SVĚT BARMANŮ

OFICIÁLNÍ ČASOPIS ČESKÉ BARMANSKÉ ASOCIACE

červenec - srpen 2020

Jak na dokonalé cappuccino z rostlinného mléka

Češi umí vařit a pít pivo, skutečný cider ale musí teprve objevit

Prezident CBA Aleš Svojanovský:

Některé kroky vlády v čase pandemie byly nepochopitelné

Prezident CBA Aleš Svojanovský:

Některé kroky vlády v čase pandemie byly nepochopitelné

Není moc oborů, které by krize kolem nákazy Covid-19 postihla více než bary, což bude mít pro některé podniky bohužel fatální následky. „Nejhorší je kombinace vysokého nájmu a lokality závislé na turistech," upřesňuje v rozhovoru o následcích koronaviru pro nápojovou gastronomii prezident České barmanské asociace Aleš Svojanovský.

TEXT: **MICHAEL LAPČÍK, ALEŠ SVOJANOVSKÝ** FOTO: **ARCHIV CBA**

V jaké kondici přestály české bary bezprecedentní pandemickou krizi?

Pro svět gastronomie ve všech jejích možných formách jde bezpochyby o největší krizi, co se rozsahu a doby trvání týče. A je třeba si uvědomit, že nás s největší pravděpodobností to nejhorší teprve čeká – tím myslím dopady navazující ekonomické krize způsobené neustálým vyvoláváním hysterie sdělovacími prostředky, strašením katastrofickými ekonomickými scénáři či dalšími vlnami epidemie. Ostatně to není tak dlouho, co náš obor zasáhla podobná hysterie a mnohá, absolutně nesmyslná opatření a byrokratická nařízení v souvislosti s distribucí nelegálního alkoholu. Náš obor tehdy doplatil na neschopnost a laxnost státu při kontrolování výroby alkoholu. Další ekonomický zářez nám všem způsobilo zavádění EET, které započalo kde jinde než v gastronomii.

Co si tedy o celé situaci myslí naši členové, barmani a provozovatelé barů? Jak ji přežili?

Mnozí se pustili do revitalizace provozoven a realizovali věci, na které při práci v gastronomii většinou v režimu 24/7 prostě nemáte čas. Všichni se snažili inkriminované období nějak přečkat, ale cítil jsem, jak jim s nepochopitelnými kroky při rozvolňování opatření již dochází trpělivost. Například povinnost zavřít podnik ve 23 hodin byla absolutním nesmyslem, který neměl žádné opodstatnění. Copak se mohu jinak nakazit ve 23 hodin a jinak o půlnoci? Trochu to vypadá, jako by vedení této země mělo za to, že je potřeba gastronomii zlikvidovat. Aniž by si uvědomovalo, že gastronomie a cestovní ruch jsou odvětví s minimálním dopadem na životní prostředí, a navíc přinášejí do státní kasy nemalé peníze.

> ***Pandemie prověří nejen naši schopnost odolat nepřízni osudu, který postihl nás všechny bez rozdílu, ale také umění nastartovat všechny dovednosti potřebné k návratu do normálu.***

Převládá nyní za barovými pulty spíše optimismus, nebo černé vyhlídky?

Je to zhruba padesát na padesát v závislosti na stabilitě konkrétního podniku na trhu nebo lokalitě. Krize samozřejmě nejvíc dopadla na ty, kdo podnikají v pronajatých provozovnách s vysokým nájmem a v lokalitách závislých na turismu. Pro ty je situace nejsložitější a v mnohých případech bohužel zřejmě bude i fatální. Podniky postavené na domácí klientele se velmi pozvolna vzpamatovávají, jenže nyní musí čelit typicky útlumovému letnímu období. Budou tedy netrpělivě čekat na září a doufat, že si k nim lidé najdou cestu.

Myslíte, že v barovém světě existuje nějaká obecně platná strategie, jak se s krizí vypořádat?

Srdcaři, kteří gastronomii milují, jistě ve svém snažení vytrvají a budou s maximálním úsilím pracovat na rozvoji a modernizaci svých podniků, personálu a nabízených produktů. V mnohých podnicích jistě dojde k zúžení nabídky a orientaci na kvalitu a udržitelnost. Naopak zcela jistě není cestou jakékoliv zlevňování. Ceny vstupů, zejména potravin, dramaticky rostou, takže by se v gastronomii mělo logicky zdražovat. Navíc průměrná hodinová mzda v gastronomii je jednoznačně nejnižší ze všech oborů. I nekvalifikované pracovní síly a dělníci běžně berou téměř dvojnásobek!

