

SVĚT

SVĚT HOTEL

H&G

SVĚT GASTRO

únor-březen
2019

www.svethg.cz

ČOKOLÁDA JE KRÁLOVNOU MEZI SLADKOSTMI



La Maison v Saarlouis
Okouzující
propojení interiéru
s exteriérem

Vinařstvím
roku 2018
se stalo Vinařství
Škrobák

Svět barmanů:
Dva týdny
plné kávy
a pohostinnosti

NEWSLETTER

UKÁZKA ZPRAV

HOTEL news

- * Hotelový pokoj vzhůru nohama
- * Nový hotel HENRI ve stylu 60. a 70. let
- * Představujeme Charlotte Street hotel v Londýně
- * Hotelový exteriér klade důraz na ekonomičnost a viditelnost branding
- * Kvalitní hotelový textil zlepší spánek vašich hostů
- * O spokojenosti hotelových hostů rozhodují i nejmenší detaily
- * Zahrada jako dominanta hotelu ve městě
- * Hotel Vernet v Paříži nabízí nadčasový luxus

GASTRO news

- * Na designu záleží!
- * Když ryby, tak čerstvé!
- * Kvalitní konvence, které kuchaři ocení
- * Trendy bylinných a ovocných infuzí 2018/19
- * Chytré kuchyně 21. století šetří investiční i provozní náklady
- * Studie: Nejlepší franšízové firmy v Německu
- * Jíst stylově - jak důležitý je design v restauraci
- * Čokoláda je trend napříč gastronomií, který z módy nevyjde

BAR news

- * Nejnovější edice 28leté Midnight Blend whisky
- * Čtyři medaile pro české pivovary
- * Co vybrat z bohaté domácí nabídky sektů?
- * Barmanské soutěže v novém
- * Volarik Wine Investment
- * Titul nealko šampiona míří na Slovensko
- * Není vodka jako vodka
- * Nejlepší hudební drink
- * První zážitkový obchod s whisky Johnnie Walker v Madridu



**Každých 14 dní
přímo na váš
email**

**Cíleno na horeca
management
a provoz**

**Zprávy
z tuzemska
a zahraničí**

JAK SE
PŘIHLÁSIT?

Zašlete nám na e-mail: info@lprg.cz
vaši emailovou adresu, kam si přejete
zpravodajství zasílat.

Vážení a milí čtenáři, jsme to ale šikovný národ! Barmani, kuchaři, cukráři, řezbáři – všichni nás v loňském roce úspěšně reprezentovali na prestižních mezinárodních soutěžích, kde pro Česko vybojovali zlaté medaile. Dá se říci, že píle a jemnocit pro tu či onu profesi z Čechů dělá světovou špičku. Velkou podporou pro naši reprezentaci jsou oborové asociace jako AKC ČR a CBA, bez jejichž záštity by účast dílčích soutěží nebyla lecky ani možná.

V únorovém vydání magazínu Svět H&G vám přinášíme rozhovor s nejúspěšnějším světovým řezbářem Vojtěchem Petřelou, který ve svých 22 letech ukázal světu, že v carvingu nemáme konkurenci. A je toho více! Cukráři se s námi podělili o své zkušenosti s výrobou čokolády, brand manažeři různých značek vodek nám představili své produkty a redaktor František

Vonderka se zaměřil na manažerské a užitkové vozy. V seriálu designové hotely tentokrát představujeme německý hotel La Maison, jehož interiér přesvědčuje hřejivou elegancí, luxusními materiály a vybranými designéřskými kousky.

Naše redakce funguje na trhu již 14 let, během nichž jsme se věnovali různým odborným tématům. Rádi bychom dali více prostoru také našim čtenářům – hoteliérům, F&B manažerům, provozním, barmanům a dalším – a okořenili následující čísla také jejich příspěvky. Proto, máte-li podněty na témata, která by vás zajímala, kontaktujte nás na e-mailu: chuda@1prg.cz. Články rádi v průběhu roku zpracujeme a zařadíme do nejbližších vydání magazínu Svět H&G a novin Svět HORECA a Moderní jídelna.

Přeji vám příjemné počtení a vydařený rok 2019!



JAROSLAVA CHUDÁ
vydavatel



Cover story

Při výběru konkrétní čokolády na konkrétní dort je třeba řídit se specifiky dané čokolády a její kombinovatelností s ingrediencemi použitými na dort. „Čokoláda je velice aromatická, má mnoho odstínů a připravovanému pokrmu dodá hlavní chuť,“ říká Alena Kirpalová, bývalá členka Národního týmu AKC. To musí mít cukrář na paměti. Některé čokolády jsou acidnější, s ovocnými tóny, jiné se vyznačují vyšší hořkostí a tóny pražených kakaových bobů. Jiné jsou naopak velmi neutrální a jemné. „Čím vyšší obsah kaka, tím výraznější chuť výrobku,“ uvádí lektorka cukrářských kurzů Gabriela Hanáková.



Nepřehlédněte!

FOOD SERVICE Čokoláda je královnou mezi sladkostmi.....	10
SERIÁL Okouzlivý propojení interiéru s exteriérem	14
VYBAVENÍ Aby se hosté rádi vraceli	17
TÉMA Jaké vozy do firemního vozového parku?	22
ROZHOVOR V restauraci Valmer vám připraví nejlepšího kapra! ...	28
NEWS Vinařstvím roku 2018 se stalo Vinařství Škrobák	32
SVĚT BARMANŮ Oficiální časopis CBA	37



FOTONA TITULNÍ STRANĚ:
SHUTTERSTOCK

IMPRESSUM

SVĚT H&G - magazín pro podnikatele z oblasti pohostinství a hotelnictví. **VYDAVATEL:** 1. Press Real Group, spol. s r.o., vydavatel B2B & B2C titulů: Svět H&G, Svět HORECA, MODERNÍ JÍDELNA, Svět OBCHODU, Svět BARMANŮ, Svět 55plus, IČO: 2845997, DIČ: CZ2845997. **ADRESA REDAKCE:** Těšnov 5, 110 00 Praha 1. **SPOJENÍ:** www.svethg.cz. **ŠÉFREDAKTOR:** Jaroslava Chudá, gsm: 776 591 940, e-mail: chuda@1prg.cz. **REDAKCE:** Jana Sobotová, Kateřina Hájková, František Vonderka, Šárka Seibertová, Markéta Jindřichová, Jana Halešová, Michael Lapčík. **KOREKTURY:** Kateřina Hošková. **PRODEJ INZERCE:** Martin Kolesár, gsm: 724 990 646, e-mail: kolesar@1prg.cz. **PŘEDPLATNÉ:** roční předplatné 8 vydání (4x magazín Svět H&G + 4x noviny Svět HORECA): 660 Kč včetně DPH, bezplatná infolinka: 800 300 302, e-mail: postabo.prstc@cpost.cz. **AUTORIZACE:** MK ČR E 19468, ISSN: 2336-7784, povoleno Ministerstvem kultury ČR.

Redakcí nevyžádané rukopisy, fotografie a kresby se nevracejí. Za věcnou správnost textů a obsah článků odpovídají autoři. Texty označené zkratkou -PR- jsou placenou inzercí, za text a obsah inzerátů odpovídají zadavatelé ČR. Redakcí zveřejněné příspěvky nemusejí vyjadřovat názor redakce. Publikování nebo šíření jakéhokoli materiálu z časopisu či týdeního zpravodajství bez písemného souhlasu vydavatele je zakázáno. Vydavatel si vyhrazuje právo publikované materiály zveřejnit na internetu.

PARTNEŘI REDAKCE



PŘIDEJTE SE K NÁM NA FACEBOOKU
Sledujte novinky, soutěže a akce!



@SvetGastroHotel

Time Out Market bude i v Praze

Skupina Time Out oznámila vznik dalšího marketu – tentokrát v Praze. Projekt bude na místě koordinovat česká developerská společnost Crestyl Group. Otevření Time Out Marketu v centru Prahy na Starém Městě se plánuje na konec roku 2021 poblíž Václavského náměstí, v areálu historického objektu Savarin. Cílem projektu je podpořit redesign centra města. Prostor bude disponovat plochou kolem 25 000 m² a nabídne návštěvníkům 465 míst v interiéru a 120 míst venku. Projekt zahrnuje celkem 14 gastronomických nabídek, dva bary, speakeasy lounge, prostor pro kulturní akce a maloobchodní prodejnu. Vše bude reprezentovat to nejlepší, co může město nabídnout.

Didier Souillat, výkonný ředitel společnosti Time Out Market, vysvětluje: „Bohatá historie a kultura činí z Prahy vyhledávanou turistickou destinací, která každý rok přitahuje miliony turistů. V nedávné době se také pražská kulinární scéna rozvinula do působivé rozmanitosti. Mladí šéfkuchaři otevřeli inovativní restaurace. Nemohli jsme najít lepší místo umístění v centru města, které je oblíbené jak mezi místními, tak návštěvníky Prahy.“

Time Out Group se sídlem ve Velké Británii je společnost působící v globálním měřítku v zábavní a mediální oblasti. Pomáhá optimálně využívat město jak pro místní obyvatele, tak turisty. Společnost se prezentuje digitálně a fyzicky prostřednictvím webových stránek, časopisů, live akcí a Time Out Marketů. Jde nejen o food market, ale o splnění nejvyšších gastronomických požadavků na malém prostoru a o kulturu jídla. První Time Out Market byl otevřen v roce 2014 v Lisabonu. Z historické tržnice se stala mega restaurace s více než 26 gastronomickými jednotkami typu fast casual a fine food. Dnes je lisabonská tržnice jednou z hlavních atrakcí města, v roce 2017 ji navštívilo rekordních 3,6 mil. návštěvníků. V plánu je otevření dalších Time Out Marketů v severoamerických metropolích Miami, New Yorku, Bostonu, Chicagu a Montrealu.



První zážitkový obchod s whisky Johnnie Walker v Madridu

Johnnie Walker, přední světová značka skotské whisky, otevřela v listopadu svůj první zážitkový obchod v Madridu. Nový ukázkový obchod, který se s velkou pravděpodobností stane oblíbeným cílem milovníků skotské, nabízí širokou škálu imerzních zážitků, včetně kursů hodnocení a ochutnávky whisky, které účastníkům otevřou svět značky Johnnie Walker. Návštěvníci si mohou vybrat ze speciální sbírky whisky Johnnie Walker a zakoupit některé z nejvzácnějších a výjimečných single malt whisky, z kterých se Johnnie Walker vyrábí.

V zážitkovém interaktivním prostoru se hosté mohou naučit umění mixování koktejlů a věnovat se rozpoznávání aroma whisky Johnnie Walker. V koutku s vystavenými

speciálními dárky si mohou vybrat produkty a na přání si je nechat opatřit osobními rytinami a etiketami. Prostřednictvím virtuálních zážitků mohou objevovat krásy Skotska s dechberoucí vrchovinou, fascinujícími ostrovy, svěže zelenými nížinami a nahlédnout do tajemství palírny Speyside se závěrečnou ochutnávkou whisky. Kromě toho se nabízejí sezónní programy, jako například ukázky koktejlů obsahující whisky Johnnie Walker. Pro období Vánoc předvedl expert, jak mohou zákazníci obchodu překvapit své hosty kombinací mražené Johnnie Walker Gold Label Reserve a ručně vyrobené skotské čokolády. Ředitel globální značky Johnnie Walker, John Williams, to komentuje: „Hledáme stále nové způsoby, jak své zákazníky překvapovat

a zapojovat, což takový zážitkový obchod Johnnie Walker skvěle dokáže. Nákupní zážitek, při kterém lze objevovat rozmanitost a bohatou tradici značky Johnnie Walker naprosto neotřelým způsobem, se tak stává opravdovou radostí.“

Ještě než byl nový zážitkový obchod otevřen, byla zveřejněna investice ve výši 150 mil. GBP, kterou do něj vložila společnost Diageo (jeden z předních světových dodavatelů prémiových destilátů), která podporuje cestování za whisky po celém Skotsku. Zahrnuje mimo jiné plán vytvořit pro návštěvníky vysoce moderní zážitky v rámci největšího organizovaného programu cestování za skotskou whisky v Edinburghu u příležitosti oslav 200. výročí Johnnie Walker v roce 2020.

Barva roku 2019 –

Společnost Pantone oznámila, že barvou roku 2019 se stala PANTONE 16-1546 Living Coral, živý a optimismus vyzařující odstín oranžové se zlatým podtónem inspirovaný živými korálovými útesy. Jeho energizující pozitivní energie dodává elán a pohodu do našeho neustále se měnícího světa. Proces výběru barvy roku vyžaduje důkladnou úvahu a analýzu trendů,

kteří experti na barvy z institutu Pantone Color Institut zkoumají po celém světě. To může zahrnovat showbiznys, filmy, nové umělce, módu, design, oblíbené turistické destinace, stejně jako nové životní styly a sociálně ekonomické podmínky, nové technologie, materiály, platformy sociálních sítí apod.

Již 20 let ovlivňuje barva roku Pantone rozhodování při vývoji,

výrobě a nákupu produktů mnoho průmyslových odvětví, včetně módy, vybavení interiérů, průmyslového designu, obalů a grafického designu.

A jak se barva roku 2019 projeví v jednotlivých oblastech?

V sociálních médiích: Organický tón Living Coral působí v digitálních médiích pozoruhodným a okouzlu-

Tenerife jako jediný z Kanárských ostrovů získal šest michelinských hvězd

Santa Cruz de Tenerife - Gastronomie na Tenerife patří opět k vynikajícím. Slavnostní udílení michelinských ocenění pro rok 2019, které se konalo koncem listopadu v Lisabonu, znovu potvrdilo šest hvězd pro tento ostrov jako jediný z Kanárských ostrovů. Restaurace MB (Martín Berasategui) hotelu The Ritz-Carlton Abama získaly dvě hvězdy a Kabuki (Abama), Kazán, El Rincón de Juan Carlos a Nub (La Laguna Gran Hotel) po jedné hvězdě, čímž potvrdily kvalitu gastronomie na Tenerife.

Tenerifský prezident Carlos Alonso označil postup tenerifské gastronomie na národní a mezinárodní kulinární scénu za milník, který ne-

vznikl jen tak náhodou. „Hodně let se vláda snaží zvýšit hodnotu místních produktů, a když k tomu připočteme pár vynikajících profesionálů a naše kvality jako jedné z předních turistických destinací, je logické, že hrajeme první ligu v oblasti gastronomie.“ Podle něj patří gastronomie ke kanárské identitě a je nepostradatelným prvkem pro poznání kultury a způsobu života ostrova. Tenerifský ministr turismu Alberto Bernabé zdůraznil, že gastronomie se stala dalším lákadlem a prvkem ovlivňujícím rozhodování pro dovolenou na ostrově.

Ministr zemědělství, chovu dobytka a rybolovu Jesus Morales je



přesvědčen, že snaha profesionálů, jedinečné lokální produkty vynikající kvality a propojení veřejného a privátního sektoru vedly mimo jiné k tomu, že tenerifská kuchyně dosáhla takové úrovně, jakou si ještě před lety nebylo možné ani představit. To vše díky jasné strategii, založené na třech pilířích: místních produktech, krajíně a etnografickém dědictví. Podle údajů jednoho průzkumu vydají turisté během svého pobytu na Tenerife nejvíc peněz za gastronomii, což ostrovu přináší kolem 728 mil. eur ročně. Spolu s nákupy potravin, které činí 242 milionů eur ročně, dosahují celkové příjmy této oblíbené destinace 970 mil. eur.

Stuttgart Distillers GBR

V Londýně byly uděleny ceny za nejlepší mezinárodní vína a lihoviny v rámci International Wine and Spirit Competition Trophy 2018. Z pohledu Německa byl důvod k radosti. Markus Escher (27) a Alexander Franke (34) ze Stuttgartu získali za svou značku GINSTR - Stuttgart Dry Gin prestižní cenu G & T Trophy za nejlepší gin na světě pro přípravu gin toniců. Toto ocenění získalo Německo poprvé v téměř padesátileté historii soutěže.

Letos bylo na soutěži zastoupeno přes 600 značek z 90 zemí, aby bojovaly o titul, který gin je pro kultovní nápoj gin tonic nejlepší. Cenu Gin & Tonic Trophy předal vítězům Facundo Bacardí, jehož pradědeček založil stejnojmenné imperium destilátů.

V porotě zasedalo 400 porotců, kteří finální výběr slepou degustací odůvodnili jemnou a citrusovou

chutí, která je pro gin tonic vhodná. Stuttgartský gin byl na trh uveden v r. 2016 a vyrábí se ve vlastním lihovaru obou mladých majitelů. Na jedno plnění připadá pouze 711 lahví. Všechny ingredience na výrobu ginu pocházejí ze Stuttgartu a místního regionu.



Pantone Living Coral

jícím dojmem, vyvolává stejně inspirativní pocit jako korálové útesy ve svém přirozeném prostředí a zaručeně přitáhne pozornost.

V kosmetice: Jako optimistická barva, která ladí se všemi tóny pleti, vnáší Living Coral přirozenou barvu do tvářenek, očního make-upu a rtěnek.

V produktovém designu: Barva Living Coral je vhodná na produkty

pro všechny věkové kategorie a pohlaví. Materiály s texturou a příjemnými barvami, jako je Living Coral, povzbuzují touhu poříditi si produkt, který doslova přenáší energii a povzbuzuje radost ze života.

V interiérovém designu a nábytku: Living Coral podporuje pop-up instalace a interaktivní prostory spojené s hravým duchem. Dodá dramatický akcent jakékoli místnosti,



ať už formou dekorativního doplňku, ubrusu nebo tapety na stěně. Vynikne na huňatých přikrývkách, příjemném ložním prádle a svěžím čalounění, navodí hřejivý, přívětivý a uklidňující pocit domova.

V obalovém designu: Living Coral je ideální pro oblast balení. Hřejivý a přívětivý tón, navozující životní optimismus, přímo vyzývá, abychom natáhli ruku a vzali si jej.



První pohárky, s kterými lze platit

Costa Coffee uzavřela spolupráci s firmou Barclaycard a uvedla na trh ve Velké Británii první pohárek na kávu, s kterým mohou klienti rovnou zaplatit. Takzvaný „clever cup“, který je od listopadu dostupný v britských kavárnách Costa Coffee, využívá bezkontaktní technologii, s níž je možné rychle a pohodlně zaplatit. Umožnil to vývoj tzv. BPay technologie společnosti Barclaycard. Chytré pohárky jsou součástí produktové řady Costa Coffee, určené k širšímu opakovanému použití. Cílem této akce je povzbudit zákazníky k využívání těchto pohárků místo jednorázových kelímků.

Kromě toho chce Costa Coffee zajistit, aby do roku 2020 bylo recyklováno celkem 500 mil. jednorázových pohárků.

Pohárky se prodávají v obalu vyrobeném z recyklovaných kelímků. Sestávají ze silikonu a jsou vybaveny bezkontaktním odnímatelným čipem. „Technologie v pohárku může být použita všude tam, kde zákazníci uvidí symbol pro bezkontaktní platbu – nejen v obchodech Costa Coffee,“ stojí v tiskové zprávě společnosti. Chytrý pohárek stojí 14,99 GBP (16,80 EUR). Příspěvek ve výši 1 GBP z každého prodeje jde na nadaci Costa Foundation.

PepsiCo's Hello Goodness

Snackboty na Pacifické univerzitě

Začátkem ledna se v univerzitním kampusu Pacifické univerzity ve Stocktonu v Kalifornii objevily tři autonomní roboty, které zásobují studenty snacky a nápoji. Tzv. snackboty, venkovní roboty s vlastním pohonem, nabízejí občerstvení a nápoje od firmy Hello Goodness, která je součástí portfolia značek PepsiCo. Snackboty vznikly ve spolupráci společnosti PepsiCo s firmou Robby Technologies a jsou prvními roboty, které vyjely do terénu, aby mohly vozit chutné a zdravé občerstvení a ná-

poje přímo k hladovým studentům. Studenti jsou často natolik časově vytížení, že nemají čas na „pořádné jídlo třikrát denně“, a tak dávají přednost častějšímu rychlému občerstvení o přestávkách mezi přednáškami. Objednávky mohou pohodlně zadávat prostřednictvím aplikace Snackbot a stejně tak i platit. Snackboty jsou k dispozici od devíti do sedmnácti hodin a nabízejí výběr různých druhů snacků, jako např. popcorn od Smartfood Delight, Baked Lay's a vícezrnné chipsy SunChips. Objednané zboží dodají na padesát určených míst v kampusu, který má rozlohu 700 000 m². Jsou vybaveny vnější skořepinou, odolnou vůči počasí, pohonem na všechna kola, reflektory a kamerou, aby mohly vyjet za jakéhokoli počasí i v úplné tmě, zdolávat obrubníky i strmější kopce. Na jedno nabití jsou schopny ujet víc než 20 mil.

Americká společnost PepsiCo patří k předním světovým firmám, jejichž produkty se prodávají ve více než 200 zemích. K nejznámějším značkám patří vedle Pepsi také nápoje 7up, Lipton, snacky Dorritos a Lays. Za rok 2017 utržila společnost PepsiCo čisté tržby přes 63 mld. USD.



Marché International v České republice

Fresh market cuisine na pražském letišti

Švýcarský provozovatel mezinárodního restauračního řetězce Marché International pokračuje ve své evropské expanzi. V říjnu otevřel dvě nové restaurace v neveřejné části Terminálu 1 Letiště Václava Havla Praha, kde mohou cestující navštívit restauraci Marché Mövenpick Pasta & Salad nebo menší koncept Zigolini Caffé & Bar. Koncem loňského roku, 30. prosince, otevřel Marché International třetí pobočku. Jde o největší koncept restaurace Marché Mövenpick s volným výběrem čerstvých surovin a nejširší nabídkou pokrmů. Nachází se v prostorách za bezpečnostní kontrolou na Terminálu 2.

„Příchodem Marché International získáváme dalšího významného mezinárodního partnera do portfolia nájemců, který rozšíří naši nabídku pro cestující o zcela nový koncept stravování a uvede tak do České republiky ve světě již osvědčený a oblíbený produkt založený na čerstvých a vysoce kvalitních surovinách. Letiště Václava Havla Praha bude momentálně jediným místem v České republice, kde se zákazníci s restauracemi z portfolia Marché International setkají,“ vysvětluje Jiří Petržilka, výkonný ředitel leteckého obchodu Letiště Praha.

Restaurace Marché Mövenpick nabízí uprostřed letiště atmosféru trhu s výběrem čerstvých a kvalitních surovin. Kuchyně založená na čerstvých surovinách a live cooking je konceptem Marché Mövenpick

už zhruba 35 let. Hosté si mohou vybírat z nejrůznějších pokrmů ručně připravených v otevřené kuchyni s využitím přírodních, nejlépe regionálních surovin. Největším lákadlem je vegetariánská část, kde si zákazníci mohou vytvářet pokrmy podle svých představ a chutí z široké nabídky čerstvých salátů, zeleniny a luštěnin. Na menu je také čerstvá domácí pizza, pochoutky z grilu nebo čerstvě upečená focaccia s parmskou šunkou nebo uzemným lososem. Lákavý sortiment doplňuje široký výběr domácích koláčů a dortů, čerstvé džusy, čaj a vynikající káva Filicori.

