czekolady i wyrobów czekoladowych – więcej niż Amerykanin, a nawet Francuz. Gonimy już Niemców (ponad 8 kg) i liderów tej klasyfikacji – Szwajcarów (9 kg). Coraz więcej Polaków przy zakupie nie kieruje się ceną, lecz jakością produktu.

Ten szybki wzrost nie powinien dziwić, bo czekolada, zwłaszcza ciemna, czyli „gorzka”, obniża ryzyko zawału serca i pomaga organizmowi w wydalaniu tzw. złego cholesterolu. Jest źródłem flawonoidów, magnezu, niacyny, żelaza. A jej zapach sprawia, że podnosi się poziom endorfin – „hormonów szczęścia”.

O rynkowym sukcesie decyduje technologia i jakość surowców. Czekoladę firma Doti kupuje u szwajcarskiego potentata Barry Callebaut, największego na świecie producenta kakao i czekolady przemysłowej, tyle że nie w Szwajcarii, ale w Łodzi, gdzie znajduje się jedna z najnowocześniejszych fabryk w Europie. Owoce właściciele zamawiają u krajowych producentów owoców kandyzowanych, a skórki pomarańczową we Włoszech, w renomowanej firmie, która produkuje ją dla nich bez konserwantów według specjalnej receptury.

### Magia czekolady

Jak przystało na manufakturę, gdzie wiele prac wykonuje się ręcznie, wyroby Doti są droższe niż te z masowej produkcji. Ale za wyższą cenę otrzymujemy wyroby klasy premium, które znajdują uznanie prawie w 20 krajach Europy (eksport stanowi około 40 proc. produkcji), w tym przede wszystkim na bardzo wymagającym rynku belgijskim, francuskim i niemieckim (w 50 butikach na terenie Bawarii i Badenii-Wirtembergii), w sklepach mającej już 157 lat wiedeńskiej firmy Julius Meinl, a także w sieciach multiplexów w Europie Środkowo-Wschodniej.

W Polsce czekoladki Doti można kupić w przeszło 400 punktach. To przede wszystkim tzw. markety premium, butiki ze słodczymi, sklepy z ekologiczną i zdrową żywnością, sklepy na lotniskach, z kawą i herbatą, winiarnie, herbacianie, a także sklepy internetowe.

Firma może się pochwalić wieloma nagrodami. Jej produkty zostały wyróżnione między innymi podczas targów poznańskich Polagra Food, Międzynarodowych Targów Gastronomicznych w Warszawie i przez brytyjskie Stowarzyszenie Guild of Fine Food.

W ubiegłym roku Doti z powodzeniem wystawiało swoje stołki w Norymberdze na największych targach BIO na świecie.

Mroczkowsky nie zdradzają wyników finansowych ani wielkości produkcji. Wiadomo jednak, że rocznie kupują ponad 100 ton czekolady, a rentowność produkcji wynosi około 10 proc.

Można mieć bardzo dobry produkt, ale trzeba go jeszcze umieć sprzedać. Dlatego najbliższe lata właściciele zamierzają poświęcić na wypromowanie firmy. Opracowują szczegóły kampanii medialnej i poszukują znanej osoby, która zostalaby twarzą marki.

– Ludzie często pytają, co zdecydowało, że odnieśliśmy sukces. Odpowiedź jest prosta: to magia czekolady. Ona sprawia, że nasi pracownicy nie stresują się w pracy i niemal zawsze mają dobry nastrój. Kto nie wierzy, niech spróbuje naszych czekoladek, a sam się przekona – śmieje się Dorota Mroczkowska.

**KRZYSZTOF TOMASZEWSKI**

(\*) autor nieznan