Reprezentovat gastronomii v jednáních s čelními představiteli státu se jala nově a improvizovaně vzniklá asociace Apron. Jak tento krok hodnotíte a neměla se o něco podobného pokusit i CBA?

Kritická situace vedla ke krizovým krokům, jejichž cílem bylo pomoci řešit situaci. Zkusili to i úspěšní pražští podnikatelé v restauračním byznysu s ambicí ovlivnit díky kontaktům některé kroky vlády. Ale řekněme si na rovinu, že pokud jsou hysterie a opatření v podstatě celosvětová, žádná CBA, AHR ČR, Apron či jiná asociace nemá šanci nic změnit.

Naše Česká barmanská asociace po celou dobu epidemie přinášela na svém webu aktuální informace a umožnila všem zdarma inzerovat svoje sdělení, nabídky pomoci i nabídky zaměstnání. Samozřejmě jsme reagovali na všechny dotazy lidí z oboru a našich členů. Snažili jsme se maximálně pomoci a snažíme se o to doposud.

Jaké vlastně byly aktivity CBA v době nejhorší krize? Nejviditelnější činnost – soutěžení v různých kategoriích – nebyla možná, takže asociace opticky ustoupila do pozadí.

Pracovali jsme, jak nám to situace umožňovala. Tvořili jsme nový moderní web asociace a připravovali aktivity, které se budou konat na podzim. Jak jsem již zmínil, fungovali jsme na telefonu a e-mailech pro všechny, kteří o to měli zájem a potřebovali to. Byli jsme také ve spojení s vedením IBA a dalšími světovými barmanskými asociacemi, které poskytovaly identické informační služby. V době, kdy byly uzavřeny všechny instituce včetně například všech škol, snad ani nemá smysl hovořit o nějakém ustoupení do pozadí. To je úsměvné. Naopak, jsme stále připraveni rozběhnout všechny naše aktivity.

Kdy zase uvidíme mladé baristy nebo teatendery na soutěžních pódiích?

Je jasné, že startem soutěžní sezony bude zářijové otevření gastronomických škol. Podzimní soutěže pro barmany, baristy, teatendery i pivní specialisty připravujeme již nyní.

Máme nějaké zprávy od partnerů pořádajících soutěže profesionálů, které spadají pod Czech Bartenders League?

Situaci kolem brandových soutěží našich partnerů zatím monitorujeme a čekáme na konkrétní sdělení. Již dnes je ale jasné, že soutěžní rok 2020 a 2021 bude spojen do jednoho ročníku a vítězové Czech Bartenders League a Czech Flair League pojedou na mistrovství světa v roce 2022. A vítězové roku 2019 pak na mistrovství světa v roce 2021, které IBA z letoška přesunula. Tento scénář kopíruje většina světových barmanských aktivit a soutěží.

A co oblíbená konference Abzac hands up? Letos už ji uspořádat nestihnete?

Březnový termín jsme měli produkčně kompletně připravený a epidemie nám ho zhatila pár dnů před jeho uskutečněním. Nyní komunikujeme s našimi partnery a vypadá to, že oblíbený Abzac hands up! odstartuje barmanské aktivity roku 2021. Předběžně to vypadá na konec února. A první finále Czech Bartenders League se odehraje právě zde!

Jaké jsou vize asociace pro následující roky?

Jedním z hlavních cílů je pomoci změně nastavení současných vzdělávacích parametrů pro číšnické obory, jejich modernizace a uvedení v soulad se současnými potřebami gastronomie jako celku. Potřebujeme absolventy vzdělané moderním způsobem ve školách po celé zemi. Bez toho se gastronomie směrem k vyšší kvalitě poskytovaných služeb sotva pohne. Se stavem personálu bojovala před epidemií většina podniků v Česku a situace se určitě nezmění ani po ní. Dalším cílem je zjednodušení a modernizace všech aktivit, které CBA realizuje. Zaměříme se určitě na ty, které jsou atraktivní pro pracovníky z gastronomie a odborné pedagogické pracovníky škol s gastronomickým zaměřením.

Mixologická a pivní sekce CBA dlouhodobě nemají vedoucího. Limituje to nějak činnost sekcí a je na stole nějaké řešení?