Dojem živého trhu umocňuje také interiér nové restaurace Marché Mövenpick. Teplé, přírodní materiály, jako je dub, bylinky nebo kachlové stoly navozují uvolněnou a příjemnou atmosféru. Restaurace má rozlohu přibližně 219 m², další přídatný jídelní prostor o rozloze 60 m² a místa pro 107 hostů. Je otevřena od pondělí do neděle od 7 do 21 hodin.

Ke společnosti Marché International patří značky jako Marché Mövenpick, Palavrion Grill & Bar, Mövenpick Restaurants, White Monkey nebo Cindy's Diner. Společnost má své provozovny ve Švýcarsku, Německu, Rakousku, Maďarsku, Chorvatsku, Slovinsku, Singapuru, Indonésii, Číně, Kanadě a nyní také v České republice. Zaměstnává kolem 2 800 pracovníků. Za rok 2017 utržila cca 259 mil. CHF.



Dvakrát sto bodů pro víno Kracher

O Trockenbeereauslese (TBA) 2015 vinařství Kracher v Illmitz horovaly hned dva prestižní americké časopisy o víně. Jak časopis Wine Enthusiast, tak vlivný kritik James Suckling na svých webových stránkách zaměřených na víno a pojmenovaných po něm jamessuckling.com ocenili sladké víno Gerharda Krachera nejvyššími známkami. Dvě vína dosáhla požadovaného top skóre 100 bodů: 2015 TBA No. 4 Scheurebe Zwischen den Seen a 2015 TBA No. 8 Muskat Ottonel Zwischen den Seen.

Dalších deset vín bylo ohodnoceno jako vynikající 96–99 body.

Vinař Gerhard Kracher je potěšen: „Vidím ve špičkovém hodnocení především odměnu za úsilí v roce 2015, ze kterého se vyklubal skvělý ročník, i když ani zdaleka nebyl jednoduchý.“ Horké, suché léto působilo vinařům starosti, avšak dostatečné srážky na podzim pak zajistily potřebnou kyselinu na jedné straně a podpořily vznik plísňě botrytis na druhé straně. Kracher dodává: „Rok 2015 je ročník s dlouhou trvanlivostí. Výváženost cu-

kernatosti a kyseliny slibuje, že vína vyvinou delším skladováním bohatou škálu chutí.“

Také mimo TBA dokazuje Gerhard Kracher, že je vinař, který má cit pro špičkovou kvalitu, což američtí kritici vína při svých slepých ochutnávkách potvrdili. James Suckling udělil zelenému veltlínu, který vyprodukoval Kracher společně se someliérem Aldem Sohmem, víc než 92 bodů. Veltlínské zelené Single Vineyard 2015 i Veltlínské zelené St. Georg 2016 ocenil dokonce 94 body.

Každoročně sestavuje časopis Wine Enthusiast také seznam vín, u nichž jsou degustátoři přesvědčeni, že dlouhým skladováním budou ještě lepší. Týká se to jen 4 % testovaných vín, z nichž časopis vytvořil ještě jeden seznam 100 nejlepších vín ke skladování. Víno Gerharda Krachera – Trockenbeereauslese 2015 – se umístilo na 10. místě. Pro srovnání: Bordeaux Château Cheval Blanc, oceněné 100 body, je na 11. místě, a stejně tak vysoce ohodnocené víno Château Margaux 2015 až na 20. místě.

Ceny za ubytování v hotelích za rok 2018

Nárůst cen v Německu

Ceny hotelů v Německu pokračují ve vzestupném trendu, jak zjistil hotelový portál HRS v aktuálním ročním hodnocení. V roce 2018 stál nocleh v Německu v průměru 91 EUR, což je o 2,2 % víc než v roce 2017. New York zůstává nejdražší destinací s cenou 249 EUR za nocleh.

Německo - nejvyšší ceny v Mnichově

Co se týká německých hotelů, nejhluběji musí sáhnout do kapsy hosté v Mnichově, jeden nocleh přijde v průměru na 113 EUR (+ 2,7 % ve srovnání s r. 2017). Přenocování ve Frankfurtu nad Mohanem také přesáhlo hranici 100 EUR na 106 EUR (+ 1,0 %), v Kolíně nad Rýnem se trochu zlevnilo (- 0,9 % na 106 EUR), ve Stuttgartu zvýšilo (+ 6,0 % na 106 EUR) a v Hamburku lehce zlevnilo (- 0,9 procent na 105 EUR). Levné hotely zůstávají v Drážďanech s průměrnou cenou 82 EUR za nocleh (+ 1,2%).

Evropa - umírněné kolísání cen

Kolísání cen v evropských destinacích je spíše umírněné. Největší pokles cen zaznamenala Barcelona s - 7,7 % na 120 EUR. Ceny v Moskvě vzrostly v průběhu mistrovství světa ve fotbale o 9,5 % na 104 EUR. Nejdražší zůstávají noclehy v Curychu (177 EUR), v Londýně (176 EUR) a Kodani (160 EUR). V Miláně je nocleh dražší (118 EUR; + 2,6 %) než v Římě (107 EUR; + 0,9 %). Ve Vídni se zdražily ceny o 4 % na 103 EUR. Pod 100 EUR lze pořídit nocleh v Berlíně za 97 EUR (+ 4,3 %) a v Budapešti za 89 EUR (+ 2,3 %). V Praze ceny vzrostly na 86 EUR (+ 3,6 %). Levněji přijde nocleh ve Varšavě na 81 EUR (- 1,2 %) a v Istanbulu na 74 EUR (- 2,4 %).

Svět - širší nabídka cen hotelů

New York s průměrnou cenou 249 EUR (+ 0,4 %) zůstává na špičce nejdražšího města pro přenocování v hotelu. Navzdory poklesu o 10 % zůstává Washington druhou nejdražší destinací (207 EUR). Peking prosperuje, ceny hotelů se v průměru zvýšily o 23,5 % na 100 EUR. Nejlevněji přijde nocleh v Kuala Lumpur v průměru na 56 EUR (+ 9,8 %).

Pro hodnocení byly sledovány veškeré nestornované rezervace hotelů v období od 1. 1. 2018 do 31. 12. 2018 prostřednictvím rezervačního hotelového portálu HRS. Ve výběru byly zohledněny ceny hotelů pro jednolůžkové i dvoulůžkové pokoje, se snídaním a bez snídaně v hotelech s 1 hvězdičkou až 5 hvězdičkami. Vyhodnoceny byly destinace s odpovídajícím objemem rezervací.

Top destinace v Německu	průměr ceny za pokoj a noc 2018	průměr ceny za pokoj a noc 2017	rozdíl v cenách 2018 oproti 2017
Německo celkově	91 €	89 €	2,2%
Mnichov	113 €	110 €	2,7%
Frankfurt nad Mohanem	106 €	105 €	1,0%
Kolín nad Rýnem	106 €	107 €	-0,9%
Stuttgart	106 €	100 €	6,0%
Hamburg	105 €	106 €	-0,9%
Düsseldorf	99 €	102 €	-2,9%
Berlín	97 €	93 €	4,3%
Hannover	97 €	95 €	2,1%
Norimberk	95 €	90 €	5,6%
Drážďany	82 €	81 €	1,2%
Top destinace v Evropě			
Curych	177 €	177 €	0,0%
Londýn	176 €	177 €	-0,6%
Kodaň	160 €	161 €	-0,6%
Amsterdam	151 €	142 €	6,3%
Paříž	144 €	136 €	5,9%
Oslo	140 €	150 €	-6,7%
Helsinky	139 €	135 €	3,0%
Stockholm	139 €	148 €	-6,1%
Barcelona	120 €	130 €	-7,7%
Milán	118 €	115 €	2,6%
Madrid	111 €	109 €	1,8%
Řím	107 €	106 €	0,9%
Moskva	104 €	95 €	9,5%
Athény	103 €	103 €	0,0%
Vídeň	103 €	99 €	4,0%
Lisabon	100 €	102 €	-2,0%
Berlín	97 €	93 €	4,3%
Budapešť	89 €	87 €	2,3%
Praha	86 €	83 €	3,6%
Varšava	81 €	82 €	-1,2%
Istanbul	74 €	76 €	-2,6%
Top destinace ve světě			
New York	249 €	248 €	0,4%
Washington	207 €	230 €	-10,0%
Sydney	180 €	197 €	-8,6%
Toronto	179 €	180 €	-0,6%
Tokio	172 €	180 €	-4,4%
Singapur	165 €	160 €	3,1%
Miami	143 €	154 €	-7,1%
Soul	126 €	124 €	1,6%
Dubaj	124 €	140 €	-11,4%
Mexiko City	120 €	128 €	-6,3%
Buenos Aires	113 €	115 €	-1,7%
Kapské Město	110 €	132 €	-16,7%
Mumbai	102 €	121 €	-15,7%
Peking	100 €	81 €	23,5%
Šanghaj	89 €	89 €	0,0%
Bangkok	84 €	77 €	9,1%
Rio de Janeiro	80 €	97 €	-17,5%
Kuala Lumpur	56 €	51 €	9,8%

NH Hotel Group

Hotelový pokoj vzhůru nohama a mluvící kufr na kolečkách

Společnost NH Hotel Group Northern Europe uvedla loni u příležitosti otevření dvou nových hotelů v Grazu a Essenu neobvyklou marketingovou akci, aby posílila povědomí o své hlavní značce NH Hotel a zdůraznila stávající služby. Ve spolupráci s agenturou Graco Berlin vytvořila hotelový pokoj vzhůru nohama a doplnila jej mluvícím kufrem na kolečkách. Záměrem bylo umožnit ojedinělý zážitek z produktu a vytvořit přímou interakci se stávajícími i budoucími hosty. Za tímto nápadem vydat se novou cestou v oblasti komunikace stojí dvě ženy z marketingového oddělení NH Hotel Group Nor-

thern Europe Stefanie Schubertová a Sheila Stockbridgeová.

Pro hlavní značku NH Hotel se pokoj vzhůru nohama představuje ve svěžím městském stylu ve speciálním kontejneru, v němž každý kus nábytku visí ze stropu nad hlavou. „Tímto krokem vstupujeme do přímého dialogu s lidmi, kteří procházejí kolem ze svých nákupů na pěší zóně. Zveme je, aby se společně s námi „postavili na hlavu, poznali náš produkt a pořídili si fotky, které pak mohou umístit na sociálních sítích, Facebooku nebo Instagramu,“ vysvětluje Stefanie Schubertová. Vedle hotelového pokoje vzhůru nohama překvapuje kolem-

jdoucí další unikátní objekt – mluvící kufr na kolečkách, který zdánlivě samostatně projíždí ulicí a ptá se na cestu k NH hotelu. Kufr vznikl ve spolupráci s agenturou Sixpack Düsseldorf a doplnil hotelový pokoj vzhůru nohama jako flexibilní objekt.

V listopadu zavedla společnost NH Hotel Group také tzv. Fastpass, který hostům na služebních cestách umožňuje plnou kontrolu nad jejich pobytem v hotelu a šetří jim čas. Fastpass kombinuje tři služby v jednom: online check-in, choose your room & online check-out. Touto inovativní aplikací vše v jednom vyvinula společnost digitální řešení pro inteligent-

ní cestování a stala se tak v hotelnictví průkopníkem v oblasti inteligentních technologií nejnovější generace. Vše doprovází rozsáhlá mediální kampaň v Německu, Nizozemsku a Belgii. „Jsme si samozřejmě vědomi skutečnosti, že marketingový rozpočet není nevyčerpatelný. Ne každá novinka vyžaduje rozsáhlou mediální kampaň. Naše kampaň s hotelovým pokojem vzhůru nohama a mluvícím kufrem se však setkala s velmi pozitivní reakcí, a tak vidím budoucnost naší cesty v kombinaci interaktivních zážitků z našich produktů i zapojení klasických médií,“ shrnuje Stefanie Schubertová.



Nové nože na pizzu od WMF Professional

Pizza nesmí chybět na žádném klasickém italském menu. Od konce r. 2017 patří dokonce „pizzaiolo“, umění neapolských výrobců pizzy, mezi kulturní dědictví UNESCO. Ať už je pizza klasicky upečená s rajčaty, mozzarellou, olivovým olejem a bazalkou nebo jinými neobvyklými přís-

dami, důležité je, aby se mohla vychutnat se správným příborem. Nic totiž nedokáže pozlobit hosty víc než požívání pizzy s nedostatečně ostrým nožem. Firma WMF Professional nyní představila dva nové nože na pizzu, které doplňují známé kolekce příborů Casino a Signum. Oba nové nože WMF

Professional přesvědčují nejen svými vlastnostmi při krájení, ale i svým designem. Nabízejí se v leštěné ušlechtilé oceli nebo postríbrněné. Linie Casino se vyznačuje moderním stylovým výrazem, linie Signum tradičním zaobleným tvarem. WMF Professional Business Unit Hotel je jedním z předních

poskytovatelů vybavení pro profesionální gastronomii a hotely. Rozsáhlý sortiment zahrnuje příbory a sklo, servírovací zařízení, bufetové vybavení a stolní dekorace různých barev. Společnost byla založena v roce 1853 a od konce roku 2016 je součástí francouzské skupiny SEB Konzern.

Aeroflot znovu nejlepší značkou mezi světovými aeroliniemi



Ruská letecká společnost Aeroflot již druhým rokem po sobě znovu získala titul přední světové letecké značky (World's Leading Airline Brand) v mezinárodní soutěži World Travel Awards (WTA) 2018, což se v historii WTA dosud žádné jiné letecké společnosti nepovedlo. Zároveň také získala další ocenění v kategorii World's Leading Airline - Business Class.

Ocenění World Travel Awards jsou považována za Oscary v cestovním ruchu. Oceněním se každoročně vyznamenávají vynikající cestovní kanceláře, hotely a letecké společnosti. Během roku se udělují ceny na třech úrovních: národní, regionální a globální. Vítězové jsou vybíráni prostřednictvím on-line anket, kterých se zúčastní několik stovek tisíc profesionálů v cestovním ruchu a miliony cestujících. Nejdůležitějšími hodnotícími kritérii jsou kvalita produktu a kvalita služeb. Slavnostní ceremoniál WTA se konal v Lisabonu 1. prosince, v jedné z nejoblíbenějších turistických

destinací společnosti Aeroflot v Evropě.

„Dvě zlaté medaile v rámci World Travel Awards jsou důkazem, že jsme světovou třídou v globálním leteckém průmyslu,“ komentoval ocenění Vitalij Saveliev, generální ředitel společnosti Aeroflot. „Máme nejmladší flotilu, udržitelně rozvíjíme svou síť leteckých tras, poskytujeme prvotřídní servis a využíváme digitální technologie. To je náš tajný recept na úspěch na mezinárodním trhu.“

Aeroflot už letos získal tři ceny v regionální soutěži World Travel Awards pro Evropu: přední evropská letecká značka, přední evropské aerolinie v business class a přední evropské aerolinie létající do Asie.

Aeroflot je vlajkovou lodí ruských leteckých společností a partnerem globální letecké aliance Sky Team. Aeroflot létá do 152 destinací v 55 zemích, v r. 2017 přepravil 32,8 mil. cestujících. Flotila Aeroflotu sestávající z 251 letadel patří k nejmladším ze všech globálních leteckých společností, které provozují více než 100 letadel.

Hotel 25hours a restaurace NENI poprvé v Paříži

V Paříži byl v lednu otevřen nový hotel 25hours Hotel Terminus Nord, umístěný naproti nádraží Gare du Nord v 10. pařížském obvodu. Je to v pořadí třináctý hotel skupiny 25hours Hotel, která dosud budovala hotely jen v Německu, Rakousku a Švýcarsku, ve Francii je to první hotel. V r. 2020 plánuje společnost 25hours otevřít další dva nové hotely ve Florencii a Dubaji. Christoph Hoffmann, předseda představenstva, říká: „Miluji Paříž, proto se pro mě otevření hotelu v těsné blízkosti nádraží Gare du Nord stalo splněním mého snu. Pro umístění hotelu je tato lokalita velmi atraktivní a oblíbená u hostů přijíždějících z celého světa. Její charakter jsme ostatně zohlednili při projektu hotelu.“

Architekt Axel Schoenert a jeho tým zachovali tradiční kouzlo historické budovy a doplnili o styl rušného pařížského sousedství. Na jeho redesignu se podíleli Armin Fischer, Andrea Kraft-Hammerschallová a jejich kreativní designérský tým. Podpořila je pařížská umělecká konzultační agentura Visto Images, která organizuje umělecké sbírky pro hotely a soukromé rezidence a pro hotel vytvořila umělecký koncept včetně impresivního umění na stěnách a širokoformátové série portrétů. V této sérii se objevují lidé, charakterističtí pro tuto pařížskou čtvrt, od kadeřníků přes mechaniky, výpravčí až po hudebníky a umělce. Jejich obrazy visí po chodbách a životní příběhy jsou zaznamenány v ilustrované knize, která leží na posteli v každém pokoji a zve hosty, aby si ji prolistovali. Nádraží Gare du Nord patří mezi nejužší v Evropě a je místem, kam se sjíždějí lidé z celého světa. Lokální reference a inspirace Afrikou, Asií a Východem se odráží v mnoha detailech, materiálech a doplňcích.

V hotelu je umístěno 237 pokojů různých kategorií na šesti podlažích. Standardní pokoje mají rozlohu kolem 15 až 20 m², větší pokoje kolem 25 až 28 m². Hosté si mohou užívat eklektické směsice afrických a asijských stylových prvků v pěti různých barevných schématech. Koberce s asijskými vzory, africké tkaniny, výrazná výmalba nebo tapety s florálními motivy na stěnách a originální svítidla navozují útul-



nou atmosféru. Místo skříní jsou hostům k dispozici mobilní stojany na oblečení, inspirované klasickými štendry, na kterých se převážejí modely na přehlídce, jimiž je Paříž jako město módy proslulá.

Srdcem hotelu je restaurace NENI se svou kuchyní, a to nejen v kulinárním smyslu. „NENI je pro mě nejvíce kosmopolitní soul food, jaký znám,“ vysvětluje Christoph Hoffmann.

V restauraci se scházejí hosté na orientální oběd nebo večeři. Přívětivý elegantní design restaurace umocňují moderně interpretované čalouněné lavice a židle ve francouzském stylu. Široké komunitní stoly jsou ideálním místem pro setkávání s novými lidmi. Bar SAPE nabízí ideální místo pro drinky po práci a večerní posezení nad aperitivem s přáteli. Ústředním prvkem baru je široký pult z bronzové barevné skleněné mozaiky. Podlaha z tmavého dubu, těžké tmavě zelené závěsy a pohodlné kožené židle podtrhují atmosféru klubu pro džentlmeny. Přilehlý bar Speakeasy je tipem pro skutečné znalce. V jeho skrytém salonku si může až deset hostů vychutnávat drinky v privátní atmosféře. Pro byznysmeny jsou k dispozici dva multifunkční prostory pro malé konference a jednání pro 8 až 14 osob. Ceny pokojů začínají na 174 EUR za noc. V současné době je pro hosty k dispozici 141 pokojů, dalších 96 bude uvedeno do provozu během r. 2019.

Společnost 25hours Hotel byla založena v r. 2005, v r. 2016 vstoupila do strategické aliance se společností AccorHotels. Značka je zaměřena na kosmopolitní cestující, klade důraz na individualitu, autenticitu a charakter ubytování. Design každého hotelu vytváří ve spolupráci s různými designéry v neopakovatelném stylu.



Čokoláda je královnou mezi sladkostmi

Neznám snad nikoho, kdo by ji neměl rád. Cukráři ji milují pro její úžasnou chuť, vůni, tvárnost i barvu. Práce s čokoládou téměř nezná hranic. Je to právě rozmanitost jejích podob, její všestrannost, historie, pověsti a mýty s ní spojené, co ji dělá tak přitažlivou.

TEXT: JANA HALEŠOVÁ

Čokoláda má v „cukrařině“ množství použití. Mohu ji přidat do korpusu nebo do náplně, použít ji jako polevu, na dohotovení nebo na ozdobu dortu. Existuje mnoho výrobců, značek i druhů. Při výběru je nejdůležitější dívat se na kvalitu a historii kakaových bobů a uvědomit si, že jedna čokoláda na všechno neexistuje. „Primárně jde asi o to, najít si značku čokolád, která nám vyhovuje, u které jsme přesvědčeni o kvalitě kakaových bobů, jejich zpracování a chuti,“ říká cukrářka Národního týmu AKC Helena Fléglová a přiznává, že používá čokolády značky Barry Callebaut.

Jsou výrobci, kteří dbají na původ kakaových bobů. Sledují samotný výkup surovin na plantážích s kakaovníky a kontrolují, aby se kakaové lusky sklízely ručně. Zkrátka, aby celý proces přípravy kakaové hmoty na výrobu čokolády proběhl, jak má. „Každý lusk se musí manuálně rozseknout a pak se vyjmou semena, tedy kakaové boby. Ty se suší a fermentují několik dní na vzduchu obvykle za pomoci slunečního tepla,“ vysvětluje manažer producenta čokolády Belcolade Tomáš Březina ze společnosti Puratos CZ.

Kakaové boby jsou neustále přesypávány, aby proudící vzduch zamezil výskytu plísní a zajistil rovnoměrný průběh fermentace. Boby se dále čistí a zbavují slupek. Poté se melou na kakaovou hmotu, přímo v zemi svého původu. „Samotný proces výroby čokolády je řada na sebe přesně navazujících kroků: míchání, mletí, konšování a temperování,“ dodává Březina. Konečným produktem je hotová čokoláda určená ke konzumaci nebo k dalšímu individuálnímu zpracování.

Není čokoláda jako čokoláda

Při výběru konkrétní čokolády na konkrétní dort je třeba řídit se specifiky dané čokolády a její kombinovatelností s ingrediencemi použitými na dortu. „Čokoláda je velice aromatická, má mnoho odstínů a připravovanému pokrmu dodá hlavní chuť,“ říká Alena Kirpalová, bývalá členka Národního týmu AKC. To musí mít cukrář na paměti. Některé čokolády jsou acidnější, s ovocnými tóny, jiné se vyznačují vyšší hořkostí a tóny



pražených kakaových bobů. Jiné jsou naopak velmi neutrální a jemné. „Čím vyšší obsah kakaava, tím výraznější chuť výrobku,“ uvádí lektorka cukrářských kurzů Gabriela Hanáková.

Ukazatelé kvality jsou kakaové boby, jejich odrůda a původ

Obsah kakaava hraje při výběru čokolády důležitou roli. „Samotný podíl kakaava o kvalitě čokolády ale moc nevyovídá,“ upozorňuje Fléglová. Důležité je hledět na další faktory. Těmi jsou, kromě zmínované kvality, odrůda a původ kakaových bobů, z jejichž zrn se zpracovává kakaový prášek a kakaové máslo. Kakaové máslo tvoří tukovou část čokolády, druhou složkou je kakaový prášek ve formě sušiny. Zjednodušeně lze říci, že sušina plus tuk rovná se čokoláda.

Nejkvalitnější často bývá čokoláda z kakaava z jedné pěstitelské oblasti. V odborné hantýrce se jí říká Single Origin. Původ bobů je u těchto čokolád jasně dohledatelný a na obalu je uveden pěstitel. „Produkty, v této skupině začleněné, se označují jako jednodruhové nebo plantážové. To znamená, že tyto čokolády jsou vyráběny z kakaových bobů pouze z určité konkrétní země nebo plantáže, což jim dává nezaměnitelnou a specifickou chuť,“ říká Březina. To ale neznamená, že čokoláda z jedné plantáže bude vždy stejná. S čokoládou je to jako s vínem, každý ročník je jiný. Chuť kakaových bobů a následně i čokolády z jedné plantáže nebo země se může rok od roku lišit. Na její chuť působí celá řada faktorů: klimatické podmínky, správná doba sklizně, sušení i další zpracování.

Podle Kirpalové jsou všechny tři parametry důležité a každý z nich dodává konečné čokoládě jinou vlastnost. „Podíl kakaava určuje hořkost a aroma, odrůda a původ bobů čokoládě dodávají vůni a chuť a určují kvalitu.“ Dodává, že například belgické čokolády jsou hořké bez vedlejších vůní a chutí na rozdíl od čokolády kupříkladu z Ekvádoru, kde je cítit vůně citrusů a koření. „Deklarace belgická čokoláda znamená, že se veškerá čokoláda vyrábí skutečně jen v Belgii a že do ní není přidáván žádný jiný tuk než čisté kakaové máslo získané přímo z kakaových bobů,“ doplňuje cukrářská technoložka Lucie Hrodějová ze společnosti Puratos CZ. Belgická čokoláda je podle jejího názoru jemnější a lehce sladší než jiné čokolády. I proto je považována za jednu z nejlepších na světě a velmi dobře se hodí na výrobu pralinek.

Čokoláda do těsta, do náplně a polevy

Každá čokoláda se hodí na něco jiného. „Důležité je zvolit správný druh a kvalitu čokolády pro požadovaný výrobek,“ říká Kirpalová. Mohu

Čokoládové trendy

Výrobci neustále vymýšlejí nové chutě a kombinace s jinými surovinami. Kromě tradičních ořechů, ovoce nebo alkoholu se dnes hojně používají nejrůznější koření i bylinky, jako třeba růžový pepř, levandulové květy, rozmarýn, chilli, zelený nebo černý čaj. Trendem je extravagance, která dává prostor netradičním kombinacím s potravinami, jejichž spojení s čokoládou by pro mnoho lidí bylo doposud nepředstavitelné. Například společnost Puratos CZ přichází s originální pralinkou z hořké čokolády s náplní ze zelených oliv nebo sušených rajčat. Kromě nových chutí se výrobci snaží o eliminaci negativních vlivů na přírodní prostředí. Zastánci těchto principů jsou držitelé mezinárodně uznávaných certifikátů, například BIO, Fairtrade, Rainforest nebo Cacao Trace.



Tomáš Březina,
Puratos CZ



Helena Fléglová,
Národní tým AKC



Alena Kirpalová,
Národní tým AKC

mít čokoládu z těch nejlepších bobů na světě, čokoládu s omračujícím procentem kakaa a kakaového másla, ale když ji nepoužiji správně, výsledek nikdy nebude takový, jak jsme si ho představovali. „Špatným výběrem čokolády můžeme degradovat celý zákusek,“ varuje Fléglová.

V praxi obecně platí, že do těst a hmot přidám méně kvalitní čokoládu a do plev a glazé použiji čokoládu vyšší kvality. „Chceme-li mít v korpusu, těstě nebo muffinu čokoládu v kouscích, pak použijeme čokoládu termostabilní, aby se nerozpustila,“ vysvětluje Lucie Moutelíková z francouzského pekařství a cukrářství Petite France. V případě, že si přejeme, aby byla čokoláda součástí hmoty, rozpustíme ji. Termostabilní čokoláda je obvykle čokoláda s nižším obsahem kakaa, laicky řečeno čokoláda na vaření, díky níž nedochází ke srážení hmoty. „Plantážové čokolády by do nich bylo škoda,“ vysvětluje Fléglová. U náplní je však podle ní situace zcela odlišná. Tam je potřeba si s čokoládou hrát, kombinovat správnou čokoládu se správnými surovinami podle jejich specifik. „Zde je možné využít Origin či Plantation čokolády,“ radí Fléglová. Obezřetnější bychom ale měli být podle Kirpalové i u vytváření plevy. Nejen náplně, i plevy totiž určují chuť pokrmu.

Skladování a rizika

Čokoláda je trvanlivou potravinou, její doba spotřeby ale samozřejmě není neomezená.

Obvykle vydrží zhruba rok v závislosti na kvalitě a přidaném mléku. U čokolády jsou ovšem nejdůležitější podmínky skladování. „Čokoládu skladujeme v suchu a temnu při teplotě do 20 stupňů Celsia,“ říká zkušený cukrář František Buchal. Fléglová dokonce uvádí jen 18 stupňů. Kromě teploty kvalitu čokolády ovlivňuje i vlhkost. Ta by neměla překročit hranici 70 %. Má-li čokoláda poškozený obal nebo má okem viditelnou vadu, ať už je to plíseň nebo otvory po larvách hmyzu, je nepoužitelná. „Signálem může být i netypická vůně nebo chuť,“ říká Hanáková. Dalším nežádoucím ukazatelem může být zešednutí, což ještě automaticky neznamená, že je nutné čokoládu vyřadit. Evidentně změnou barvy mění svou povahu. Při rozpouštění se pak může chovat nestandardně, začne se připalovat, nejde povolit ani temperovat. „Takovou čokoládu použijeme do těst nebo na tepelné zpracování,“ doporučuje Kirpalová z Lánského cukrářství. Povolujeme ji většinou v mléce nebo smetaně.

Nejdražší nemusí být nejlepší

S čokoládou je třeba nakládat opatrně. I mistr cukrář se při manipulaci s čokoládou může utnout. „Čokoláda je úžasná ingredience, ale práce s ní vyžaduje znalosti a dovednosti,“ varuje Fléglová. Každý cukrář by si podle ní měl osvojit dovednost temperace čokolády a znát teploty, při kterých se čokoláda používá. „Čokoláda je velmi háklivá na vysokou teplotu, lehece ji spálíme, stejně jako na vlhkost, stačí kapka vody a pralinky z ní už nikdy neuděláme,“ říká. Cukráři nejčastěji chybují při rozpouštění, kdy čokoládu přehřejí, a ta při vysokých teplotách ztrácí své vlastnosti. Hrozbou může být i přeředění tukem. Podle Moutelíkové je v cukrařině práce s čokoládou samostatný obor. „Je třeba přechutnat mnoho druhů čokolád. Ani člověk, který prvně udělá kávu, není barista, pro čokoládu musí mít člověk cit a trpělivost, čokoláda je tak jedinečná, že si zaslouží speciální péči,“ dodává Kirpalová s tím, že nejdražší nemusí nutně znamenat nejlepší. Čokoláda je pro cukráře výzvou. Stejně jako žádný zkušený someliér z nebe nespádl, i cukrář se práci s čokoládou musí naučit. Ta se mu ale za to odvděčí. „Cokoliv si člověk vymyslí, je s čokoládou možné. Jediné, co nás limituje, jsou naše vlastní dovednosti a zručnost,“ shrnuje Fléglová.

Jak to mají s čokoládou v Petite France?



Výtečné pečivo a lákavé cukrářské produkty. To je nabídka francouzského pekařství a cukrářství Petite France, která si již 4 roky hýčká své hosty v pražské Myslíkové ulici. A jelikož se v tomto vydání věnujeme tématu čokoláda, oslovili jsme šéfcukrářku Lucii Moutelíkovou, aby nám krátce představila své čokoládové portfolio.

V tomto vydání se věnujeme tématu čokoláda. Které značky pro vaši cukrářskou výrobu preferujete a proč?

V Petite France momentálně používáme 3 druhy čokolád. Celebaut, Michel Cluizel a Cacao Barry. Všechny jsou kvalitní a velmi dobré.

Petite France si zakládá na poctivých surovinách, což se pochopitelně odráží na prodejní ceně. Které čokoládové produkty jsou mezi vašimi klienty nejoblíbenější?

Myslím, že velmi chutný je Čokoládový koláč s vanilkovou šlehačkou, bezlepkový čokoládový fondán nebo čokoládová kostka z čokolády Madagascar.

Zaznamenala jste nějaký posun vpřed v kvalitě čokolád nabízených na trhu?

Určitě! V době, kdy jsem se učila, byla v ČR na trhu jakási pleva, která toho s čokoládou jako takovou moc společného neměla. Nyní seženete čokoládu prakticky z celého světa. Nejsme sice čokoládovna, ale takovou novinkou jsou ovocné čokolády, které chutnají například po jahodách apod.

INZERCE



Carla®

VÝROBKY PRO PRŮMYSL A GASTRONOMII

PRAVÉ ČOKOLÁDY - AŽ 70%

Pekařské a cukrářské plevy • Náplně • fondánová hmota • Náplňové tyčinky do pečiva croissant • Kakaový prášek, ...

Hotové výrobky - bonboniéry, tyčinky, tabulkové čokolády, ...



CARLA Chocolate



CARLA Chocolate



CARLAspolsroDvůrKrálovénadLabem

CARLA spol. s r. o. / Krkonošská 2850 / Dvůr Králové nad Labem 544 01 / WWW.CARLA.CZ



Radek Pálka, Executive Chef v pražském hotelu Duo

Můj vztah ke sladkému není nijak vřelý

Díky tomu, že moje mamka, původně vyučená jako cukrářka, si za minulého režimu přivydělávala zakázkovou výrobou dortů na svatby a jiné rodinné oslavy, tak to u nás v jaroměřském bytě vypadalo jako v cukrářské výrobě. Zpravidla od středy se začalo péct. Nejprve korpusy, pláty a vařil se pudink. Čtvrtek až pátek se plnilo, lepilo, zdobilo, potahovalo. Úžasná práce, ale vůně z pečení a zdobení se mi natolik vryly pod kůži, že jsem si ke sladkému vypěstoval odpor. Byť to na mé postavě není vidět.

Můj negativní postoj ke sladkému jsem částečně odboural v roce 1998, kdy jsem chodil v hotelu Hilton, kde jsem v té době pracoval, na cukrárnu ujídat minidezerty a různé dobroty tehdejší cukrárny. Ono to ale nebylo až tak mým zvýšeným zájmem o sladkosti, jako o tu cukrářku, která ty sladkosti připravovala a kterou jsem si za dalších šest let nato vzal.

Co mě ale vždy fascinovalo, byla samotná práce cukrářů

Vidět v akci mistry, jako je Yuri Baltaliyski, Lukáš Skála nebo Silvie Sulánská, to bylo něco. Jejich práce, a hlavně čokoládové skulptury, bylo a je něco úžasného. Jako člen Národního týmu kuchařů a cukrářů ČR jsem měl možnost vidět práci těch nejlepších cukrářů na vlastní oči a bylo to dechberoucí.

Jó Paříž...

V roce 2004 jsem jako šéfkuchař hotelu Paříž měl možnost odjet na měsíční stáž do pařížského hotelu Lutetia. A tam jsem se teprve potkal s šéfcukrářem Thierry Bridonem! Jeho práce byla úžasná. Do té doby a ani nikdy potom jsem nikoho podobného neviděl. Byť jsem do Paříže jel jako šéfkuchař a měl jsem sbírat zkušenosti v michelinské restauraci, naprosto mě pohltila jejich cukrárna, místní šéfcukrář a především práce s čokoládou.

Ty pralinky, čokoládové krémy, čokoládové ozdoby, skulptury... Teprve tam jsem pochopil, jaký je rozdíl mezi čokoládou a dobrou čokoládou. Celý ten měsíc jsem nakonec pobyl na cukrárně a ostatní střediska jsem už vnímal jen velmi okrajově. Tenkrát, během cesty domů, jsem opravdu litoval, že jsem si nevybral cukráře jako své původní řemeslo. Nevadí. Ale to, co mě ten člověk za měsíc naučil o cukrařině a čokoládě jako takové, je pro mě zkušeností k nezaplacení.

Pár zajímavostí o čokoládě

Hořká čokoláda chrání srdce a oběhový systém.

Hořká čokoláda snižuje vysoký tlak.

Hořká čokoláda posiluje u mužů schopnost erekce.

Mléčná čokoláda obsahuje kalcium, které posiluje kosti.

Čokoláda vyvolává pocity klidu, štěstí a zamilovanosti.

Čokoláda obsahuje fluor, který posiluje zuby, a kalium.

Čokoláda se používá také v kosmetice a wellness.

Nasyčené kyseliny v čokoládě nemají žádný vliv na obsah cholesterolu v krvi.

Již malé množství hořké čokolády může být smrtelné pro psy a kočky. Je to z toho důvodu, že čokoláda obsahuje theobromin, který působí na psy a kočky jako jedovatá látka.

Něco málo z historie

Počátky historie čokolády najdeme v oblasti Střední Ameriky. Fermentované nápoje vyrobené z čokolády však existovaly již okolo roku 1900 př. n. l. Aztékové věřili, že kakaové boby jsou darem od boha moudrosti, Quetzalcoatla.

Boby měly tenkrát takovou hodnotu, že se používaly jako forma platidla. Čokoláda byla původně podávána pouze ve formě nápoje, který byl hořký a obsahoval koření nebo kukuřičnou kaši. Věřilo se, že tento nápoj má afrodisiakální účinky a že konzumentům dodává sílu. Dnes se tomuto typu nápoje říká čiláda (z anglického „Chilate“) a připravují ho místní obyvatelé z jižního Mexika.

Poté, co čokoláda v 16. století dorazila do Evropy, byl do ní přidán cukr a stala se v celé společnosti velmi oblíbenou, nejprve mezi vládnoucími třídami a později i mezi obyčejnými lidmi. Ve 20. století už byla natolik důležitá, že se stala součástí válečných přídelů vojáků USA.

Čokoláda versus náhražky

Problém je, že na pultech českých obchodů lze v současné době spatřit výrobky, které na první pohled vypadají jako čokoládové, ale ve skutečnosti se jedná o různé náhražky čokolád. Z náhražek bývají většinou vyrobeny i různé vánoční i velikonoční figurky. Spotřebitel by měl sledovat, zda je na obalu uvedeno, jestli se jedná o skutečný výrobek z čokolády či nikoliv.

Pravá čokoláda se totiž vyrábí z kvašených, pražených a mletých zrnk tropického kakaového stromu Theobroma cacao. Zrna pocházejí z kakaových bobů a výsledný produkt je známý jako kakao. Samotná čokoláda se pak vyrábí směsí kakaa a kakaového másla.

Tato směs je obvykle oslazená cukrem a jinými přísadami a zpracována do čokoládových tabulek nebo do nápojů.

Existují tři typy kakaových zrn užívaných v čokoládách. Nejvíce ceněná, vzácná a drahá jsou zrna Criollo z mayské oblasti (Mexiko a Střední Amerika). Tato zrna jsou méně hořká a aromatictější než ostatní. Vyrábí se z nich přibližně pouze 10 % čokolády. Kakaová zrna v 80 % čokolády jsou typu Forastero. Stromy Forastero jsou značně robustnější než stromy Criollo a kakaová zrna z nich jsou levnější. Trinitario, hybrid zrn Criollo a Forastero, se používá asi v 10 % čokolády.

“

Připravujte svým hostům pochutiny z čokolády, protože čokoláda je zdravá.

NOVINY PRO VELKOKAPACITNÍ VÝVAŘOVNY



nyní připravujeme
Moderní jídelnu
1/2019

Uzávěrka inzerce:
8. března

Kdo jsou naši čtenáři?

- Velkokapacitní kuchyně
- Školní jídelny
- Jídelny ve školkách
- Jídelny v domovech seniorů
- Jídelny v nemocnicích
- Firmy zaměřené na firemní stravování
- Catering

Obsahové zaměření čísla:

- Nabídka nápojů do velkokapacitních jídelen a škol
- Kvalitní konvence
- Velkokuchyňská zařízení
- Kutry
- Evidence skladového hospodářství

PŘÍJEM INZERCE:

Martin Kolesár, e-mail: kolesar@1prg.cz, gsm: 724 990 646
Jaroslava Chudá, e-mail: chuda@1prg.cz, gsm: 776 591 940

www.1prg.cz

6. díl

Designové hotely
v zahraničí

LA MAISON v Saarlouis

Okouzující
propojení interiéru
s exteriérem

V německém sárském městě Saarlouis je blízko centra umístěn čtyřhvězdičkový hotel La Maison. Historická vila z r. 1914 s moderní přístavbou, rekonstruovaným přilehlým domem a vlastním parkem o rozloze 5 000 m² odráží kulturu regionu spolu s vlivem francouzského savoir-vivre, který přesahuje blízkou hranici mezi Německem a Francií. Když malý butikový hotel v ležérně městském elegantním stylu s francouzským espritem koncem roku 2015 zahájil provoz, brzo nato jej americký deník New York Times vyhlásil za jeden z osmi evropských hotelů, ve kterém se hosté cítí jako doma.

„Chtěl jsem vytvořit hotel, který bude šik a stylový, ale přitom s uvolněnou a pohodovou atmosférou, abych se v něm i já sám rád zdržoval,“ říká jeho majitel Günter Wagner, který dlouhá léta snil o vlastním hotelu. V r. 2013 se mu naskytlá příležitost a Wagner získal vilu, ve které původně sídlil Administrativní soud, spolu s přilehlým domem původního majitele. Obě nemovitosti již několik let pustly. Původní vilu nechal zrenovovat, zmodernizovat a propo-

jit s novou přístavbou z jedné strany a domem původního majitele z druhé strany. Realizace ambiciózního projektu trvala čtyři roky. V současné době disponuje hotel 38 pokoji a suitami, konferenčními prostory, restaurací a barem Louis s knihovnou, bistro Pastis a obchůdkem s lahůdkami z hotelové kuchyně.

Spojení starého s novým

Architektury a interiérového designu se chopil tým architektů z CBAG.studio ze Saarlouis a interiérových designérů z firmy Conni Kotte Interior z Hamburku, který si pohrál s protiklady a propojil staré s novým. K historické vile připojil ze severní strany minimalistickou třípodlažní novostavbu. Má formu kubusu s avantgardním zastíněním z perforovaných hliníkových panelů, které umožňují hostům ovládat elektricky zastínění pokojů podle svých potřeb. Na jižní straně navazuje na vilu původní dům majitele se zimní zahradou zasahující do parku. Vzádu jsou všechny tři budovy obklopeny parkem. Díky prosklené fasádě nové přístavby a oknům až k podlaze se hosté mohou cítit vtaženi do přírody a užívat

si velkorysého prostoru zalitého světlem. Za projekt získalo CBAG.studio architektonickou cenu svazu německých architektů v Sasku 2017.

Lobby se sochařským schodištěm

Vila upoutá již svým vchodem ve zvýšeném přízemí, kde je recepce. Hned vedle recepcce lze nahlédnout do kuchyně a vstoupit do restaurantu Louis v bývalém soudním sále. Zvláštní pozornost si zaslouží výška stropu o téměř šesti metrech a přímý vstup na terasu směrem do parku. Místnost naproti slouží jako privátní salonek nebo jako kulečnickový sál. Je vybavena směsicí vintage kousků, současným nábytkem a jemnými detaily, jako jsou tapety ve zlatavé barvě. Bar Louis doplňuje knihovna, kde si mohou hosté v klidu povídat, číst nebo pracovat. Chladicí regály na víno slouží jako příčky rozdělující prostor, útulnou domáckou atmosféru v knihovně navozuje krb, sedací nábytek, knihy a stolní hry. Vše umocňuje nádherný výhled do parku. Z hotelové haly vede do nové nástavby točité schodiště, které přitahuje pozornost. Je avantgardně pojedené jako sochařský objekt ve svítivé bílé a v puristicky elegantním tvaru.



Design interiéru

Interiér přesvědčuje hřejivou elegancí, luxusními materiály a vybranými designérskými kousky. Interiérová architektka Conni Kotteová z firmy Conni Kotte Interior se inspirovala historií budovy a města Saarlouis, pojmenovaného po Ludvíkovi XIV. Vybrala unikátní vintage kousky i vlastní navržené objekty, ať už je to paraván, odkládací stoly, čalouněná křesla, lavice a neobvyklá svítidla. K neotřelé atmosféře přispívají také protiklady, v celém hotelu se objevují překvapivé zlomy stylů. „Samozřejmě mohl v sále viset klasický lustr,“ míní Birgit Nicolayová, „ale dát tam něco nového a odlišného bylo lákavější.“ A tak se ve výšce téměř šesti metrů vysoké restaurace vznášá moderní lustr s různě propletenými rameny a lampovými stínidly, speciálně vyrobený v Itálii. Dvě prostorné suity ve svých názvech Chocolat a Ratatouille skrývají narážky na filmy nebo knihy. Například Ratatouille připomíná svou barevností v tónech koření typický francouzský pokrm a namalovanou myši dírou na podlahové liště naráží na stejnojmenný kreslený film. „Vkusně zařízených hotelů existují

spousty, ale já jsem nechtěl vybudovat pouze další z nich. Toužil jsem po hotelu s identitou a charakterem,“ vysvětluje Günter Wagner.

Gastronomie pro labužníky

Hotel nabízí také vysloveně labužnické zážitky a vychází z té nejlepší tradice, neboť vliv sousední Francie na gastronomický koncept je zjevný. Restaurace Louis je proslulá vynikající kuchyní, vkusem a pocitem domácí pohody. Je promyšlená do posledního detailu včetně pohodlných čalouněných křesel a lavic, černobílých fotografií na stěnách a designových svítidel. Kuchyni, do které mohou hosté nahlédnout, šéfuje Martin Stopp. Posouvá francouzské kulinařní umění do uvolněné až požitkářské atmosféry Sárška. Však za to také získal 16 bodů v Průvodci po restauracích Gault & Millau 2019. Řídí se pravidlem, raději menší výběr, ale o to vyšší kvalita jídel. Jeho heslem je: „Pokrm je dobrý jen tehdy, pokud jej kuchař připravuje srdcem a rozumem,“ a dodává s úsměvem: „Je jedno, zda jde o kaviár nebo kynutý knedlík.“ Bistro Pastis, umístěné v původním domě

majitele a vícekrát oceněné michelinským Bib Gourmand, také vyznačuje francouzský šarm. Jeho silnou stránkou jsou kreativní pokrmy, originální vybavení, humorné grafiky na stěnách a měděné nádobí, zavěšené pod stropem, které umocňuje záři svítidel. O podlaží níž je umístěn obchůdek, který nabízí delikatesy vytvořené v hotelové kuchyni.