Souhlasím s tím, že mít sekci bez zapáleného vedoucího s vizí není optimální a je to samozřejmě jeden z problémů, které je potřeba řešit. O sekci Czech Mixologist se aktuálně stará I. viceprezident CBA Martin Vogeltanz, který řeší všechny soutěžní aktivity. Vzhledem k tomu, že je uznávaným barmanem v celosvětovém měřítku, věřím, že činnost sekce rozběhne. Sekce Czech Beer Specialist, kterou nyní z pověření vede manažer centra Abzac Radek Poláček, všechny soutěžní aktivity naplňuje, ale dále se nerozvíjí. Tady bychom uvítali nadšeného odborníka přes pivo, který by se aktivit ujal a dodal jim dlouhodobý směr. V této sekci existuje velký potenciál a je škoda, že jsme ho zatím nevyužili.

Asociace provozuje centrum Abzac jako místo pro setkávání a vzdělávání svých členů, ale i k soukromým komerčním pronájmům. Jak se na obou frontách daří po pandemii zajišťovat jeho vytíženost?

Bavíme se o exkluzivním místu pro pořádání soutěžních, vzdělávacích, konferenčních, teambuildingových, společenských a kulturních akcí. Nádheru vnitřních prostor podtrhla výjimečná výstava obrazů akademického malíře Oldřicha Eichlera, kterou jsme sem nedávno instalovali. Máme radost z každé pozitivní zpětné vazby od našich partnerů nebo komerčních zákazníků, vždyť mnozí v Abzacu pořádali už několik akcí. Nicméně od uzavření z důvodu epidemie žádná větší akce neproběhla a myslím, že návrat ke slibně rozběhnutému byznysu bude poměrně dlouhý. To dává příležitost partnerům i členům CBA, kteří zde mohou v případě zájmu uspořádat svoje oborové, vzdělávací či soukromé akce a aktivity za velmi speciálních podmínek.

Ať skončíme radostně – dá se na celém covidu a všech jeho důsledcích najít z pohledu nápojové gastronomie něco pozitivního?

Pandemie prověří nejen naši schopnost odolat nepřízni osudu, který postihl nás všechny bez rozdílu, ale také umění nastartovat všechny dovednosti potřebné k návratu do normálu. Všem bych chtěl touto cestou popřát hodně sil a pevné nervy! Bude to fuška, ale s pozitivním myšlením a nadšením pro věc to společně jistě opět zvládneme.

Staronový prezident: Chci vyvést asociaci ze svízelné situace

Co nejrychleji obnovit všechny aktivity asociace po koronavirové krizi, revidovat vzdělávání na českých gastronomických školách a vytvořit podmínky pro rozšiřování členské základny. Takové jsou základní programové body staronového prezidenta CBA Aleše Svojanovského pro funkční období 2020-2024.

Prezidenta volili členové na výroční členské schůzi CBA, která se konala v pondělí 29. června v centru Abzac. Aleš Svojanovský byl jediným přihlášeným kandidátem, téměř čtyři desítky volitelů rozhodly jednomyslně bez výjimky.

Ve vizi prezidenta pro následující období nemůže chybět reakce na koronavirovou pandemii. „Chci vyvést asociaci z aktuální svízelné situace způsobené opatřeními vlády. Pokusím se rozběhnout maximum pozastavených aktivit, stejně jako sanovat ekonomické ztráty způsobené výpadkem našich aktivit a příjmů v souvislosti s vládními opatřeními," předeslal Aleš Svojanovský.

Kromě toho plánuje vytvořit podmínky pro trvalý nábor a motivaci nových členů CBA, dokončit zahájenou přípravu kom-

plexního a moderního vzdělávacího systému a vždy umožnit nadšeným členům asociace se realizovat. „Počítejte s tím, že bude muset dojít i na nepopulární rozhodnutí, bez nichž však není možné postoupit dopředu," prohlásil.

Dalším tématem členské schůze bylo převzetí agendy po zaniklé Asociaci číšníků ČR. Z rukou její předsedkyně Blanky Musilové symbolicky přebrala CBA finance ve výši 37.500 Kč, který zbyl po činnosti zaniklé asociace. V budoucnu by měla v CBA vzniknout samostatná sekce číšníků či gastronomického servisu, která se bude touto problematikou zabývat.

Definitivně také zaznělo, že z pandemických důvodů se letos neuskuteční oblíbený Abzac hands up! Nový termín konání show, jejíž součástí je i finále Czech Bartenders League, připadne na první kvartál roku 2021.

Česká barmanská asociace v současnosti eviduje 116 plných a 742 základních členů.