Další nabídka hotelu

Pro různé akce, konference nebo soukromé oslavy lze využít salonky nebo multifunkční prostor ve stylu loftu o 110 m² s celkovou kapacitou 70 osob. Sportovně založeným hostům nabízí hotel fitness studio s moderními tréninkovými stroji a pronajímá kola pro výlety do okolí. Mimořádným zážitkem je možnost vyjíždky kultovní limuzínou DS 23 Pallas z 60. let i s šoférem, který hosty převezme napříč Sárskem a dál do francouzského města Metz. Na cestu dostanou od šéfkuchaře piknikový koš naplněný lahůdkami a vínem. Hotel La Maison je součástí skupiny Design HotelsTM, Hideaways Hotels a Pretty Hotels. **JANA SOBOTOVÁ**

ZÁSOBNÍKY NA RUČNÍKY KATRIN SYSTEM

Šetrnost a funkčnost – to jsou naše hodnoty

- nižší spotřeba, která šetří čas a peníze
- velká kapacita zásobníků a vysoká kvalita ručníků
- téměř třikrát méně odpadu
- méně časté doplňování zásobníků obsluhujícím personálem



Výhody ručníků Katrin System:

- výborná měkkost a pevnost
- vysoká absorpční schopnost
- dostupné ve třech úrovních kvality
- garance nižší spotřeby (1 ručník místo 4 skládaných ručníků typu ZZ)
- velký počet útržků v roli, který zabezpečí osušení rukou 420-510 osob (v závislosti na druhu ručníku)
- oceněné eko-známkou kvality a schválené na použití v potravinářství (certifikát ISEGA)
- ideální pro místa s frekventovanou návštěvností



Metsä Tissue Czech s.r.o.
Na Strži 1702/65 | 140 00 Praha 4 – Nusle
tel.: +420 602 133 377

www.metsagroup.com
www.katrin.com
www.katrin-dispensers.com

Hotelový pokoj & koupelna

Aby se hosté rádi vraceli



První dojem je mocná a také dvoustranná zbraň. Jakmile host vstoupí do pokoje, udělá si o něm obrázek během chvíle, kterou mu trvá přejít místnost očima a uvědomit si, jestli mu pokoj voní nebo ne. A tento dojem se pak s dalšími detaily buďto zlepšuje, nebo zhoršuje. Dnes jsou si lidé vcelku dobře vědomi hodnoty svých peněz, a proto očekávají kvalitu tam, kde za ni zaplatili. Hotelový pokoj a koupelna by měly samozřejmě dostát odpovídajícím estetickým nárokům v kombinaci s praktičností. Dále je potřeba dbát na odolnost materiálů, možnosti jejich údržby a v koupelně navíc na zařízení, která umí šetřit vodu a hygienické přípravky. To často vyžaduje kompromisy. Co lze udělat pro to, aby hosté odcházeli s pocitem, že by v takovém pokoji klidně bydleli a koupelnu by rádi měli u sebe doma?

Dábel se skrývá v detailech

Co se stane, když host vejde do místnosti? V drtivé většině najde místo, kam odložit tašku, podívá se, jaký je výhled z okna, a jde zkontrolovat koupelnu. Když už tam je, velmi často si umyje ruce nebo si opláchne obličej. V tu chvíli může nastat jeden z prvních zádrhelů. Kam se poděly ručníky? Stále je totiž poměrně běžnou praxí, že ručníky jsou připravené na posteli, kde z logiky věci nemají své místo. Pak buď host musí přes celý pokoj pro ručník a z rukou mu kape voda, nebo se utře do něčeho, co k tomu není vůbec určené. Naopak ručník přehozený přes žebříkový radiátor, zvláště v zimních měsících, pokud je příjemně prohřátý, vzbudí podstatně lepší dojem. Mnoho lidí to ani vědomě nezaznamená, ale podvědomě to vnímá. Podobně je to také s políčkami, skříňkami a odkládacími plochami v koupelně. Ta může být sebevíc designová nebo obkládaná mramorem a zlatem, ale pokud je jediné místo, kam se dá odložit kosmetická nebo hygienická taštička, na mokřém umyvadle, zna-

Ve chvíli, kdy se host ubytuje v hotelu, stává se pokoj s koupelnou na chvíli jeho domovem. Vše by tedy mělo směřovat k tomu, aby se tak skutečně cítil. Nejde jen o čistotu, pohodlnou postel s příjemnými lůžkovinami a kosmetické přípravky v koupelně. Pocit komfortu a pohodlí ovlivňuje také vhodné zařízení pokoje i koupelny a jeho praktické rozmístění.

TEXT: MARKÉTA JINDŘICHOVÁ

mená to pro hotel minusové body. Správně vybavená koupelna by měla mít dostatek odkládacích ploch rozmístěných tak, aby měl host vždy všechno po ruce a zároveň se dal prostor prakticky uklízet. Stačí políčka u umyvadla na zubní pastu, kartáček a make-up, další u vany nebo sprchového koutu na šampon, kondicionér a mýdlo a někde na půli cesty prostor na necesér. Opět se sice nejedná o fatální prohřešek, ale chybějící odkládací plocha na dojmu příliš nepřidá.

S tím je spojený další nešvar. Mnoho lidí počítá s tím, že v hotelové koupelně pro něj bude připravené mýdlo, šampon a sprchový gel. Jednotlivě zabalené kusy, sáčky nebo polštářky jsou nepraktické hned z několika důvodů. Každý už někdy zažil situaci, v níž se mokřými rukama

snažil otevřít zatavený sáček se šamponem, a je to jediné k vzteku. Dobře nepůsobí ani vybalená kostička mýdla, která buď klouže po mokřém kraji umyvadla, nebo naopak uschne a přilepí se na něj. V tomto ohledu jsou ideální volbou zásobníky s dávkovači. Jedná se o nejvíce hygienickou, ekonomickou, ekologickou a často i estetickou variantu. Mnoho dodavatelů hygienických přípravků navíc zásobníky a dávkovače pronajímá, takže odpadají finanční starosti s počáteční investicí. Nevýhodou někdy může být, že zápůjčku dodavatelé mohou podmínit povinným odběrem svých prostředků, které často bývají dražší nebo se musejí odebírat v určitém množství. Otázka, zda dávkovače koupit nebo pronajmout, je na úvaze každého provozovatele nebo manažera. Pořízení dávkovačů jako takové je ale bez diskuse. U dávkovačů je také na zvážení, zda mají být dotykové nebo bezdotykové a plněné tekutým mýdlem nebo pěnou. Obecně platí, že bezdotykové dávkovače a dávkovače na pěnu jsou nejdražší. Pěna má ovšem tu výhodu, že se jí na jednu dávku spotřebuje zhruba 0,5 ml, zatímco u tekutého mýdla je to čtyřikrát až pětkrát tolik.

Výsledný dojem také utvářejí materiály, ze kterých jsou ručníky, osušky, župany a další textil, který by měl být především měkký, hebký a příjemný. Důležité rovněž je, aby byly vysoce savé, odolné a barevně stálé i při opakovaném použití. Gramáž ručníku by měla být minimálně 350 g/m². Viktor Novák ze společnosti VEBA HT dodává, že: „Textil pomáhá dotvářet tu pravou atmosféru a zároveň umocňuje hostův zážitek z pobytu. Hotelový textil proto musí mít vysokou estetickou úroveň a přitom zajistit hostům ten nejlepší komfort. Z provozního hlediska také musí splňovat požadavky na snadnou, cenově nenáročnou údržbu a dlouhou životnost.“ To samozřejmě platí pro jakýkoli hotelový textil.



Spát jako v bavlnce

Dalším klíčovým faktorem, který se významně podílí na celkové spokojenosti hosta, je kvalita spánku. Třemi slovy: správný výběr postele. Někteří průzkumy uvádějí, že až dvě třetiny hostů hodnotí kvalitu hotelu právě podle kvality postele a matrace. Design se v tomto ohledu proměňuje s dobou a vkusem, ale velká revoluce se odehrála v oblasti matrací. Za poslední roky z trhu díky nízké poptávce téměř zmizely pružinové matrace. Provozovatelé hotelů si dobře uvědomují, že matrace je dlouhodobá investice a jednoznačně se přiklánějí ke kvalitní matraci s dlou-

hou životností a vysokou nosností. Ve velkém měřítku se prosazují vzdušné pěnové matrace s anatomickými a ortopedickými vlastnostmi, které jsou samozřejmě antialergenní a antibakteriální. Neodmyslitelnou součástí matrace jsou pak matracové chrániče. Ty matraci chrání, dají se snadno sundat a vyprat, díky čemuž zásadním způsobem prodlužují životnost postele.

Komfortní spánek nezávisí jen na vhodně vybrané posteli a matraci, ale také na ložním prádlu. To by mělo být jak kvalitní a příjemné na dotek, tak konvenovat se stylem a vybavením pokoje. Jak toho docílit, vysvětluje Viktor

Novák. „Ve VEBĚ jsme všechny požadavky na atraktivní design, prémiovou kvalitu a výborné užité vlastnosti zakomponovali do našeho hotelového programu. Vyvinuli jsme výrobky s upravenými výrobovými konstrukcemi i konfekčním zpracováním tak, aby uspěly i v náročných podmínkách průmyslových prádel. Můžeme tak garantovat stabilní prémiovou kvalitu našich výrobků i po mnohonásobném průmyslovém praní, a to minimálně 200 pracích cyklů.“ Fakt, že propojení estetiky a funkčnosti není samozřejmost, dokládá tím, že společnost VEBA má vlastní vývojové a návrhářské týmy. Vývojáři a návrháři pravidelně navštěvují mezinárodní výstavy a veletrhy, kde se inspiřují aktuálními světovými trendy. „Naposledy jsme byli na mezinárodním veletrhu Heimtextil 2019 ve Frankfurtu,“ upřesňuje marketingový specialista společnosti VEBA HT.

Jak vybavit pokoj a koupelnu?

Hotelový pokoj se neobejde bez nábytku, postele, matrace, lůžkovin, dalšího hotelového textilu a většinou i televize. Někde se ještě přidává trezor, rychlovarná sada nebo minibar. Do hotelové koupelny je kromě sanitárního a koupelnového zařízení potřeba pořídit kosmetiku, ručníky a případně i župany. Nedílnou součástí zařízení je také vhodně zvolené osvětlení, které zásadním způsobem dotváří nejen atmosféru, ale svítidla fungují také jako designový prvek. Především pokoj by měl být zařízen s ohledem na lokalitu hotelu, jeho směřování a klientelu. Vhodné je také zvolit jednotný styl. Jinak zaří-

Prezentace společnosti Metsä Tissue Czech

Katrin - prvotřídní hygienické řešení pro každého

Jste provozovatelem restauračního, ubytovacího anebo jiného zařízení a záleží vám na prvotřídních službách poskytovaných vašim klientům? Zahrnuje váš servis kompletní hygienické řešení? To vás donutí čelit mnoha náročným výzvám, které je nutno zvládnout na vysoké úrovni, abyste dokázali uspokojit specifické potřeby velkého množství uživatelů. Řešení značky Katrin jsou důkladně prověřená a zajišťují správnou rovnováhu mezi ochranou životního prostředí, společenskou odpovědností a ekonomikou.

Toalety, pracoviště a guest comfort – o všechny tyto oblasti se dokážete ukázkově postarat spolu s Katrin. Prvotřídní hygienické řešení této značky zahrnuje utěrky na ruce, průmyslové utěrky (profesionální utěrky pro utírání a čištění), sáčky, kosmetické utěrky, ubrousky, kompatibilní dávkovače i zásobníky a další doplňkové vybavení. Stále nejrychlejším a nejhygieničtější způsobem osušení rukou je použití hygienických papírových utěrek. Praxe potvrzuje, že rozhodující je stupeň jejich kvality, měkkost papíru a účinnost sušení.

Věděli jste, že právě kvalitní produkty jsou důležité pro dodržování zdravotnických norem? My v Metsä Tissue, pod kterou značka Katrin patří, víme, že nejde jen o kvalitu papíru, ale především o jeho funkčnost. Jsme profesionálové s vášní pro hygienu, kteří naplňují potřeby svých zákazníků. Jsme vždy po ruce, stejně tak jako naše řešení.

Inspirované spotřebiteli

Produkty značky Katrin jsou navrženy tak, aby byly vhodné pro každého. Jejich široká nabídka a velká variabilita přináší množ-



ství výhod i různorodých vlastností. Přesvědčte se o jejich kvalitě a spolehněte se na špičkovou péči, která je pro Katrin samozřejmostí. Všechny produkty značky Katrin spojuje firemní filozofie „Less is more“ - od návrhu přes výrobu až po jejich distribuci. Dodržujeme nejvyšší standardy kvality a na rozdíl od levně nabízených či hromadně spotřebovávaných výrobků jsou ty naše poskytované s důrazem na udržitelnost a kvalitu. Značka Katrin je synonymem ekonomických, ekologických a sociálně zodpovědných hygienických řešení.

Více informací se dozvíte na stránce www.katrin.com. **PR**



**DOPŘEJTE SVÝM HOSTŮM
PROBOUZET SE S ÚSMĚVEM NA RTECH**

Péče nás inspiruje!



veba

Tradiční český výrobce

Navštivte náš velkoobchodní eshop
B2B.vebaht.cz



Textil pomáhá dotvářet tu pravou atmosféru a zároveň umocňuje hostův zážitek z pobytu. Hotelový textil proto musí mít vysokou estetickou úroveň a přitom zajistit hostům ten nejlepší komfort.

zený bude hotel v lyžařském nebo rekreačním areálu, jinak v centru velkého města. Záleží také na tom, jestli jsou v hotelu hosté ubytováni spíše dlouhodobě nebo krátkodobě. Určité požadavky musí splňovat hotel, který cílí na rodiny s dětmi, a rozdílné zase například kongresový hotel nebo hotel pro romantické pobyty. Obecně ale platí několik neměnných pravidel.

Velmi špatný dojem může vyvolat i tak obyčejná věc, jako je špatné rozmístění nábytku. Typickým příkladem je jeho umístění bez ohledu na zásuvky. Dá se úspěšně předpokládat, že hotelový host si bude chtít dát přes noc nabít telefon a zároveň ho mít po ruce. Přesto se nezřídka kdy stává, že kabel od lampičky na nočním stolku mizí kdesi za čelem postele nebo vede do jediné zásuvky, do které dobíjecí kabel

stěží dosáhne. Podobné je to s psacím stolem. Je více než žádoucí, aby byl umístěn tak, aby na něj dopadalo denní světlo, večer byl dobře osvětlený a v dosahu byla zásuvka. Nábytek a úložné prostory je potřeba volit s ohledem na účel hotelu. Například u horských hotelů je téměř stoprocentní, že sem hosté přijeli strávit minimálně týdenní dovolenou. To znamená, že s sebou mají poměrně velké množství oblečení, které potřebují někde uložit. Naopak kongresový hotel v centru města může předpokládat, že host přespí pouze jednu až dvě noci. Proto je nutné dbát na jeho maximální komfort a to, co není potřeba v rámci vybavení pokoje, by se mělo odrazit na kvalitě služeb. Mezi ně může patřit rychlý internet, kabelová televize, vybavený minibar, klimatizace a jakékoli psané in-

Budoucnost hotelového textilu

„Jasným trendem do budoucna je důraz na trvalou udržitelnost. Proto přicházíme s inovativní řadou BotanicHome, která zahrnuje výrobky z lyocellového vlákna. Tyto výrobky se vyznačují velkou jemností a jejich výroba je ekonomicky šetrná. Výrobky BotanicHome jsou specifické svými elegantními mikro dezény, které dají plně vyniknout použitému přírodnímu materiálu.“

Viktor Novák,
marketingový specialista VEBA HT

formace minimálně také v anglickém překladu. Zároveň je vhodné se vyvarovat příliš složitým manuálům na ovládání jakéhokoli zařízení. Všechno by mělo být jednoduché a intuitivní.

V dnešní době má zákazník výrazně širší možnosti zpětně ohodnotit kvalitu služeb a podělit se o své dojmy s řadou potenciálních hotelových hostů. Zároveň je poměrně běžným zvykem přečíst si před rezervací hotelu nezávislé recenze na internetu. Spokojenost zákazníka díky tomu zásadním způsobem poskočila v žebříčku priorit. Jak už bylo řečeno v úvodu, některé věci vnímá hotelový zákazník vědomě a některé dojmy jsou podvědomé. Je třeba počítat s oběma a právě vybavení hotelového pokoje a koupelny a jejich rozvržení bývá pro komfort zákazníka velmi podstatné.

INZERCE



Osoušeč rukou **R1.1**
Bezvodý pisoár **P1.1**

ECOSTEP.CZ | ECOSTEP.SK
ESHOP.ECOSTEP.CZ



Jednička
na trhu
bezvodých
pisoárů


ecostep[®]
HYGIENE & FACILITY

Nabízíte své produkty a služby pro HORECA & RETAIL trh?



naši čtenáři:
HOTELY
LÁZEŇSKÁ ZAŘÍZENÍ
RESTAURACE
KAVÁRNY
CUKRÁRNY
VINÁRNY BARY

www.svethg.cz

naši čtenáři:
OBCHODNÍ ŘETĚZCE
PRODEJNY POTRAVIN
PRODEJNY PEČIVA
PRODEJNY MASA
DROGERIE

www.svetobchodu.cz

Kombinace, která se vyplatí!

příjem inzerce:

Jaroslava Chudá, e-mail: chuda@1prg.cz, gsm: 776 591 940

www.1prg.cz

Jaké vozy do firemního vozového parku?



Kdyby o tom rozhodovali účastníci hlasování na internetu, vypadal by vozový park běžné firmy následovně: Vrcholový management by využíval různé modely automobilu Peugeot 5008, referenti pak vozy Peugeot 3008 a lehkým užitkovým automobilem firmy by byl Mercedes-Benz Sprinter.

TEXT: FRANTIŠEK VONDERKA

Skutečnost vypadá jinak. A nejenom proto, že i vrcholoví manažeři mají různé pohledy na věc a díky svému postavení – zvláště když jsou současně i majiteli firmy – si mohou plnit i v případě svého dopravního prostředku individuální přání, která se často vymykají pravidlům. Mimořádným způsobem to svého času potvrzoval i reprezentant jednoho velkého německého koncernu, který se po českých silnicích proháněl v červeném kabrioletu Škoda Felicia a na svého českého veterána z konce padesátých let minulého století byl patřičně pyšný.

Pravidla výběru se mění

Bez ohledu na podobné libůstky má výběr manažerských vozů svá, byť často jen nepsaná, pravidla. Donedávna třeba platilo, že by to měl být sedan přinejmenším střední třídy. Jenže ceny manažerských aut v posledních letech míří prudce vzhůru. Aktuálně nejdostupnějším klasickým modelem střední třídy (mimo SUV a MPV) je Opel Insignia, který se jako jediný dá pořídit za méně než šest set tisíc korun. Není tedy divu, že při takovém růstu cen klesá popularita a prodej těchto velkých vozů a snižuje se i jejich nabídka. Důvodem také je, že nejen manažeři, ale i zájemci o velká auta houfně přecházejí k módní kategorii SUV.

Většinu klasických automobilů střední třídy, tedy sedanů, liftbacků, kupátků nebo kombíků pořizují firmy, které v rámci flotil nakupují za mnohem výhodnější ceny. Ty ceníkové jsou určeny pro zlomek zákazníků z privátního sektoru, ty tvoří zejména bohatší rodiny. Bez ohledu na to je u nás nadále nejprodávanejším mana-



Jaromír Heřmanský, ředitel oddělení B2B zastoupení Peugeot v ČR

žerským vozem Škoda Superb, a to jak s naftovým, tak benzínovým motorem.

Nejrozšířenějšími značkami aut v tuzemských firemních flotilách, a to ať už jde o osobní či užitková auta, jsou Volkswagen a Škoda. Koncernové vozy jsou celkově zastoupené ve více než polovině podnikových vozových parků, značka Toyota jezdí ve třetině flotil.

Podíl v jednotkách procent mají Hyundai, Renault a Ford. Vyplyvá to z průzkumu, který zpracovala agentura NMS Market Research mezi fleetovými manažery.

Téměř tři čtvrtiny (72 procent) vozových parků tvoří různé značky různých koncernů, v pětině (18 procent) jsou zastoupeny pouze značky jedné skupiny a desetinu parků tvoří vozy jedné značky.

Obecně je u nás za fleetovou značku nejčastěji považována Škoda, kterou uvádí 65 procent respondentů, dále Volkswagen s 58 procenty a Toyota (41 procent).

Nejdůležitějším kritériem při výběru značky vozu do firemní flotily je pro polovinu respondentů spolehlivost, 29 procent uvádí výši splátky. Důležitá je také spotřeba vozu a poskytnutá sleva. Jen málokdo ale tyto aspekty považuje při rozhodování za hlavní. Loajalitu ke značce jako kritérium pro výběr uvádí jen tři procenta respondentů.

Jedna, nebo více značek?

Na názor na tvorbu firemního vozového parku jsme se zeptali i zástupců automobilek BMW a Peugeot v ČR. Co si myslí o tom, že by ho měla tvořit vozidla jedné značky?

Jaromír Heřmanský, ředitel oddělení B2B zastoupení Peugeot v ČR: „Existují společnosti,

kteří mají nadnárodní smlouvy týkající se určitého výrobce, ovšem není to časté. Navíc tato firemní politika není manažery ani zaměstnanci preferována, spíše chtějí mít možnost volby výrobce. Je třeba říci, že firmy většinou mají tak různorodé požadavky na skladbu vozového parku, že to jedna automobilka nedokáže pokrýt.“

David Haidinger, manažer komunikace BMW Czech Republic: „Drtivá většina firem a korporací má svá interní pravidla pro tvorbu firemního vozového parku. Parametry jsou různé a nebývá to pouze cena samotného vozu, ale zpravidla celkové náklady, spojené s jeho používáním. Do těch se promítá například zůstatková hodnota vozu, tedy částka, za kterou lze vozidlo po letech používání ve firmě odprodat, celkové servisní náklady za tuto dobu, náklady na pojištění apod. Poslední dobou jsou velice často hodnoceny také emise CO2. Nákup celého vozového parku od jednoho výrobce celkové náklady pochopitelně snižuje v důsledku množstevní slevy, kterou výrobce a dealer poskytnou.“

Jak BMW, tak Peugeot patří k výrobcům prémiových automobilů. A tak logicky zazněla



David Haidinger,
manažer komunikace
BMW Czech Republic

i otázka, které modely by doporučili jako reprezentační vozidla.

Jiří Heřmanský za Peugeot: „Pro generálního ředitele bychom doporučili naši novinku – fast-back Peugeot 508. Jedná se o vrchol naší modelové řady, velice reprezentativní a atraktivní model. V polovině letošního roku uvedeme také Peugeot 508 SW, tedy provedení kombi, které je ve firmách v ČR velmi žádané. Pro referenta můžeme doporučit např. Peugeot 308 či 308 SW, případně zástupce modelové řady SUV – Peugeot 3008 a 5008. Všechny tyto vozy vykazují výborné hodnoty z hlediska TCO, zejména pak Peugeot 508, který má vynikající zůstatkovou hodnotu. Velmi dobře si tyto vozy vedou z pohledu spotřeby paliva a nízkých nákladů na údržbu.“

David Haidinger za BMW (bavorská automobilka vlastní i britské značky Jaguar a MINI): „Na tuto otázku je složité odpovědět bez znalosti odpovědi na otázku číslo jedna. Obecně ale například generální ředitel nebo vedení společnosti mívá více reprezentativní modely, například BMW řady 5, 6 nebo 7. Pro obchodní zástupce nebo referenty to pak většinou bývají BMW řady 3 a 4 nebo poslední dobou stále čas-





těji i BMW X1. Zajímavou alternativou by mohla být i nová řada 1, kterou na trhu představíme letos na podzim. Stále častěji jsou ve fleetech oblíbené i vozy MINI.“

Podobně jako jiné automobilky poskytují i BMW a Peugeot poradenství při výběru a jsou vstřícné k úpravám vozidel na přání zákazníka. U firmy Peugeot se tak děje v rámci konceptu Peugeot Professional, BMW pak má zvláštní program Individual.

Pro jednoho, nebo pro více řidičů?

Náklady na provoz vozového parku hrají ve finančních rozpočtech podnikatelů značnou roli. Podle společnosti Chevin Fleet Solutions se aktuálním tématem pro správce vozových parků stává otázka, zdali je výhodnější pořídit každému zaměstnanci vlastní vůz, nebo vsadit na několik sdílených automobilů dostupných všem. Podle odborníků je průměrný automobil v provozu jen hodinu denně. Jedno sdílené auto tak dokáže při dobré organizaci jeho využití nahradit 5 až 6 firemních vozů. Úspora celkových nákladů na vlastnění automobilu (TCO) může být tedy značná. Odborníci také rádi využít této možnosti, pokud firemní auto nenajede více než 15 tisíc kilometrů za rok. Výhody sdílené firemní flotily nepřestávají jen úsporu nákladů na provoz automobilů. Napomáhají také k tomu, aby zaměstnanci pečlivěji přemýšleli nad tím, kam a zda skutečně potřebují cestovat. Sdílení firemních automobilů a denní pronájem může podnikům pomoci k lepšímu využití firemních

vozů a tím snížení nákladů na jejich provoz. Mohou také pomoci změnit celou organizační kulturu vozového parku. I jeho složení, protože některé vozy jsou ke sdílení vhodnější než jiné.

Pohled z hlediska nákladů

Ať už vozový park tvoří starší nebo nová flotila vozů, vždy je třeba myslet na to, že se jedná výhradně o stroje, a i o ty je třeba pečovat. Různých poruch, které se mohou objevit, jsou stovky. Už při výběru fleetových vozidel by mělo být tudíž jasno o dostupnosti kvalitního servisu a náhradních dílů, aby během jejich provozu nedocházelo ke zbytečným nákladům. Dalšími cestami k jejich snížení je např. pojištění celého vozového parku. Jeho výhoda spočívá v pojištění všech vozidel za jednotných podmínek. Společnosti se výrazně zjednoduší administrativa

a všeobecně je pojištění všech aut dohromady výhodnější než pojištění jednotlivých vozů. Další možností, jak ušetřit na pojištění, je sleva na víceleté smlouvy. Cestou k úsporám jsou i tankovací karty, které umožňují tankování za plošné ceny. To se vyplatí zejména u dálnic a hlavních tahů.

Další možností, jak zefektivnit využívání zejména užitkových firemních vozidel, je jejich monitoring. Díky GPS je možné sledovat pohyb vozidel a optimalizovat tak náklady na provoz. Můžete také rozlišit soukromé a služební jízdy a sledovat styl jízdy. Monitoring také může evidovat informace o stavu paliva, zatížení nápravy nebo teplotě v nákladovém prostoru.

Firemní vozy jsou pro podnikání nezbytností. Proč ale i na nich nešetřit, a to jak už při jejich výběru, tak později při jejich provozu?

Deset aktuálně nejlevnějších manažerských aut v Česku	
Opel Insignia	od 589 900 Kč
Kia Optima	619 980 Kč
Škoda Superb	659 900 Kč
Renault Talisman	672 900 Kč
Mercedes-Benz CLA	677 000 Kč
Ford Mondeo	689 990 Kč
Mazda 6	716 400 Kč
VW Passat	723 900 Kč
Subaru Levorg	725 000 Kč
Peugeot 508	730 000 Kč

(Ceny z oficiálních ceníků výrobců platí k 25. 11. 2018 a zahrnují vždy nejlevnější variantu daného modelu.)



NOVĚ
V PVA EXPO
PRAHA



AUTOSHOW PRAHA

22. ROČNÍK AUTOMOBILOVÉ VÝSTAVY

www.autoshowpraha.cz



12.-14. 4. 2019



Varné technologie jsou základem kvalitní kuchyně

Kvalitní kuchyně je postavena na více faktorech. Na začátku je to projekt na základě výpočtové metody pro návrh skladby varné technologie, dodávka kvalitních strojů, kvalitní proškolený personál a kvalitní servis. „Volba výrobce je sice důležitá, ale je otázka, nakolik kupující umí stroj z prospektu poznat,“ říká Ing. Jiří Válek starší, jednatel společnosti Mava, spol. s r. o. „Navíc velká část výrobců i prodejců neuvádí v prospektech podrobné technické vlastnosti svých zařízení,“ podotýká a pokračuje: „Namátkou zkuste najít v nějakém prospektu, za jak dlouho zavaří obsah 100l kotel s náplní 100 l nebo s náplní 50 l. Totéž platí i o pánvích, sporácích atd.“ Přitom se jedná o velmi důležitý parametr. „Pokud mi kotel plný obsah zavaří za 1 hodinu, nebo za 2 hodiny, a multifunkční pánve za 20 minut, je to parametr, který může být pro některé kuchyně dost zásadní,“ vysvětluje inženýr Válek.

Požadavky jednotlivých provozů odlišuje řada kritérií

Požadavky na jednotlivé provozy se výrazně liší podle řady kritérií, ať jde o denní výstav jídel, menu, nakupované suroviny atd., takže jiná varná technologie bude potřeba v hotelové restauraci, jiná v mateřské školce a úplně jiná v asijském bistru. Ze strany provozu je vždy potřeba přesně promyslet požadavky nejlépe i v horizontu dalších deseti let a na základě toho si vybrat nebo si nechat doporučit takovou kombinaci varné technologie, která

Varná technologie, tedy výrobce, typ a kapacita, je velmi důležitá. Stejně důležitý je ale kvalitní projekt a servis, stejně jako kvalitně proškolený kuchař. Všechny tyto parametry splývají v kýžený výsledek: kvalitní kuchyně.

TEXT: KATEŘINA HÁJKOVÁ

bude těmto požadavkům dlouhodobě vyhovovat. „Uvažovat o varné technologii z dlouhodobého hlediska je poměrně opomíjené, ale důležité, protože to každému provozu může ušetřit hodně starostí a na straně druhé dlouhodobě zvýšit produktivitu práce spolu s optimální spotřebou vody a energií,“ říká Ing. Přemysl Vaněk ze společnosti Kovoslužba OTS a.s.

Profi technologie musí fungovat 12 hodin denně, 7 dní v týdnu

Rozdíly mezi domácími a profesionálními spotřebiči jsou v první řadě v tom, že profesionální technologie je vyrobená proto, aby pracovala 12 hodin denně, 7 dní v týdnu. Na pohled, případně i z technických údajů to patrně být nemusí, protože schopnost tvrdé několikaleté dřiny může být zajištěna použitím jiných materiálů nebo robustnějších konstrukcí. Společnost Kovoslužba OTS, a.s. dodává zejména varné technologie značky Electrolux, kde mají největší poměr kotle, sporáky a konvektomaty. „V případě požadavků na indukční vařiče s velkým výkonem dodáváme technologie německé značky Berner, a pokud potřebuje zákazník velký výkon

a pro svoji gastronomii požaduje oheň, přicházejí na řadu plynové sporáky Casta s výkonem jednotlivých hořáků až 21 kW,“ vyjmenovává inženýr Vaněk.

Všechny inovace pokrokové nejsou

„Pokud budeme porovnávat varnou technologii v provedení profi s technologií pro běžného zákazníka (verze technologie pro domácnost), je zásadní rozdíl v příkonech, robustnosti provedení a životnosti jednotlivých komponentů (počet plánovaných provozních hodin),“ informuje Jiří Válek. Nejmodernější technologie pomalu pronikají i do domácností (například konvektomaty), ale jejich vybavenost je podstatně menší než v profesionální verzi. „Je otázkou, zda například multifunkční pánve pro svou konstrukční složitost prorazí do domácnosti,“ uvažuje inženýr Válek a dodává, že je dobré si připomenout, že ne každý pokus o inovaci varné technologie se ukáže jako pokrokový. „Z minulosti známe neúspěšné pokusy o výraznou modernizaci varných zařízení, které se nepodařilo zavést,“ rozvádí a dává příklad: „Například konvektomat v kombinaci s mikrovlnným ohřevem, který tepelné zpracování zkrátí

na polovinu, byl tak rychlý, že docházelo ke spálení suroviny. Proto se nedočkal masového nasazení do kuchyní.“

Kouzlo virtuálního vaření

Společnost Mava, spol. s r. o. se vybavování gastronomických provozů komplexně věnuje od roku 1996. „Co se týká technologií, které instalujeme do námi realizovaných kuchyní, tak v oblasti varné technologie podle náročnosti daných gastronomických provozů konvektomaty Rational, kotle sklopné METOS, multifunkční pánve FRIMA nebo MKN,“ říká inženýr Válek a pokračuje: „Klademe důraz na flexibilitu a tato varná zařízení dokážou vařit přes noc, vaří s menší spotřebou energie a mají další výhody, například komfort pro kuchaře.“ Projektování nebo nabídku varné technologie pak v Mavě zákazníci zpracují na základě výpočtů („virtuální vaření“). „Tedy podle jídelních lístků sestavených provozovatelem nebo našim kuchařem v počítači virtuálně odvaříme daná množství a na základě toho výpočtu pak navrhne skladbu varné technologie pro konkrétní kuchyni,“ vysvětluje Válek. Výsledkem oproti odhadované technologii je eliminace chyb. „Při návrhu odhadem mohu skladbu technologie a její kapacitu poddimenzovat nebo předimenzovat,“ vysvětluje Válek a dodává: „To má za následek buď nedostatečný prostor, nebo častěji nadbytečný prostor a předimenzování vzduchotechniky.“ To pak znamená nadbytečné investice a provozní náklady.

Základem každé kuchyně je multifunkční zařízení

Podle inženýra Válka je základem každé kuchyně multifunkční zařízení, jako jsou multifunkční pánve a kvalitní konvektomaty. „Tyto multifunkční varné technologie nahradí klasické varné technologie (klasický kotel, klasická pánev),“ vysvětluje. V každé kuchyni zůstává sporák. Buď jako pomocné, nebo jako hlavní varné zařízení. „Sporáky preferujeme indukční, ale ne v klasické podobě. Naše sporáky jsou šité na míru potřebám zákazníka,“ vysvětluje dále a udává příklad: „Například 3 indukční desky v jedné řadě, a ještě s různým příkonem. Takový sporák nabízíme i s přesnými údaji, jaký nejmenší či největší hrnec lze na danou indukční desku umístit nebo za jak dlouho zavaří například 10 l vody.“ Mava, spol. s r. o. nabízí také indukční sporáky vybavené řízením a teplotní sondou, na kterých je možné vaření v noci.

Kvalitní konvektomat jako základ, na kterém můžete stavět

„Pokud se rozhodnete ke koupi konvektomatu, znamená to, že jste se rozhodli investovat nemalé finanční prostředky. Proto je důležité vědět, na co se při výběru takového stroje zaměřit, aby se investice stala co nejefektivnější,“ říká Ing. Pavel Vokatý, manažer marketingu ve společnosti Retigo. Ta se zabývá prioritně vývojem a výrobou parních konvektomatů. V portfoliu prodávaných výrobků však naleznete i Holdomaty, šokové zchlazovače/zmrazovače a další nezbytné gastronomické vybavení, jako jsou udírny do konvektomatu, olejová pistole, gastrónádoby, čisticí chemie a úpravy vody.

Vraťme se ale zpět k výběru konvektomatu. V první řadě si podle inženýra Vokatého musíte uvědomit, jakou kapacitu má vaše provozovna a jaký druh

Moderní varné technologie dokážou nahradit až 95 % zařízení



FOTO: RATIONAL INTERNATIONAL

TOMÁŠ ZUMR, SENIOR SALES DIRECTOR SPOLEČNOSTI RATIONAL INTERNATIONAL AG, PŘEDSTAVUJE 3 INTELIGENTNÍ VARNÉ TECHNOLOGIE, KTERÉ PODLE JEHO SLOV DOKÁŽOU NAHRADIT AŽ 95 % JINÝCH ZAŘÍZENÍ.

VarioCookingCenter® Multifunkční přístroj pro vaší kuchyni.

„Restaurace à la carte i společné stravování, 30 jednotlivých porcí i tisíce jídel, vaření přes noc a pod tlakem i příprava à la minute – přístroj VarioCookingCenter® vždy nabídne optimální řešení, ať už jsou individuální požadavky kuchyně jakékoliv.“

„Zařízení ulehčuje práci, jak si to jen kuchařský tým může přát: Vaří rychle, je jednoduché na obsluhu, pokrmy jsou připraveny vždy v požadované kvalitě, šetří peníze, čas a energii. Veškeré úkoly kontroly nebo hlídání převezme za vás. Samo nastaví teplotu, vlhkost a dobu vaření. Hlídá stupeň propečení a zarestování. Dokonce šetří permanentní otáčení krátce pečených pokrmů.“

„Tento všestranný přístroj v sobě slučuje funkce běžných varných přístrojů, jako je sklopná pánev, kotel, sporák nebo fritéza. Požadavek na prostor v kuchyni se tak snižuje až o 30 %.“

SelfCookingCenter® Spolehlivý pomocník do profesionálních kuchyní.

„Na ploše menší než 1 m² můžete grilovat, smažit, péct, vařit v páře, dusit, předvářet nebo pošírovat. A vůbec nezáleží na tom, zda připravujete maso, ryby, drůbež, zeleninu, pokrmy z vajec, pečivo nebo zákusky, případně zda připravujete 30 porcí či několik tisíc.“

ConnectedCooking Pohodlí. Bezpečnost. Inspirace.

„Propojený sítí s vaší kuchyní. ConnectedCooking je nejmodernější síťové řešení pro profesionální kuchyně. Bez ohledu na to, zda vlastníte jedno nebo více zařízení RATIONAL – ConnectedCooking nabízí zcela nové komfortní možnosti použití. Jediné, co pro to musíte udělat, je připojit své zařízení RATIONAL k síti.“

stravovacích služeb poskytujete. Od toho se odvíjí volba velikosti, typu a cena konvektomatu. V druhé řadě by vás měl zajímat způsob, jakým je zajištěn servis, záruční podmínky, proškolení a dostupnost náhradních dílů. Tyto služby se u každého výrobce, respektive prodejce liší a podle referencí je možné zjistit tu variantu, která nám nejvíce vyhovuje. V neposlední řadě vás samozřejmě zajímají technické požadavky a parametry na instalaci a provoz stroje.

„Máme na mysli přívod vody, řešení odpadu, spotřeba a příkon elektrické energie, popřípadě zemního plynu, rozměry apod. Dále to může být kvalita provedení (konstrukce, sváry), funkčnost stroje (ovládání, softwarové vybavení) atd.,“ vysvětluje Vokatý a uzavírá: „S konvektomatem, který u nás zákazník zakoupí, dostane nejen vše potřebné k jeho bezproblémovému zapojení, kte-

ré provedou odborníci, ale do jeho provozovny přijede i jeden z našich odborných kuchařů, který proškolí a ukáže personálu, jak stroj používat v praxi. Pomůže

konvektomat nastavit dle zákaznickova přání a přesvědčí ho, že další působení v kuchyni si již bez takového pomocníka nedovede představit.“

INZERCE

retigo®
Konvektomaty

**HODNOTY ZŮSTÁVAJÍ INOVACE
POKRAČUJE**

INZERCE

MAVA spol. s r.o.
Sovova 1291/5
703 00 Ostrava-Vitkovice
Tel/FAX: 596 783 360



- moderní technologie
- komplexní dodávky na klíč
- poradenská činnost
- optimalizace stávajících kuchyní
- virtuální vaření

www.mava-t.cz
www.granuldisk-cs.cz

V restauraci Valmer vám připraví nejlepšího kapra!

Na podzim loňského roku proběhl během veletrhu Gastrofest v Českých Budějovicích již 13. ročník prestižní soutěže Český kapr 2018. Svůj um v přípravě ryb zde v kategorii senior prezentovalo celkem 12 soutěžících. Nejvíce oslovil odbornou porotu recept Martina Košťála, který zastupoval českobudějovickou restauraci Valmer. O své dojmy ze soutěže se s námi podělil v rozhovoru.

TEXT: JAROSLAVA CHUDÁ

Český kapr je uznávaná kuchařská soutěž, jejíž poslední ročník jste vyhrál právě vy. Podařilo se vám úspěch nějak zúročit v branži?

Osobně si myslím, že zúročení ještě přijde. Výhra v soutěži mi přinesla další zkušenosti, nové kontakty, a lze i říci, že také rozhled v určitých oblastech.

Tento rok byla soutěžícím poskytnuta větší míra volnosti v receptuře nežli v předchozích ročnících. Předepsanými ingrediencemi byly pouze: ryba a zelenina od Bonduelle. Kolik času jste věnoval přípravě a kde jste čerpal inspiraci?

Tento typ zadání mi vyhovuje, protože u tvorby pokrmů preferuji kreativitu. Příprava na soutěž v podstatě spočívá v tom, že si nejprve dáte dohromady, co budete vařit, zkoušíte různé varianty, kombinujete chutě a nakonec se snažíte vše vyladit, tak aby pokrm dával smysl a bavil vás. Kolik času jsem věnoval přípravě? Už přesně nevím, ale domnívám se, že méně, než bych chtěl.

Nyní pracujete ve vyhlášené českobudějovické restauraci Valmer. Jak si stojí ryby potažmo kapr v oblíbě vašich strávníků?

Ryby a mořské plody jsou u nás ve Valmeru velice populární. V současné době u nás vede chobotnice. Kapr si v našich vodách zatím moc dobře nevede a je to velká škoda, jelikož kapr nabízí širokou škálu možností úprav.

Jak byste vyhodnotil jídla ostatních soutěžících? Zaujal vás některý z receptů a proč?

Na kuchařské soutěže chodíme především kvůli zkušenostem. Někteří soutěžící byli lepší a někteří horší. Během soutěže závodíte s časem, který umí být nemilosrdný a na váš výkon má vliv. Kdo neuspěl dnes, může uspět zítra. Nezařadily mě postupy jako spíše design některých soutěžících. Oslovil mě třeba Jakub Holý, který měl moc hezký talíř.

Akci pořádá AKC ČR. Jídla hodnotili ti nejlepší z nejlepších. Bylo vám vůbec doporučeno něco na soutěžním jídle zlepšit?

Jídlo jsme samozřejmě konzultovali a bylo mi doporučeno, v jaké oblasti se zlepšit. Za každou konstruktivní kritiku jsem rád, ta vás posouvá vpřed. Bylo mi například doporučeno, abych blanširoval brokolici o trochu méně. A také se



Kapří filet v pancu strouhance, divoká brokolice, čočkové ragú a omáčka beurre monte.

porotě nelíbila kombinace zeleniny a ovoce, kterou jsem použil. S tím jsem musel trochu nesouhlasit.

Člověk se učí celý život, kdo je v kuchařině vaším vzorem?

V útlém mládí byl mým vzorem například Jamie Oliver nebo Gordon Ramsay. S přibývajícím věkem sleduji „kluky z českého národáku“: Radka Kašpárka, Radka Davida, Honzu Všetěčku a ze zahraničí Svena Elverfelda.

Jak si stojí ryby ve vašem jídelníčku?

Ryby mám velice rád, ovšem doma je nejím tak často, jak bych si představoval. Absence na našem domácím jídelníčku je dána především kvalitou a dostupností nabídky čerstvých ryb.

Martin Košťál

Pracoviště: V současné době pracuji na pozici šéfkuchaře v restauraci Valmer.

Praxe: V gastronomii se pohybuji 15 let. Měl jsem krátkodobé stáže v Itálii a Rakousku.

Hobby: Dobré jídlo, naši dva zlatí retrievři, cestování, fotografování a sport.

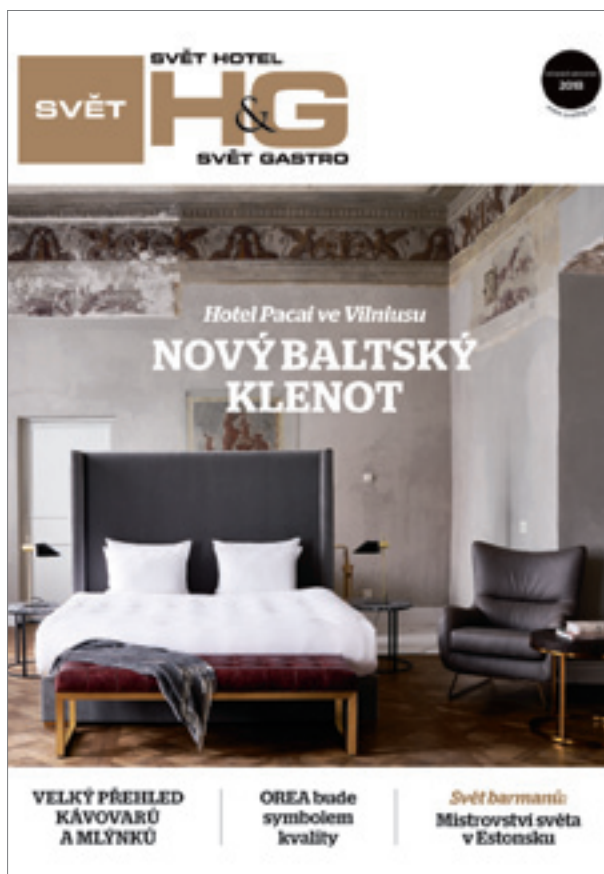
Oblíbené jídlo/pítí: Každý týden něco jiného, k pití si rád dám prosecco, vychlazené pivo a domácí limonády.

Oblíbená restaurace: Konkrétní podnik nemám, ale baví mě netradiční restaurace, v gastronomii nemám rád konzervativnost.

Životní motto: „Nebuď línej.“ – „Když chceš, dokážeš všechno.“ – „Celý život se musíš učit.“

“

V útlém mládí byl mým vzorem například Jamie Oliver nebo Gordon Ramsay. S přibývajícím věkem sleduji „kluky z českého národáku“: Radka Kašpárka, Radka Davida, Honzu Všetěčku a ze zahraničí Svena Elverfelda.



14 let
na trhu

VAŠI PARTNEŘI PRO HORECA TRH



Nyní připravujeme Svět HORECA březen 2019

příjem inzerce: Martin Kolesár, e-mail: kolesar@1prg.cz, gsm: 724 990 646

www.svethg.cz

Zajistit správný úklid dnes není problémem

Z hlediska renomé a tím i existence ubytovacích a stravovacích zařízení je to jedna z klíčových položek. Často rozhoduje o tom, zda se klienti vrátí, nebo ne. Hosté prostě požadují příjemné prostředí a k němu nedílně patří hygiena a čistota. V hotelu jejich zajištění zahrnuje řadu opatření: Ať už je to v hotelové hale, na příjmu, chodbách, v prostorech pro podávání snídaní, v restauraci a baru, v místnostech, které slouží pro různé individuální účely, a samozřejmě v pokojích pro hosty. Záleží přitom skutečně na každém detailu.

Úklidové pomůcky na míru

Bez nich by efektivní úklid nebyl možný. Začínají u jednoduchých smetáčků a končí nejmodernější technikou. Lze je rozdělit do několika kategorií: okenní program (profesionální stěrky na okna, rozmývačky na okna, teleskopické tyče a násady, škrabky na okna atd.), ruční nářadí (smetáky, košťata, smetáčky, hadry na podlahu, houby na nádoby atd.). A samozřejmě je tu i technika v podobě nejrůznějších zametacích strojů, profesionálních vysavačů, vysokotlakých čističů, parních čističů a kombinovaných podlahových zametacích a mycích strojů. Nabídka úklidových pomůcek je dnes velmi široká. Zahrnuje špičkové výrobky značek Lavor Pro, Florpool, RCM, Cleanfix, Tennant, Eastmop a mnoha dalších firem. Lze z ní vybrat model vhodný přesně pro vaše konkrétní potřeby. Většina výrobců a také distributorů dokáže v případě, že si nebudete jisti, poskytnout poradenství a navrhnout řešení úklidové techniky na míru. Totéž platí pro úklidové vozíky pro pokojské, typický nástroj personálu, který má v hotelu na starosti housekeeping. Slouží k rozvozu čistého prádla, má i pytel ke sběru použitých prádla a další pytel na odpadky. Většinou jsou vyrobeny z ušlechtilé oceli, na trhu je najdete v různých podobách, od opravdu velkých až po malé elegantní vozíčky pro pokojské v nejvyšších kategoriích hotelů. Mnohé

jsou konstruovány tak, aby se po složení pracovní plochy vešly do stíněných prostorů (např. do hotelového výtahu), pravidlem jsou také chráněná kola, aby při jízdě nedošlo k poškození zdi.

Stále dokonalejší úklidová chemie

I tady správný výběr může ušetřit práci a často i velké peníze. A vybírat je skutečně z čeho. Ze známých značek i novinek, jejichž cílem je dosáhnout při úklidu ještě větší efektivity než dosud. K nim patří např. společnost Zenit Čáslav, která je mimo jiné výrobcem produktů profesionální úklidové chemie Real profi a Real green clean. Sortiment výrobků Real profi je určen do tří základních oblastí profesionálního úklidu: generální, gastro, koupelny a sanita. Jedná se o koncentrované přípravky s vysokou účinností a zároveň ekonomicky výhodné. „Tyto prostředky doporučujeme v oblastech, kde již běžné prostředky nestačí a jsou neefektivní. Zároveň jsou prostory, kde je možné používat čisticí prostředky šetrné k přírodě i k čišťeným povrchům,“ říká projektová manažerka Zenitu Markéta Koudelková a k jejich správnému použití dodává: „Standardně jsou pro odběratele k dispozici zpracované technické listy, kde jsou uvedeny veškeré potřebné informace tak, aby byl přípravek použit pro správný účel, v potřebném dávkování a s ohledem na bezpečnost. Odběratelům nabízíme dávkovače, které usnadňují aplikaci jednotlivých koncentrovaných prostředků. Je možné je také doplnit „slepými“ etiketami pro snadnější informovanost ohledně nařazení v nádobách. Dále testujeme směšovače úklidové chemie, které zajišťují přesné dávkování, snižují spotřebu chemie a zaručují správný mycí výsledek. Správné dávkování šetří náklady a minimalizuje dopad na životní prostředí. Naše oddělení Výzkumu a vývoje stále pracuje na vývoji nových, ještě účinnějších receptur. Nedávno jsme například uvedli na trh dva nové výrobky, u kterých byla jejich vynikající mycí schopnost ještě doplněna přidanou hodnotou

v podobě Pohlcovače pachů. Pro rok 2019 plánujeme uvedení dalších nových výrobků. V tuto chvíli ale ještě nechci být příliš konkrétní...“

Ochrana životního prostředí má v Zenitu už tradici. Již v roce 1995 získal mycí prostředek na nádoby Lena natur jako vůbec první v ČR osvědčení ekologicky šetrného výrobku. Jeho současná „zelená“ řada čisticích prostředků Real green clean je vhodná i pro profesionální úklid. Kombinuje vysokou čisticí sílu, je lehce biologicky odbouratelná a je vhodná pro objekty s vlastními čistíčkami odpadních vod.

Také STYL, družstvo pro chemickou výrobu, má segmentu HoReCa co nabídnout. Jsou to vlastně veškeré její tekuté výrobky pro maloodběratele, které v ekonomickém balení 5000 ml nabízí i velkoodběratelům. Samozřejmostí je pak nabídka pisoárových bloků v různých variantách v baleních od 250 g do 4500 g pod značkou LARRIN a PRIX či tablety LARRIN do tlakových oplachovačů a oplachovacích nádob na mytí výčepního skla. Vlajkovou lodí společnosti je LARRIN na rez a vodní kámen. Tento výrobek a výrobky od něj odvozené jsou etalonem ve svém segmentu. Styl uplatňuje ve svých výrobcích i nejmodernější technologie, jež daly vzniknout řadě výrobků LARRIN Nanoefekt, které využívají nanočástic pro dlouhodobější účinek čištění. Nanočástice vytvářejí na čištěném povrchu tenký film omezující usazování nečistot a tím docilují dlouhodobého účinku.

Úklid s ohledem k přírodě

Nyní družstvo připravuje výrobovou řadu LARRIN Green Wave, která bude nabízet čisticí prostředky na přírodní bázi nebo k přírodě šetrné. Obchodní ředitel Miloš Kračmar říká: „Půjde o léty prověřené metody čištění, tak jak je používaly naše babičky a prababičky. Dalším, zcela logickým krokem je použití k životnímu prostředí přátelských obalů. Naše společnost má připravené varianty balení do biologicky odbouratelných nebo 100% recyklovatelných obalů. V nemalé míře může k ochraně životního prostředí přispět i možnost opakovaného použití obalu nebo aplikátoru zakoupením náhradní náplně, což jsou v našem případě zejména WC závěsy LARRIN.“

Také společnost MPD plus z Rakovníka vyrábí řadu prostředků vhodných pro úklid v hotelech a restauracích. Nepatří ke gigantům v tomto sektoru, ale i v jejím portfoliu najdete třeba WC gel s vysokou parfemací a „zelenou kyselinou“ pro

Vlastními silami, nebo outsourcing?

Současným trendem je i v oblasti ubytovacích a stravovacích služeb svěřit úklid specializovaným firmám a šetřit vlastní síly pro jiné úkoly. Zkušenosti s tím ovšem bývají různé. Jak to vidí výrobci úklidových prostředků?



Miloš Kračmar, obchodní ředitel družstva Styl:

„Z čistě pragmatického pohledu na věc, je jisté, že specializované firmy provedou požadované služby efektivněji a levněji. Ovšem jsou jisté i provozy, zejména malé hotely a penziony, kde uplatnění osobního přístupu vlastního zaměstnance je více než žádoucí a může být výhodou, která se vyplatí. Je tedy na každém provozovateli, jakým směrem se vydá.“



Ing. Zdeněk Fišer, jednatel společnosti MPD plus:

„Otázka outsourcingu úklidových služeb je samozřejmě přímo spojená s podmínkami konkrétního zařízení. Můžeme mluvit o tendenci, která se přiklání spíše k tomuto řešení v budoucnosti. Nelze však zapomenout na lidský faktor. Kdo měl vybudovanou dobrou fungující základnu úklidových služeb, tak je to hodnota, kterou by měl maximálně využít.“



Markéta Koudelková, projektová manažerka společnosti Zenit:

„Zda zvolit pro profesionální úklid externí firmu nebo zajistit tyto služby kmenovými zaměstnanci, je vždy na rozhodnutí managementu hotelu či restaurace. Mohli bychom jednoduše říci, že úklid profesionální externí firmou bude efektivnější a ekonomicky výhodnější. Měli by to být profesionálové s vyškolenými zaměstnanci. V současné době se ale firmy ve všech oblastech potýkají s nedostatkem pracovních sil, proto není vždy zaručena jistota provedených prací v požadované kvalitě a zejména v požadovaném čase.“

údržbu toalet, který provoní celé sociální zařízení. Nebo Lanci spray, což je biocidní kyselá pěna pro odstranění vápníku ze stěny sprchového koutu a vodovodních kohoutků či prostředek Arioso Industrial s měkkým abrazivem pro zvlášť úporné nečistoty na vaně. Pro úklid pokojů nabízí parfemovaný Purex S spray na čištění lesklých ploch či Leneko na čištění skleněných ploch a zrcadel. Pro restaurace a veřejné stravování jsou určeny produkty řady Purex, vhodné pro mytí nejrůznějšího nádobí v myčkách. K silným stránkám patří výrobky pro práci s potravinami. Jedná se především o lihové dezinfekce, ale i o tekuté mýdlo s antimikrobiálními extrakty, které jsou v potravinářství běžné a jsou přírodního charakteru.

Jako novinku společnost připravuje prostředek na čištění a zvýšení lesku nábytku. Přeleštěním např. otisků na konferenčním stole bude na první pohled zřejmé, že pokoj byl uklizen. Bude navíc obsahovat příjemnou vůni pro dlouhodobou parfemaci a osvěží vzduch v místnosti.

Hlavní vždy zůstává účinnost

I do sortimentu stále více pronikají chemické suroviny, které jsou příznivé k životnímu prostředí. Jednatel společnosti Ing. Zdeněk Fišer k tomu ovšem říká: „Jejich nasazení je podmíněno technickou srovnatelností, což nebývá samozřejmé. Náhrady za každou cenu bývají někdy na škodu věci samé. Profesionální úklid je na účinnosti na rozdíl od spotřebitelského sektoru silně závislý. Neúčinné prostředky vedou ke zvýšené spotřebě a tím i k negativnímu výsledku na životním prostředí.“

FRANTIŠEK VONDERKA

INZERCE

česká kvalitní výroba

ÚKLIDOVÉ PROSTŘEDKY

vyvíjí, vyrábí a dodává:

MPD plus, s.r.o.
Nábřeží Dr. Beneše 2307
269 01 CZ-RAKOVNÍK

www.mpd.cz
 objednávky: sklad@mpd.cz

pro profesionální úklid a domácnost

Produkty a značky uvedené v reklamě: WC GEL, AGOL, LANCI, PUREX SPRAY, LUMIT, ARCO, MANEPT, ARIOSO industrial, NEOCAL, PUREX K, LENEKO, SANITEN, NEOCAL.



Vítěz kategorie
malé vinařství:
Vinařství Škrobák

Vinařstvím roku 2018 se stalo Vinařství Škrobák

Vítězem devátého ročníku soutěže Vinařství roku 2018, pořádané Svazem vinařů ČR, se stalo Vinařství Škrobák, které zároveň zvítězilo v kategorii malé vinařství s produkcí do 50.000 litrů za rok. V kategorii střední vinařství do 250.000 l/rok uspělo vinařství SONBERK, a.s. a v kategorii velké vinařství nad 250.000 l/rok komisi nejvíce oslovila Šlechtitelská stanice vinařská Velké Pavlovice, a.s.

TEXT A FOTO: OMNIMEDIA

Devátý ročník této prestižní soutěže přinesl velmi vysokou a vyrovnanou úroveň všech devíti finalistů, a tedy i složité rozhodování pro odbornou komisi. Ta navštívila všech devět vinařství přímo v jejich sídle, na místě zhodnotila jejich činnost v uplynulém roce. Titul Vinařství roku 2018 však mohl získat jen jeden – Vinařství Škrobák.

Rodina Škrobákových je již po generace pevně spojena s obcí Čejkovice a s pěstováním révy vinné. Ve vinařství se tak angažují rodiče, syn Martin s manželkou Ladislavou a syn Stanislav. V roce 2013 společně vystavěli nové moderní prezentační prostory ve vinařství a v budování pokračují.

„Naší filozofií je dělat špičková vína a spojit je s výbornou gastronomií a kvalitní architekturou. Pro nejbližší roky je tak naším cílem zvýšení výměry vlastních vinic, ale především investice do budovy vinařství s cílem vybudovat moderní vinařský komplex pro všechny milovníky vína,“ říká za Vinařství roku Ing. Stanislav Škrobák.

Vinařství kombinuje tradiční i moderní postupy. Již od počát-

ku vsadilo na vlastní vinice, což všichni členové rodiny považují za základ pro dokonalé víno. Dnes obhospodařují 11 hektarů vinic a neustále se snaží vinice rozšiřovat. Zároveň si uvědomují důležitost ochrany životního prostředí, a proto se vše snaží dělat ekologicky. Předností vinařství jsou především bílá vína, ale vyrábějí i červená, zejména Pinot Noir. Všechna vína odrážejí čejkovický terroir. V nabídce vinařství najdete ale i vína slámová a ledová a podílí se i na výrobě sektu tří čejkovických vinařství 3-SEKT.

„Vítězné vinařství se vypracovalo rukama hned několika generací prakticky z nuly na dnešní mimořádnou úroveň. Vyrábí prvotřídní vína, ale přináší také celou řadu věcí navíc – od vysoké odborné erudice bratrů Škrobákových, přes citlivou a precizní práci ve vinohradech, až po výjimečnou gastronomii, kterou si z rukou dalšího člena rodiny návštěvníci užívají přímo ve vinařství,“ komentuje hlavní důvody rozhodnutí komise JUDr. Tibor Nyitray, prezident pořadatelského Svazu vinařů, a dodává: „Hlavním smyslem soutěže Vinařství roku je



Enolog roku: Eliška Becková



Cena prof. Viléma Krause : Josef Peřina



Počin roku: Václav Hlaváček



Vítěz kategorie střední vinařství : Sonberk



Vítěz kategorie velké vinařství: Šlechtitelská stanice vinařská

povzbuzení vinařů a hledání inspirace. Byli bychom velmi rádi, kdyby se zvláště to letošní vítězné vinařství stalo vzorem pro co nejvíce dalších.“

Kromě hlavních cen byly dále uděleny ceny „Korunní – Enolog roku 2018“ – cena mladému vinaři, enologovi do 40 let, kterou získala Eliška Becková z Vinařství Volařík v Mikulově. Cenu „Počin roku 2018“ získal Ing. Václav Hlaváček, CSc., za neustávající podporu vinohradnictví a vinařství v České republice a zejména za mimořádnou aktivitu při zavedení zelené nafty pro révu vinnou a podporu projektům zajišťujícím vodu jako strategickou surovinu pro udržitelný rozvoj budoucího pěstování révy vinné v Jihomoravském kraji. „Cenu prof. Viléma Krause, CSc.“ pro významnou vinařskou osobnost a její celoživotní přínos v oboru vinohradnictví nebo vinařství obdržel Ing. Josef Peřina.

Ve finále se utkalo devět vinařství. Za malá vinařství to byla Krásná hora s.r.o., Vinařství Škrobák, Jakub ŠAMŠULA vinařství, za střední SONBERK, a.s., Vinařství Volařík, Johann W Zámec-

ké vinařství Třebívlice a za velká CHÂTEAU VALTICE – Vinné sklepy Valtice, a.s., Šlechtitelská stanice vinařská Velké Pavlovice, a.s. a BOHEMIA SEKT, s.r.o. – vinařství Habánské sklepy. Ta posuzovala odborná komise složená ze zástupců širší odborné veřejnosti z řad vinohradníků a vinařů, Státní zemědělské a potravinářské inspekce, tisku, enologie, sommelierství, marketingu, prodeje vína a architektury a designu.

Vítězi titulu Vinařství roku se v minulosti stala vinařství Víno J. Stávek, Vinselekt Michlovský a.s., Bohemia Sekt, a.s., Malý vinař – František a Hana Mádloví, Znovín Znojmo, a.s., Sonberk a.s., Château Valtice – Vinné sklepy Valtice a.s. a Zámecké vinařství Bzenec.

Soutěž vyhláší a titul „Vinařství roku“ uděluje Svaz vinařů České republiky ve spolupráci s Národním vinařským centrem, za významné podpory Vinařského fondu ČR, Jihomoravského kraje a statutárního města Brna. Hlavními partnery soutěže pro ročník 2018 jsou Korunní – certifikovaná voda vhodná k vínu, Albert s nabídkou vín finalistů v exkluzivní vinotéce v Praze na Chodově.

INZERCE



Škrobák

Degustační a zážitkové programy

- Snoubení vína a gastronomie
- Firemní akce a školení
- Rodinné oslavy a svatby
- Wine Bistro – Wine, Café, Dessert, Tapas



E-shop: www.vinoskrobak.cz

Národní tým kuchařů a ze Světového poh

Terinka z cibule, pórek se sýrem, pošírovaná mrkev, rýžový měsíček se zeleninou, cibulový vinaigret



Mousse z černého rybízu, rybízová omáčka, zmrzlina z černého rybízu, minutkový rybízový „chléb“



Norbert Hojda ladí finger foods



Helena Fléglová při práci na dezertu pro tříchodové menu



Martin Svatek připravuje lakto ovo menu

Grilovaná foie gras a mušle sv. Jakuba, topinambur, perník, hrušky



Exotický dezert z manga a maracuji s kokosovou zmrzlinou, mangomaracujovým tatarákem a pate a choux s exotickým karamellem



cukrářů AKC ČR přivezl áru zlatou medaili

Na jedné nejprestižnějších kulinářských soutěží světa VILLEROY & BOCH CULINARY WORLD CUP 2018 famózně uspěl Národní tým kuchařů a cukrářů AKC ČR. Zlatá a stříbrná medaile je největší úspěch týmu za jeho existenci. Celkově se tým umístil na osmém místě na světě (ze 30 národních týmů).

TEXT: TOMÁŠ POPP, AKC ČR, ZMEDIA

Letošní rok je pro Národní tým kuchařů a cukrářů AKC ČR veleúspěšný. Po senzačním vítězství v Singapuru veze tým z VILLEROY & BOCH CULINARY WORLD CUP 2018 další famózní medaile. Obrovskou radost mám i z celkového vítězství Vojtěcha Petržely z carvingu. Vojta je navíc členem juniorského národáku! V regionálních týmech parádně uspěl InterGast Culinary Team – celkové čtvrté místo ze třiceti šesti týmů! Je to úspěch národní gastronomie i Asociace kuchařů a cukrářů ČR. Téměř všichni soutěžící z České republiky jsou totiž našimi členy“, říká Miroslav Kubec, prezident Asociace kuchařů a cukrářů ČR.

Tříchodové menu

Soutěž národních týmu měla dvě kola. V prvním kole 25. listopadu musel každý tým připravit pro 110 osob tříchodové menu. Vymezený čas pro přípravu menu byl 5 hodin a připravovalo ho pět šéfkuchařů a jedna šéfcukrářka. „Náš tým vařil jako předkrm terinu z lososa, mušlí a královského kraba s mrkvovým pyré. Hlavní chod obsahoval hovězí roštěnou, hovězí krk, liškovou omáčku, bramborový šklubánek a lanýže. Dezert byl postavený na čokoládě, banánech a maracují“, říká kapitán Národního týmu Jan Horký.

„Komisaři naši práci ohodnotili zlatou medailí. Ocenili především

chuťovou vyváženost menu, týmovou práci, skvělou organizaci i design pokrmů. Podle komisařů se tým od vítězství soutěže v Singapuru (duben 2018) opět posunul kupředu. Stáváme se jedním z top světových týmů“, říká Tomáš Popp, manažer týmu.

Kuchařské a cukrářské umění

Ve středu 28. listopadu Národní tým kuchařů a cukrářů AKC ČR prezentoval kuchařské a cukrářské umění. Ve vymezených disciplínách tým prezentoval technickou zručnost a preciznost. Teplé pokrmy jsou v tomto případě vystavovány za studena. Prezentace byla inspirována kubismem. „Komisaři naši kuchařskou a cukrářskou část ohodnotili stříbrnou medailí. Líbila se jim především stavba tabule, ale i jednotlivé disciplíny“, říká Popp. „Součástí cukrářského umění je i skulptura, která musí být připravena z jedlých materiálů. Naše kubistická skulptura byla hodnocena jako pátá nejlepší ze všech třiceti národních týmů“, říká Popp.

„Zásadní pro úspěch Národního týmu je možnost trénovat v Národním zemědělském muzeu v Praze. Tam má tým postavenou „tréninkovou“ kuchyň a může tak trénovat v soutěžních podmínkách. Neméně důležitá je i podpora našich partnerů, kteří nám vytvářejí finanční a materiální zázemí, bez něhož bychom v žád-

ném případě uspět nemohli. Moc všem děkujeme“, říká Popp.

Lucemburské žně

Národní gastronomii na soutěži v Lucembursku úspěšně prezentoval i InterGast Culinary Team. Tým složený ze špičkových šéfkuchařů a šéfcukrářů se umístil na čtvrtém místě ze třiceti šesti týmů. „Jsem na celý tým hrdý. Za úspěchem týmu jsou stovky hodin příprav. Náš úspěch i úspěch Národního týmu kuchařů a cukrářů AKC ČR ukazuje, že národní gastronomie je konkurenceschopná“, říká

manažer týmu Lukáš Paluska. Vojtěch Petržela dosáhl dalšího neskutečného úspěchu. Porazil všechny slavné mistry ve vyřezávání do zeleniny a stal se celkovým vítězem disciplíny Carving. „Když jsem se o vítězství dozvěděl, byl jsem v šoku. Naše disciplína vyžaduje skutečně precizní práci a musíte mít i trochu výtvarné citění. Že bych porazil slavné asijské mistry jsem upřímně nečekal“, říká Vojtěch Petržela. Českou republiku zastupovali i další jednotlivci. Lukáš Čížek například veze ze soutěže krásný bronz.

INZERCE

NOVÉ

OCHUTNEJ,
NEPOZNAJ

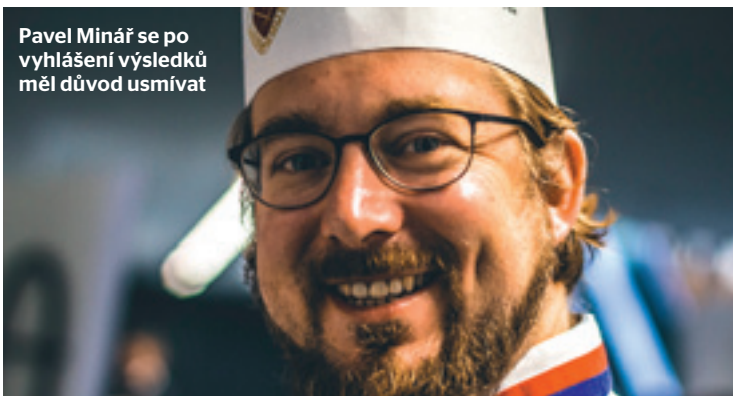
Nachmelene
54% VÍNA

330 ml - ALK. 6,0 % VOL.

NEZ LEPŠÍ
JESTI NEŽE

Více info na www.nachmelene.cz
Výrobce: VINIUM a.s., Hlavní 666, 691 06 Velké Pavlovice

Pavel Minář se po vyhlášení výsledků měl důvod usmívat



Český carving nemá ve světě konkurenci!

Na soutěži Culinary World Cup 2018 zabodovali nejenom čeští kuchaři a cukráři z Národního týmu Asociace kuchařů a cukrářů, ale i Vojtěch Petržela z Poděbrad, který předvedl celému světu, že carving umíme nejlépe u nás v Česku. Ve svých teprve 20 letech získal v řezbářství zlato a stal se tak mistrem světa ve svém oboru. Komu vděčí za své začátky a kdo je mu vzorem, se dočtete v exkluzivním rozhovoru pro magazín Svět H&G.

TEXT: JAROSLAVA CHUDÁ



Excelovat na tak prestižní soutěži, jako je Culinary World Cup v Lucemburku, je obrovský úspěch. Jak jste se na střetnutí s řezbáři z celého světa připravoval?

Děkuji, pořád si to tak neuvědomuji, ale pocit je to skvělý. Příprava na podobné akce víceméně probíhá celou kariéru. Já osobně to mám tak, že jakmile přijde měsíc před soutěží, začínám si kreslit nápady. No a pak už to stačí jen udělat podle plánu, což bývá často taky nelehký úkol. Konkrétně ve finále chodím na risk, večer si nakreslím nápady a další den řežu.

Bodoval jste v kompozici i live kolech. Mohl byste našim čtenářům blíže představit soutěžní zadání?

Samozřejmě. Vždy jde o 2 kategorie. Předem připravená kompozice má vždy nějakou danou velikost, které se musíme držet. Vše se vyřeže doma a převáží se na

místo soutěže v co největší kvalitě a jakosti. Live carving je zadán na 3 hodiny, během kterých musíme zpracovat určený počet kusů ovoce a zeleniny.

Porota preferovala jemný thajský styl. Čím je tato tvorba specifická?

Neřekl bych preferovala, ale ve 3D jde dělat spousta chyb, které jsou vidět mnohem lépe než v thajském stylu, a chyby komise tvrdě trestá. Já si myslím, že thajský styl se rozvinul díky jemnosti, kterou v sobě jako základ má. Dále jde o pravidelné řezy plné opakování, špiček, zákrutů. Baví mě na tom právě to, že si to nakreslím a pak najdu cestu, jak to vytvořit, ale u 3D jsou dané rozměry a striktní pravidla.

Ukázal jste světu, že český carving si stojí hodně vysoko. Obdržel jste po soutěži nějaké zajímavé zakázky či obchodní příležitosti?

Vojtěch Petržela

Věk: 20 let

Profese/škola: SOU a SOŠ Polička, nyní VOŠ Poděbrady

Zájmy: carving, vaření, someliérství, tanec

Jak dlouho se carvingu věnujete? Pět let.

Co byste doporučil začínajícím řezbářům? Trénink, dřinu, pokoru, skromnost, učenlivost a kreativitu, cílevědomost. Ale vše začíná a končí tréninkem a dřinou.

Či tvorba vás na soutěži v Lucembursku oslovila?

Určitě se mi líbily řezy polské kolegyně Dominiky Sadowské, jako vždy perfektní Somlux Ouklai a růže Wannaporn Stehr.

Tohle je myslím vždy dost sezónní, většina zakázek přichází v létě. A nemůžu říct, že by nebyly lákavé pracovní příležitosti.

Jak jste se k řezbářství dostal a jak dlouho se mu věnujete?

Na škole jsem chtěl vše vyzkoušet, a tak jsem se před 5 lety přihlásil na kurz carvingu k panu Ludkovi Procházkovi z Czech carving studia, kde jsem odstartoval svoji kariéru.

Když se nyní pyšníte titulem Mistr světa v carvingu, je vůbec ještě někdo, jehož práce je pro vás inspirativní?

Vznikla nějaká skupina lidí, kteří si konkurují ve světových soutěžích, vzájemně se všichni sledujeme a inspirujeme.

Jak hodláte svůj um posunout do budoucna?

Určitě se nebudu násilně učit jiný styl, chci být perfektní v tom, co dělám. Rozvíjet nápady a být tím, u koho se budou ostatní inspirovat. Věnuji se ve velkém i vaření, tudíž není všechen volný čas určen jen pro carving.

SVĚT

BARMANŮ

OFICIÁLNÍ ČASOPIS ČESKÉ BARMANSKÉ ASOCIACE

únor-březen 2019



Kdo se stane prvním Barmanem roku nového formátu?



BARMANSKÁ LIGA: HLEDÁNÍ TOHO NEJLEPŠÍHO ZAČÍNÁ

Revoluční změna letos čeká soutěže profesionálních barmanů organizované pod hlavičkou České barmanské asociace. O Barmana roku v klasické profesionální kategorii se od nynějška soutěží zcela jinak než doposud – startuje nultý ročník Czech Bartenders League!

TEXT: MICHAEL LAPČÍK

Až do loňska platilo, že CBA ročně (spolu)pořádá několik soutěží seriálu Professional Cocktail Competition, z nichž prostým bodovým součtem vzejde Barman roku. Nyní se však do tohoto žebříčku budou započítávat zejména výsledky ze soutěží významných brandů pořádaných partnery CBA. Mezi tyto soutěže patří například Chivas Masters, Diageo Reserve World Class Competition, Fernet Stock Summer Inspiration, International Rudolf Jelínek Cup nebo nominační kolo Mattoni Grand Drink. Nejlepších 15 účastníků celého ročníku Czech Bartenders League 2019 postoupí do závěrečného finále, prestižní Grand Prix CBA, které se uskuteční na začátku roku 2020. Jeho vítěz se stane Barmanem roku a bude reprezentovat Českou republiku na mistrovství světa – World Cocktail Championships 2020.

Nový model bude dle názoru vedení CBA lépe odrážet statut Barmana roku – nejlepšího bartendera v zemi pro daný rok, který vzejde z výsledků těch nejprestižnějších soutěží konaných na území republiky. Zároveň změna zmírní dopad nepříznivých okolností, které tuzemské soutěžní barmanství v posledních letech ovlivňovaly.

„Soutěží jsme v Česku měli každý rok pozehaně, nicméně gastronomie momentálně zažívá kritický nedostatek personálu. Ten se začal projevat v několika formách – nižší motivací barmanů se do soutěží zapojovat, nedostatkem volného času barmanů na přípravu a nižším počtem barmanů schopných zvládnout kvalitativní laťku soutěží,“ uvádí prezident České barmanské asociace Aleš Svojanovský.

Historie Czech Bartenders League se letos začne psát pilotním nultým ročníkem. „Předpokládáme, že její podobu budeme postupně kosmeticky doladovat. Pro příští rok díky tomu už chceme mít připravený stoprocentní produkt včetně například vlastního loga či webu,“ podotýká Aleš Svojanovský s tím, že se v současné době ladí bodové ohodnocení jednotlivých soutěží. Zejména bodování vícekolových soutěží se musí promyslet tak, aby měli barmani motivaci zapojit se už do jejich prvního kola. Naopak pro rok 2020 budou na základě letošních zkušeností všechna hodnotící kritéria daná dopředu.

Stejně tak je v tento moment samozřejmě neznámý počet účastníků, kteří do bojů v Czech Bartenders League postupně zasáhnou. Pro barmany bude ve srovnání s dosavadním systémem výhodou, že k zisku titulu pravděpodobně nebude nutné zúčastnit se všech soutěží. Finální patnáctka soutěžících v Grand Prix CBA je



Nově o celkový titul mají možnost bojovat i barmani, kteří nejsou členy CBA.

pro to přece jen dostatečně široká. Absolutního vítěze Grand Prix pak určí momentální výkon, ligové pořadí nebude hrát v závěrečném hodnocení roli. Barmanem roku se tedy klidně může stát i soutěžící, jenž se do Grand Prix prodere z patnáctého, posledního postupového, místa.

Letošní rok tak v dějinách českého barmanského soutěžení bude jedním z přelomových. Pokud se ohlédneme zpět, můžeme si tuto historii rozdělit na několik časových období. Do roku 2007 se soutěžilo celoročně, ale body se nesbíraly – o reprezentantu České republiky na koktejlové mistrovství světa se rozhodovalo jen a pouze v Grand Prix CBA. Od následujícího roku až do loňska fungoval v profesionální i juniorské kategorii celoroční seriál soutěží pořádaných Českou barmanskou asociací o Barmana roku. Kdo za celý rok nasbíral nejvíce bodů, ten reprezentoval na World Cocktail Championships, přičemž z Grand Prix CBA se stala uznávaná nesoutěžní exhibice, kterou prošla všechna významná barmanská jména porevoluční barmanské populace. Hodnotící komise se navíc přesunuly ze zákulisí před soutěžní bar,

v souladu s moderním a progresivním pohledem CBA.

„Časem se v Česku začaly objevovat soutěže velkých globálních značek. Řada barmanů byla v posledních letech rozpolcená, na jaké soutěže vlastně mají jezdit. Všechno se totiž stíhat nedalo. Letošní sjednocení pod národní barmanskou ligu je podle mě logickým krokem. Protože je liga stoprocentně přístupná i těm, kteří nejsou členy CBA, bude její šampion skutečným reprezentantem celé české barmanské komunity,“ dodává Aleš Svojanovský.

Podle něj by tak Czech Bartenders League neměla být nějakou nepřístupnou bublinou několika vyvolených. Naopak, soutěže jsou otevřené všem barmanům, a obzvláště těm, kteří rádi nasbírají nové zkušenosti a třeba se časem dostanou na úroveň těch opravdu nejlepších.

Výhodu nového schématu a charakteru Czech Bartenders League shledávají partneři CBA především v její rozmanitosti. „Jsme rádi, že o celkový titul mají nyní možnost bojovat i ti barmani, kteří nejsou členy CBA. Za Stock Plzeň-Božkov jsme také rádi, že se minimalizoval počet soutěží a zároveň se součástí ligy staly ty nejprestižnější klány v naší republice.“

Těší nás, že jsme součástí tohoto obrození v českém barovém ringu, a proto do ligy přispějeme dvěma zajímavými soutěžemi,“ říká ambasador společnosti Stock Plzeň-Božkov Michal Marešovský.

„Propojení soutěží velkých značek s CBA je zajímavé. Může to být spolupráce přínosná pro všechny tři strany, tedy zástupce značek, CBA i samotné barmany,“ myslí si Petr Kymla, ambasador soutěže Diageo Reserve World Class Competition pro Českou republiku.

První soutěží nultého ročníku Czech Bartenders League bylo národní kolo Calvados Nouvelle Vogue International Trophies, které se uskutečnilo 17. února v prostorách brněnského centra Abzac. Jeho vítěze navíc ještě čeká světové finále v Normandii.

Soutěže zařazené do Czech Bartenders League 2019 o Barmana roku:

- Calvados Nouvelle Vogue International Trophies 2019 (CBA)
- Mattoni Grand Drink 2019 (Karlovarské minerální vody + CBA)
- Chivas Masters 2019 (Jan Becher – Karlovarská Becherovka)
- Becherovka Punch in da House 2019 (Jan Becher – Karlovarská Becherovka)
- International Rudolf Jelínek Cup 2019 (Rudolf Jelínek)
- Diageo Reserve World Class Competition, 1. kolo (Ultra Premium Brands)
- Diageo Reserve World Class Competition, 2. kolo (Ultra Premium Brands)
- Fernet Stock Summer Inspiration (Stock Plzeň-Božkov)
- Whisky World Professional Cocktail Competition (Stock Plzeň-Božkov)





V KVALITNÍ VODCE BY NEMĚLO NIC PŘEBÝVAT

Vodka je lihovina, vyrobená z látek obsahujících škrob nebo přímo cukr, která je následně filtrována a zředěna vodou na požadované procento alkoholu před naplněním do lahví. Od jiných lihovin se liší právě tím, že se jedná pouze o směs lihu a vody. Známkou opravdu kvalitní vodky je její čistota, to, že v ní nic nepřebývá. Ani kal.

TEXT: KATEŘINA HÁJKOVÁ

Vodka je čistý neutrální spirit, který se většinou vyrábí z obilí. Zpravidla je bez výrazného aroma či chuti, ačkoliv i vodky mají svůj chuťový charakter – ale velmi jemný. „V posledních letech se ale bourají mýty o jejím charakteru, například se nechává stařit i v dubových sudech,“ říká Paulina Friedová, senior brand manager značky Finlandia společnosti Brown Forman.

O původ vodky se vedou spory
Historie vodky sahá velmi daleko a její původ přitom není úplně jasný. Vedou se o něm spory. „Jisté je, že je slovanského původu,“ říká Jiří Štesl, výkonný a obchodní ředitel společnosti St.Nicolaus – TRADE ČR, a.s. O prvenství se pře hned několik evropských zemí, zejména Rusko a Polsko. „Vznikla někde v tzv. vodkovém pásu, do kterého spadá Rusko, Polsko a dnešní pobaltské státy – odtud spory o prvenství ve výrobě vodky mezi Rusy a Poláky,“ vysvětluje Jiří Štesl. „Skandinávie, kde vodka také zdomácněla, se k výrobě vodky přidala až později,“ dodává.

„Záznamy ve švédských archívech naznačují, že ve 14. století se v zemi destilovala pálenka z domácího obilí,“ říká Dagmar Rychterová, brand manager znač-



ky Absolut vyráběné společností Jan Becher. „O zemi jejího původu se vedou spory – mnohými je za ni považováno Rusko, někdo se přiklání k Polsku, my sbíráme prameny, které ukazují, že skutečné kořeny vodky jsou právě v Čechách,“ říká Lucie Libra, brand manager vodek Hanácká a BLEND 42 VODKA společnosti Palírna U zeleného stromu Prostějov. „První zmínky o vodce sahají již do 11. století a nelze ji úplně srovnávat s charakterem nynějších vodek,“ pokračuje Paulina Friedová. Vodka byla dříve kalná, lehce alkoholická a vyráběla se nejčastěji z vína.

Na škodu je kal i zápach

Dnes je naopak kal známkou nekvality pramenící nejčastěji z nějakého pochybení v rámci výroby. „Kvalitní vodka by neměla mít nepříjemný zápach a chuť. Měla by být vyrobena z kvalitního vaječného obilného lihu,“ vysvětluje Ing. Josef Nejedlý, ředitel a jednatel společnosti Fruko-Schulz, s.r.o. „Záleží i na několikastupňové destilaci lihu a kvalitní filtraci vodky, například přes aktivní uhlí. A rovněž na kvalitě použité vody,“ dodává. „Obecně platí, že pro konzumenty jsou nejdůležitějšími vlastnostmi vodky jemnost a čistota,“ informuje Lucie Libra. „Kvalitní vodce by nemělo nic

přebývat. U vodky jde především o čistotu,“ přitakává Dagmar Rychterová.

V hlavní roli líh

Hlavní surovinou pro výrobu vodky je tedy líh, ať již obilný (vícedruhový, pšeničný, žitný, ječný), melasový (který je typický pro české vodky), bramborový (který je naopak stále oblíben v Anglii, případně v Polsku), vinný (který se využívá ve Francii), rýžový (typický pro Asii) či jakýkoliv jiný, a voda, která má významný podíl na charakteru vodky. „Vlastnosti vodky ovšem zásadně ovlivňuje celý výrobní proces – destilace, filtrace i skladování atd.,“ dodává Lucie Libra. „Technicky je vodka destilát zemědělského původu, který byl vydestilován na 96% ABV. Nejčastěji se jako základ používá obilí a v našich podmínkách melasa,“ shrnuje Jiří Štesl. Odlišnost vodky od ostatních lihovin pak podle něj nastavuje očekávání spotřebitelů. „Podle nich má být vodka čistá a její chuť nepřilíživá výrazná. To vede k opakovanému procesu rektifikace (destilace), který má výsledný destilát co nejvíce zbavit chuťových složek,“ vysvětluje. U ostatních destilátů toto žádané není – vícestupňová destilace by naopak zbavila tyto produkty jejich chuťového profilu.

Hlavní rozdíl tkví v použitém lihu, procesu výroby i v zemi původu

Podle slov Pauliny Friedové se druhy a charakter vodky liší podle způsobu destilace a charakteru chuti, marketingu, výjimečnosti surovin a mnoha dalších faktorů. Josef Nejedlý přidává stupně destilace a filtrace. „Základní dělení je na čisté či ochucené – ochucených vodek je dnes nespočet druhů,“ říká Lucie Libra a dodává: „Platí ovšem, že

všechny ochucené vodky dohromady netvoří ani 10 % celkových prodejů vodky.“ Dnes jsou podle jejích slov novým trendem tzv. handcrafted nebo unfiltered vodky. Vodky se rovněž liší obsahem alkoholu. „Aby se jednalo skutečně o vodku, je minimální legislativní hranice 37,5 %,“ vysvětluje Libra. Nejčastější jsou 40% vodky, ale na trhu se objevují i vodky obsahující 50 % či dokonce 70 %

INZERCE



Novým trendem je míchání vodky buď s domácími limonádami (např. okurkovou, rakytníkovou apod.), nebo se cidery. Jak si vychutnat kvalitní vodku je tedy věcí osobního názoru.



alkoholu. „Hlavní rozdíl je ovšem právě v použitém lihu, případně pak ve vodě a procesu výroby,“ uzavírá Libra. Podle Jiřího Štesla je pro vodku určující i oblast jejího původu. „Ta se promítá do použitých surovin (obilí, melasa, voda), ale také určuje charakter produktu,“ říká k tomu a dává konkrétní příklad: „Od vodky skandinávského stylu očekáváme velmi jemnou až nevýraznou chuť, naopak od vodky ruského stylu chuť s výraznějším charakterem.“

S čím chutná nejlépe - hodí se ovoce, limonáda i cider

„Kouzlo vodky je, že se výborně snáší s jakýmkoliv nealkoholickým nápojem,“ říká Jiří Štesl a pokračuje: „Díky své neutrální chuti nechává vyniknout subtilnějším surovinám, které by se v koktejlu

s výrazným alkoholickým základem zcela ztratily. S čím vodku míchat, tedy záleží především na preferenci konzumenta.“

V charakteru vodky tedy tkví její výhoda. Chuťová neutrálnost umožňuje volbu dle vlastních preferencí – každý ji může namíchat s tím, na co má zrovna chuť. Ať už se jedná o čerstvé ovoce, bublinkový soft nebo klasickou čistou chuť. Na trhu se nachází i poměrně široká škála vodek již přímo ochucených, jako je třeba 6 ochucených variant Finlandia vodky – Coconut, Cranberry, Mango, Greppfruit, Lime, Blackcurrant.

Čistá chuť rovná se variabilita užití

„Vodku můžeme, právě díky její čistotě, míchat prakticky s čímkoliv. Ať již se jedná o různé druhy



džusu či soft drinků: nejčastěji cola, složitější long drinky obsahující i různé sirupy či ovoce nebo koktejly, kde se vodka míchá např. s martini,“ potvrzuje Lucie Libra. Jedním z nejproslulejších koktejlů je, díky seriálu Sex ve městě, Cosmopolitan, který obvykle obsahuje: 3 cl vodky, 2 cl cointreau (pomerančový likér), 4 cl brusinkového džusu, šťávu z ½ limetky, led a 1 plátek pomerančové kůry.

Novým trendem je míchání vodky buď s domácími limonádami (např. okurkovou, rakytníkovou apod.), nebo s cidery. Jak si vychutnat kvalitní vodku je tedy

věcí osobního názoru. Zážitkem postaveným na absolutní čistotě, tedy žádné chuti ani žádné vůni, může být podle Dagmar Rychterové i samotná vodka servírovaná v namražené sklenici. „Za zmínku rozhodně stojí Vodka & soda, jednoduchý dlouhý drink, který je skvělou volbou na party,“ pokračuje Rychterová a dodává: „Díky své neutrální chuti je vodka skvělouází pro tisíce výtečných drinků, kdy některé z nich se staly legendami, jako např. Cosmopolitan, specifický Bloody Mary nebo White Russian nebo Bondem proslavený Vesper, v němž se vodka kombinuje s Martini.“

FOTO: ARCHIV FŘEŤ

INZERCE

**ČISTÁ JAKO
DIAMANT**

Německá **THREE SIXTY VODKA** je považována za jednu z nejčistších a nejjemnějších vodek na světě. Je vyrobena 100% z pšenice a **4x destilována přes unikátní patentovaný filtr s diamantovým prachem**, který odstraňuje „nečistoty“ až na úroveň 1 mikronu (filtrace vodky běžným způsobem umožňuje pouze 30–15 mikronů). Výborně se hodí i do míchaných drinků.

THREE SIXTY VODKA je dodávána v krásné originální láhvi s diamantovým vzorem a černou sametovou etiketou se stříbrným potiskem.

**VYZKOUŠEJTE NĚCO NOVÉHO,
VZRUŠUJÍCÍHO A JEDINEČNÉHO.**

Obsah alkoholu: 37,5 %

Dostupné varianty:
0,50l / 0,70l / 1,0l / dárkové balení se skleničkou

www.unitedbrands.cz

Není vodka jako vodka

Kvalita vodky závisí na několika faktorech. Na druhu užitého lihu a vody, dále na formě zpracování a výrobního procesu a v neposlední řadě i na zemi původu. Tyto skutečnosti také určují jedinečné rysy její jemné chuti. Jaké vodky najdete na českém trhu, kdo je vyrábí, odkud pocházejí a čím jsou specifické? Zeptali jsme se za vás.

Převodní firma Moritz Schulz vznikla již v roce 1898 jako první výrobce ovocných vín v Rakousku-Uhersku. Fruko-Schulz Jindřichův Hradec patří mezi 5 největších likérek u nás. Vyrábíme více jak 50 druhů alkoholu. Jsme druhý největší výrobce tuzemáku v České republice. Exportujeme zboží do 36 zemí světa. Máme výhradní zastoupení ruské firmy LADOGA z Petrohradu pro země EU.

Ing. Josef Nejedlý, ředitel a jednatel společnosti Fruko-Schulz



Společnost St.Nicolaus je jedničkou na slovenském trhu lihovin. Navazuje na 150letou tradici výroby destilátů v Liptovském Mikuláši a kromě tradičních lihovin klade silný důraz i na inovace. St. icolaus dohlíží na výrobu svých destilátů a lihovin od samého počátku. Disponuje kromě vlastního lihovaru i zdroji vody v nečistších podhorských oblastech Slovenska.

Jiří Štesl, výkonný a obchodní ředitel společnosti St.Nicolaus - TRADE ČR, a.s.



Absolut je jednou z nečistších voděk na světě. Vděčí za to jedinečnému výrobnímu procesu, který má své kořeny v roce 1879 a obsahuje mnoho kroků, z nichž některé se trvale udržují v tajnosti. Destilace se děje kontinuální metodou, dokud není Absolut destilát perfektní, dokonale průzračný. Při vzniku vodky Absolut se uplatňuje princip one source (jednoho zdroje), což znamená, že každý aspekt výrobního procesu se odehrává na jediném místě, a to ve švédském městě Åhus a jeho nejbližším okolí. Odtud pochází i suroviny jako ozimá pšenice a voda, která je zde chráněna před nečistotami a nevyžaduje žádné další úpravy. Při výrobě je kladen obrovský důraz na udržitelnost.

A v neposlední řadě jsou to i další rozměry značky. Absolut je ikonickou značkou a svou silou se snaží v rámci komunikace využít ve prospěch společnosti. Zajímá se o společenská a ekologická témata, podporuje je, má svůj názor a nebojí se s ním vystoupit z řady. Již v 80. letech měla odvahu podporovat práva LGBT komunity.

Dagmar Rychterová, brand manager značky Absolut vyráběné společností Jan Becher



INZERCE



VODKA Z KRAJINY PŮLNOČNÍHO SLUNCE

Kávové plantáže, zpracovatelské závody, místní gastronomie a krajina... To všechno poznalo deset členů CBA ze sekce Mistr kávy na dvoutýdenní návštěvě středoamerického Salvadoru. Místy velmi dobrodružnou výpravu uspořádal majitel společnosti SCA Morava Jiří Novák, jímž distribuovaná salvadorská značka Majada je partnerskou kávou sekce.

Po cestách prašných...

Salvador je s rozlohou zhruba odpovídající naší Moravě malá středoamerická země vklíněná mezi mnohem větší Guatemalu a Honduras, po níž se dá díky poměrně husté silniční síti velice dobře cestovat.

Samozřejmě je to ježdění poněkud odlišné od toho našeho, nejčastějším dopravním prostředkem je zde mikrobus nebo pick-up. Na ložné korbě takového pick-upu stojí klidně 12 lidí, kteří se drží boční konstrukce a takto cestují třeba do práce. Stejně tak bývá běžné se přepravovat na návěsích amerických trucků. Salvadorské zákony dokonce výslovně umožňují vézt na návěsu maximálně dvě osoby, ale na některých strojích jich můžete spatřit bez problému i dvacet.

Zvláště pro mladší účastníky našeho výletu bylo velkým zážitkem svést se na korbě pick-upu po prašné cestě, na kterou několik měsíců nezapršelo...

Velká postupná kávová revoluce

Produkce kávy na Salvadoru zaznamenává v posledních desetiletích renesanci. Především nastupující generace majitelů a správců mění způsoby péče o plantáže – investují do vyšlechtěnějších odrůd sazenic, vzdělání pracovníků i sofistikovanějších agronomických postupů. Přitom se navzájem nekopírují, naopak, každý chce najít svou jedinečnou cestu k té nejkvalitnější kávě pod sluncem.

To je velký kontrast k tomu, co se v Salvadoru dělo dříve. Stejně jako v jiných významných kávových ekonomikách, i tady se dlouho snažili za každou cenu preferovat kvantitu před kvalitou a investicemi. Dokud kávovníky rodily, plantážníci nehojili půdu, nestarali se o stromky a neobměňovali je v přirozených cyklech. Našincům by to v mnoha ohledech mohlo připomínat moravské vinařství za socialismu.

V Salvadoru vedlo k „postupné revoluci“ několik faktorů. Jednak to bylo ukončení dlouhé občanské války, která trvala od roku 1980 až do roku 1992. Po ní nastalo období budování a obnovy, lidé se znovu nadechli, vyrazili za novými poznatky do okolí a aplikovali je doma.

Ještě důležitější ale byla plošná nákaza kávovníků rzí kávovou, která způsobuje schnutí stromků a jejich záhubu, podobně jako je tomu u našich ovocných stromů. Protože na rez neexistuje léčba, museli plantážníci importovat do Salvadoru rezistentní odrůdu a začali se intenzivně věnovat jejich šlechtění, stejně jako obdělávání půdy, hnojení stromků a vytrhávání okolního plevele.

Dnes proto v zemi najdeme skutečně špičkové pěstitele kávy, kteří si dokážou s jednotlivými partiemi plantáží krásně vyhrát a pyšní se takzvanými mikroloty – kousky plantáží, jimž věnují tu nejvyšší péči. Tam najdete krásně

U salvadorských plantážníků

Dva týdny plné kávy a pohostinnosti

„Od hlavní brány plantáže jedeme k centrální budově mikrobusem snad deset kilometrů. Napravo i nalevo od nás se tyčí zelené kopce a naprosto všude kolem, kam jen oko dohlédne, rostou kávovníky. Zdály plantáž vypadala jako rozlehlý smíšený les, v reálu ale jde o velice kultivovanou krajinu – kávovníky rostou v řádcích, chrání je systém větrolamů a celá plantáž je protkaná cestami, uličkami a chodbičkami tak spleťtí, že pokud bych se teď rozhodl vyskočit a na chvíli se o samotě projít, jistojistě už v životě nenajdu cesty zpět.“

TEXT: MICHAEL LAPČÍK, ALEŠ SVOJANOVSKÝ



kultivované rostliny, jejichž listy jsou zelenější, celkový vzhled vitálnější, plody vybarvenější, a především stejnoměrně vyzrálé.

Všechnu kávu sbírají ručně

Samotný kávovník je zhruba dvoumetrový stromek válcovitého tvaru. Nás na něm zajímají především plody – kávové třešně, oválné, asi dvoucentimetrové bobulky. Pod slupkou ukrývají šťavnatou dužinu kryjící tvrdý obal, uvnitř něž leží proti sobě dvě zrna. Pracovníci plantáže zralé plody sbírají v období října až ledna, a to zpravidla ve třech vlnách. Nejprve seberou asi třetinu úrody, po nějaké době sběr opakují a napotřetí už sklídí vše, co na stromcích zůstalo, včetně nezralých zelených plodů. Třešně z třetího sběru se používají zejména k výrobě instantních kávových nápojů.

Požvýkat pár pěkně vyzrálých kávových třešní je skutečný zážitek. Šťáva z dužiny může chutnat velice různě, rozeznáváte tóny tropic-

kého ovoce, manga, čokolády, vanilky... Není to dané pouze odrůdově, ale i polohou stromku na plantáži. Plody stejné odrůdy tak na rozdílných terasách a třeba pod jiným sklonem svahu chutnají velice odlišně!

Dužinou se však nesmíte přecpat, protože má silně projímavé účinky. Takže ne, kávové třešně se v latinské Americe nezobou u jídelního stolu jako u nás hroznové víno. Ochutnávají je však na plantážích, aby měli přehled o tom, jak bude vlastně káva z těchto třešní chutnat.

Nutno podotknout, že veškerá káva se v Salvadoru sbírá ručně. Na rozdíl třeba od známé Brazílie, kde úroda mizí v útrobách kombajnů. Těžké stroje však ničí rostliny, lámou větve, trhají i listy a nejsou schopny rozlišit různá stadia zralosti kávových třešní.

A když si člověk uvědomí, jak pomalu mu jde na zahrádce trhání třešní, je představa ruční sklizně mnohakilometrové plantáže naprosto neskutečná.



Obsluhuji s upřímnou radostí

Po několika dnech strávených na plantážích jsme se podívali také do zpracovatelských závodů. Proces, který tu vede od sklizené kávové třešně k sáčku kávy, je velice dlouhý a složitý, navíc metod zpracování existuje hned několik. Byli jsme svědky toho, že Salvadorci pracují s mixem předpotopných a moderních technologií, vždy však s pečlivostí a láskou ke kávě. Surovinu důsledně třídí dle její kvality, přičemž ty nejlepší jakosti opět zpracovávají pouze ručně.

Na domácím trhu však o špičkovou kávu, jak ji známe z moderních evropských kaváren třetí vlny, nezavádíte. Místní lidé jsou zvyklí na specifický druh kávy spíše hořké chuti a silnějšího pražení. Pijí ji nejčastěji filtrovanou, hrníček espressa je v regionu raritou.

V druhé polovině pobytu nás čekal přesun do hlavního města San Salvadoru a návštěva finále národní baristické soutěže na místním výstavišti. Špičkoví baristé ze Salvadoru v přátelské

a otevřené atmosféře prokázali velmi dobrou úroveň a nejlepší z nich postoupil do světového finále pořádaného mezinárodní asociací výběrové kávy SCAE.

A když jsme u těch pozitivních dojmů, snad nejvíc ze všeho nás uchvátila místní gastronomie a hospitality. V Salvadoru totiž absolutní pohostinnost začíná už v okamžiku, kdy se jenom přiblížíte k restauraci. Ve venkovním fastfoodovém posezení se tam o hosty starají lépe než v mnohé české vyhlášené restauraci.

„Co pro vás mohu udělat?“ „S velkým potěšením vás budu provázet dnešní večeří.“ „Dělá mi velkou radost vás obsluhovat.“

Veškerou komunikaci s radostí přijímáte a tak nějak cítíte, že to ti lidé myslí skutečně upřímně. Přesto (anebo právě proto), že vám servírují fastfoodové jídlo na plastový talíř. I ty nejjednodušší pokrmy přitom dostanete velice moderně a vkusně naaranžované, navíc jsou vždy pouze z čerstvých surovin.

Nejčastěji v Salvadoru narazíte na národní pochoutku – placičky pupusas. Těsto z kukuřičné mouky, vody a oleje kuchaři vylepšují různými náplněmi, například krevetovou, fazolovou, škvarkovou nebo kuřecí. Pupusas dostanete všude, třeba i ve stáncích kolem silnic, jedna placka obvykle stojí jeden americký dolar.

Za dva týdny cestování po nepříliš známé střeoaamerické zemi jsme poznali proces práce s kávovým zrnem od plantáže až po baristickou soutěž. Potkávali jsme lidi, kteří se trmácěji několik kilometrů denně s těžkým pytlém kávy na zádech, z materiálního hlediska toho vlastní mnohem méně než my, ale přesto vypadají daleko šťastnější. Letmo jsme nahlédli do tajů výroby kakaa a rumu, vystoupali v extrémní vichřici na vrchol sopky a před odletem si odpočinuli na pláži a smočili se v Tichém oceánu.

Až se příště řekne Salvador, budeme moc dobře vědět, oč jde!



Předrevoluční Gastro Junior ovládly Most a Polička

Desítky soutěžících v několika soutěžních kategoriích a jedna velká novinka – tak lze charakterizovat polokulatý 25. ročník tradiční soutěže studentů středních hotelových škol Gastro Junior Brno, který se od čtvrtka 17. do neděle 20. ledna uskutečnil na brněnském výstavišti. Pod taktovkou České barmanské asociace studenti soutěžili v oborech Barman, Barista a nově také Teatender a Číšník. Asociace kuchařů a cukrářů zajistila soutěž pro obory Kuchař a Cukrář.

TEXT: MICHAEL LAPČÍK

Čajové soutěže juniorů sice CBA organizuje již několikátým rokem, na brněnském výstavišti se však tato kategorie objevila poprvé. Úplnou novinkou v repertoáru CBA se však stala soutěž číšníků. A její vedení přiznává, že má v této kategorii velké plány. „Naší snahou je přiblížit soutěžní náplň realitě dnešních moderních gastronomických provozů,“ vysvětluje prezident CBA Aleš Svojanovský.

Na letošním ročníku číšníci kooperovali dle svého výběru buď se spolužákem baristou, nebo teatenderem. Zatímco jejich kolegové se za pultem snažili připravit co nejlepší kávu, čaj a míchané drinky, číšníci „na place“ dbali o správný servis nápojů. Prostírali stoly, starali se o hosty od jejich příchodu po odchod, vysvětlovali nabídku ve vlastnoručně vyrobeném menu. Situaci jim ztěžoval i fakt, že jeden z hostů mluvil anglicky.

Z celkového počtu 25 zúčastněných číšníků získala od komise nejvíce bodů Dominika Hoffmannová ze SHŠ Bukaschool Most. Druhým nejlepším servisem se prezentovala Nikola Varvařovská z brněnské SŠ Charbulova, trio na stupních vítězů doplnila Eliška Syrůčková ze stejné brněnské školy.

Letošní soutěží Gastro Junior snahy CBA o oživení práce s číšníky zdaleka nekončí. Naopak, šlo o předzvěst dalšího plánovaného progresu. V příštím roce má totiž v této soutěži dojít k velké revoluci, kdy budou mezi sebou zápolit nikoliv jednotlivci jako doposud, ale školní

týmy složené z barmana, baristy, teatendera, číšníka, kuchaře a cukráře.

„Toto pojetí nejenže zvýší atraktivitu soutěže a ve své podstatě nasimuluje dění v reálné restauraci, ale také ukáže, jak na tom která škola vlastně je, co se komplexního přístupu k vyučování gastronomických oborů týče,“ těší se Aleš Svojanovský už teď na rok 2020.

Čtvrtečního barmanského klání se na brněnském výstavišti zúčastnilo 24 juniorských barmanek a barmanů, kteří sem přijeli z různých koutů republiky od Mostu po Kroměříž. Jejich úkolem bylo vytvořit fancy koktejl, přičemž museli použít minimálně dva centilitry rumu Captain Morgan.

Budoucí profesionální barmani ve svých recepturách často sahalí také po sirupech značky Monin nebo ovocných džusech Cappy, k vidění byla i práce s méně tradičními ingrediencemi. V drincích se objevily například čokoládové bitters, rozmarýn, anglická slanina, pomerančová marmeláda, sněhová emulze, švestková povídla, řapíkatý celer, tabasco nebo sójové mléko.

Nejvíce bodů od odborné komise v konečném součtu za svůj výkon získala Kateřina Vymazalová ze SOŠ a SOU Polička. Její koktejl Perla moře obsahuje Captain Morgan White Rum, Becherovku, sirup Monin Fleur de Sureau, Nestea Green Ice Tea Strawberry, nápoj z Aloe Vera, limetový fresh a přesně čtyři květy modrého čaje. Právě užití květů byliny s latinským názvem clitorie ternatea bylo zajímavým nápa-

dem, jenž drinku přinesl atraktivní fialovou barvu. Jako druhá se umístila Barbora Kociánová ze SŠG Svidnická a na třetím místě skončila Eliška Doušková ze SŠHG Praha-Klánovice.

Přihlásit se do soutěže teatenderů tentokrát našlo odvalu osm středoškoláků, kteří nad svými čajovými moři (pracovní deska teatenderů) připravovali klasické čaje z portfolia značky Dilmah, konkrétně z edice T-series, a také vlastní nealkoholické čajové koktejly.

Vítězkou kategorie teatenderů se stala Dominika Hoffmannová ze SHŠ Bukaschool Most. Do svých mocktailů použila čaje Dilmah Green tea with Jasmine Flowers a Dilmah Prince of Kandy, ale také bazalku, okurku, levandulový sirup či růžový pepř.

Na stříbrné příčce se umístila Tereza Holková z ISS Slavkov u Brna a třetí místo brala Anh Tran My ze SŠ Charbulova Brno.

V jihomoravské metropoli se mezi sebou utkali také juniorští baristé. Celkem 17 účastníků se poměřovalo v přípravě několika druhů kávových nápojů, mezi něž patřilo espresso, cappuccino, espresso macchiato, latte macchiato, lungo a caffè americano.

Za kávovarem se dle bodování komisařů nejlépe vedlo Ondřeji Kaňkovi ze SOŠ a SOU Polička. Na druhé příčce se umístila Martina Bártová z HŠVP a OA Jeseník a třetí skončila Nicola Carajiová ze SHŠ Bukaschool Most.

Další velkou juniorskou soutěží bude AHOL Cup, jenž se uskuteční 27. února v Ostravě.



Plán akcí České barmanské asociace pro nadcházející období

17.2.2019	nominační kolo Calvados Nouvelle Vogue International Trophies	JCC, PCC, journalist
27.2.2019	Ahol Cup	JCC, JMK, JTC, JBC
14.3.2019	Mattoni Grand Drink Junior 2019 - O pohár náměstka hejtmána moravskoslezského kraje	JCC
17.3.2019	Výroční členská schůze České barmanské asociace 2019	
2.4.2019	Mattoni Grand Drink 2019 - nominační kolo CBA	PCC
12.4.2019	ABZAC HANDS UP 2019	
12.4.2019	Grand Prix CBA	The Best Bartenders
16.4.2019	Spring Flair Bartending Competition	JFC, PFC
7.5.2019	Žatecký Cup	JCC, JBC

VYSVĚTLIVKY: JCC - junior cocktail competition, JFC - junior flair competition, JMK - junior mistr kávy, JTC - junior teatender competition, JBC - junior beer competition, PCC - professional cocktail competition, PFC - professional flair competition, PMK - profi mistr kávy



Zemřel emeritní barman Zdeněk Vondráček

Dne 20. ledna ve věku 78 let zemřel dlouholetý člen CBA, jedna z významných osobností gastronomické a barové scény a člen Emeritního klubu CBA, vážený pan Zdeněk Vondráček. Působil v pardubických podnicích Veselka a Zlatá štika i brněnském Intercontinentalu. Zdeněk Vondráček byl v roce 1988 jedním ze zakladatelů Šejkr klubu, jenž předcházela České barmanské asociaci. Přetiskujeme medailonek vydaný v roce 2014 k příležitosti ustanovení Emeritního klubu CBA.

Hrál se svými hosty kulečník v hernách, kde se tajně hrály karty o peníze. Byl součástí týmu, který testoval tehdejší československý prémiový alkohol před uvedením na trh. A konečně stál také u založení dnešní České barmanské asociace. Ale aby se dostal k důležitým záležitostem, musel, stejně jako všichni ostatní, projít všedností každodenního gastronomického provozu ve všech jeho možných podobách.

Zdeněk Vondráček se jako vyučený číšník už od mládí poohlížel po barmanském řemesle. Jenže šéfové byli v tomto ohledu nekompromisní. „Až ti bude čtyřicet, tak bar dostaneš. Možná. Předtím musíš projít všemi ostatními středisky,“ říkali. Tehdy bylo nemyslitelné, že by se mladý člověk mohl ihned postavit za bar, jak je dnes zcela běžné.

Ještě jako učeň v pardubickém hotelu Veselka se dostal k práci v hotelové herně. Tehdy v celém státě existovalo jediné kasino – v Karlových Varech. Hernou se myslela místnost s kulečníkem a šachovými i karetními stolky.

„Pokud přijela policejní kontrola, nepočítalo se za zakázaný hazard všech 23 mariášových

karet rozdaných hráčům. Jestli ale byly karty na stole v kupičce, šlo o oko,“ popsal Zdeněk Vondráček zákonitosti tehdejší nelegální zábavy. Hodně času trávil také u karambolového kulečníku. „Musel jsem denně trénovat, abych ho ovládal. Jako zaměstnanec jsem měl v popisu práce porážet hotelové hosty,“ přidal k dobru.

K zajímavé práci se dostal jako zaměstnanec pardubického hotelu Zlatá štika. Na jeho půdě působil ve zkušební skupině, jež testovala výrobky závodu Kord. Ty patřily k tomu nejlepšímu, co opouštělo brány československého lihovarnického průmyslu. Zvláště kvalitní gin vždy odjížděl z mezinárodních soutěží s medailí. Barmani nápojovou produkci ochutnávali a vyladovali.

„Měli jsme k tomu vlastní chuťové know-how a literaturu. Řídili jsme se také zemí určení. Věděli jsme, že export do USA a Kanady musí být sladší, aby vyhověl vkusu tamních konzumentů,“ povídal Zdeněk Vondráček o zajímavé anabázi z druhé poloviny 60. let, kterou ukončil nástup normalizace a s ní spojená výměna výrobních náměstků.

Režim samozřejmě zasahoval také do možnosti obyvatel získat zahraniční pracovní zku-

šenosti. Někteří si však cestičky přece jen našli. „Odjel jsem třeba na pět týdnů s cestovní kanceláří do Itálie. Získal jsem potřebných devět úředních razítek od uličního výboru po policii a vyrazil. Zájezdového programu jsem se však neúčastnil, místo toho jsem pracoval třeba s barmanem na pláži. Pak jsem se zase v klidu vrátil s cestovkou,“ vysvětlil Zdeněk Vondráček.

Zbytek totality prožil v brněnském hotelu Intercontinental. Ještě v roce 2011 provozoval vlastní aperitiv bar v Pardubicích. Aby se nezapomnělo, Zdeněk Vondráček byl v roce 1988 jedním ze zakladatelů Šejkr klubu, předchůdce České barmanské asociace. Sdružení primárně sloužilo k profesnímu školení mladých lidí.

Protože tehdy končící režim barmanskou profesi příliš nepodporoval, muselo se opět přemýšlet nad klíčkami. „Kdo chtěl pracovat v naší branži, působil pod Českou vědeckotechnickou společností, v níž se sdružovala řada expertů z akademie věd. Profese se přejmenovala z barmanství na techniku obsluhy. Tato značka už byla nezávadná,“ dodal Zdeněk Vondráček na konec svého povídání.



TOP GASTRO & HOTEL

13. MEZINÁRODNÍ VELETRH GASTRONOMIE A ZAŘÍZENÍ PRO HOTELY A RESTAURACE

souběžně s veletrhem cestovního ruchu



HOLIDAY WORLD

21. – 24. 2. 2019

Výstaviště Praha – Holešovice

NA VELETRHU NAJDETE:

- firmy se zaměřením na vybavení hotelů, penzionů a restaurací
- služby v oblasti gastronomie a hotelnictví
- gastronomii a chutě z různých koutů světa

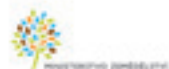
**OCHUTNEJTE
CESTOVÁNÍ**

www.top-gastro.cz



Pořádá:
ABF EXPO PRAHA s.r.o.

Partneři:



OFICIÁLNÍ VOZY



Go Further

Nejlepší hudební drink namíchal Tomáš Nyári



„Vykašlal se“ na hudební vzory, prostě vzal všech pět písmenek ze slova hudba a na každé napasoval jednu obsaženou surovinu.

Vytvořit fancy koktejl inspirovaný hudbou. Stručné, ale pro někoho možná obtížné zadání měl čtvrtý ročník barmanské soutěže Apotheke Real Bartenders Competition, jenž se na konci minulého roku uskutečnil v českokrumlovském baru Apotheke. Šlo o poslední soutěž pod hlavičkou CBA o Barmana roku 2018 v kategorii „professional classic“.

Jediným omezením kreativního rozletu sedmičky zúčastněných barmanů byla nutnost použít jako bázi drinku minimálně dva centilitry whisky Johnnie Walker Double Black. V jejích chutích dominují whisky z ostrova Islay jako Lagavulin, Talisker nebo Caol Ila, které vytvářejí kouřový charakter Double Blacku. Díky tomu, že blend před stáčením dozrává několik měsíců v sudech, jsou chutě ve whisky sametově propojené a jemné.

Soutěžící při svých vystoupeních poodhalili svůj hudební vkus, drinky se míchaly za pestřích rytmů od Leoše Janáčka po krále rapu Tupace. Nakonec však zvítězil ten nejméně hudebně zaujatý ze všech – Tomáš Nyári z litoměřického restaurantu Capra s koktejlem Winter New Fashion.

„Vykašlal se“ na hudební vzory, prostě vzal všech pět písmenek ze slova hudba a na každé napasoval jednu obsaženou surovinu. „Trochu jsem se bál, jestli ten příběh nebude až moc jednoduchý. Nemám vyhraněný styl, poslouchám prakticky cokoli, takže jsem se musel se zadáním poprat,“ přiznává Tomáš Nyári.

Písmeno H tedy značí hlavní bázi – Johnnie Walker Double Black. U je zimní sirup z univerzální směsi koření v klasickém složení skořice-hřebíček-badyán. Písmenem D začíná slovo domácí, v tomto případě jde o domácí aroniový cordial. B odkazuje na bitters z čokolády, vanilky a badyánu a A znamená střík absintu. Vítězný drink je suchý, obsahuje sezónní chutě a nechává výrazně promlouvat použitou bázi. Podává se s mixem několika druhů soli a skořicovo-badyánovo-hřebíčkovými bonbóny.

Na druhém místě skončil Jan Šebek z pražského baru L’Fleur a třetí příčku obsadil domácí Robert Weis. Ten se také stal celkovým Barmanem roku za rok 2018, přičemž měl tento titul díky velkému bodovému náskoku na čele průběžné tabulky jistý již před soutěží v Apothece.

Mezi zajímavými surovinami, které barmani ve svých recepturách použili, se objevily kolové bitters, klarifikovaný jablečný džus, pивní redukce, cordial z rozinek a ječmene či ochucený led.

Porotci ocenili vyrovnanou úroveň předvedených soutěžních výkonů, kterou ilustrují jen těsné rozestupy v hodnocení komisařů. „Drinky byly různé, stejně jako kreativní postupy soutěžících. Oslovila mě i příjemná rodinná atmosféra Apotheke. Až mě mrzí, že se soutěže nezúčastnilo více barmanů – určitě by jí to slušelo,“ dodává Michal Marešovský, brand ambassador společnosti Stock Plzeň-Božkov, s.r.o., jenž byl jedním z hodnotitelů soutěže.

MICHAEL LAPČÍK

Inovace a elegance...

Nová řada výjimečných zařízení
pro výjimečné lidi.

MERIDA UNIQUE
SILVER LINE



 **Merida**[®]

SANITÁRNÍ ZAŘÍZENÍ A HYGIENICKÉ POTŘEBY

CENTRÁLA ČR

Merida Hradec Králové, s.r.o.

Zemědělská 898

500 03 Hradec Králové

tel.: +420 495 545 924

mobil: +420 605 255 689

e-mail: office@meridahk.cz



Kompletní řada na:
www.merida.cz



dveřní a vratové systémy

Automatické dveře

Turniketové dveře

Průmyslová vrata

Vratová těsnění

Vyrovnávací můstky

Protiprůvanové vratové clony

Požární uzávěry

Garážová vrata a vratové pohony