Člen Emeritního klubu CBA Miroslav Černík:

Kiwi mi před revolucí do baru vozili hosté z Německa

Mají za sebou bohatou profesní dráhu, čímž se z nich staly respektované gastronomické osobnosti. Členové Emeritního klubu CBA mají i dnes co říct, proto jsme se rozhodli na stránkách Světa barmanů každého z nich postupně krátce vyzpovídat. Jako první odpovídá Miroslav Černík, exviceprezident a člen odborné rady CBA.

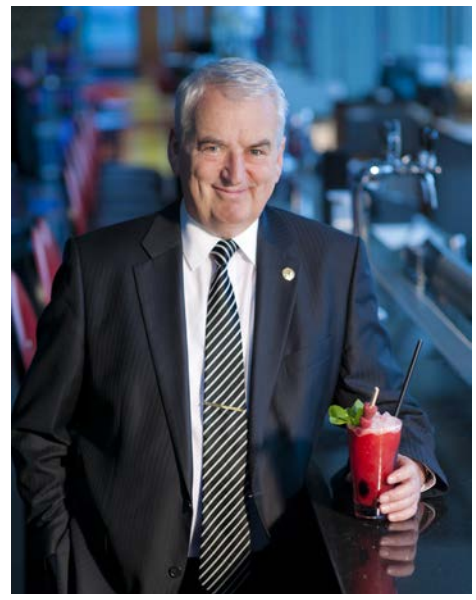
TEXT: **MICHAEL LAPČÍK, MIROSLAV ČERNÍK** FOTO: **ARCHIV CBA**

S oborem jste se seznámil v roce 1961 absolvováním barmanského kurzu u B. H. Reimanna. Nakolik odlišné bylo tehdejší barmanství ve srovnání s dneškem?

Nyní s odstupem času musím říct, že to bylo klíčové setkání, které rozhodlo o mém dalším profesním nasměrování. Fotka Harryho Reimanna i s jeho osobním věnováním dodnes zdobí mou knihovnu a s nostalgií se k ní vracím. V té době jsem měl jako student pardubické hotelové školy do barového provozu ještě daleko, nicméně to barmanské semínko bylo ve mně zaseto a začalo klíčit. Skutečný barový život jsem vnímal tak trochu na dálku a je tedy těžké definovat tehdejší barmanskou scénu. Každopádně to tenkrát bylo řemeslo mnohem jednodušší a ne tak rozšířené jako dnes. V Praze sice fungovala spousta zajímavých barů, kam jsme se chodili dívat, jak se toto řemeslo dělá, ale v porovnání s dneškem šlo jen o zlomek. Populární tehdy byly dlouhé drinky a mezi nimi vedl univerzální Bitter Long. Objednávali jste si ho hláškou „Prolonguj mi Bittera", což znamenalo, že barman má nalít do sklenky s ledem Cinzano Bitter a dolít ho sodou. Některé drinky byly poplatné své době i názvem, takže například vodce s džusem se říkalo Sputnik.

V hospitality se tedy pohybujete bezmála 60 let, to je pro mladší lidi nepředstavitelné číslo! Uměl byste popsat vývoj barmanství v Československu a České republice za celé toto období?

Ano, 60 let je dlouhá doba. Vývoj barmanství byl u nás postupný, přičemž gradoval sametovou revolucí koncem osmdesátých let a prudkým rozmachem soukromých barů a vysokým nárůstem barmanského podnikání počátkem devadesátých let. Léta tomu předcházející byla nejvíce poznamenána chybějícími produkty. Věděli jsme, že se za hranicemi popíjí Campari, Bacardi, Martini, Grenadina, a na zdobení tam mají širokou škálu ovoce, hlavně tropického. Tedy komodity v té době u nás nedostupné. Proto jsme si v domácích podmínkách



pomáhali, jak jen jsme uměli, a v recepturách jsme tyto produkty nahrazovali home made ingrediencemi. Používalo se kdeco. Od láku z okurek přes celerový vývar až po domácí sirupy a džemy od babičky. Výrazným rysem sedmdesátých let byla vysoká profesionalita personálu v gastronomii. Za dobrý příklad poslouží otevření hotelu InterContinental v Praze v roce 1974, kdy se do čela hotelu postavila velice silná generace českých gastronomických odborníků a profesionálů. Tito lidé ještě zažili prvorepublikovou dobu, většinou za sebou měli gastronomickou praxi ve Francii nebo jinde v západní Evropě, a věděli, jak se chovat k hostovi. Díky tomu vznikl v té době u nás v republice nejmodernější hotel s nejvyšší možnou profesionální gastronomickou úrovní.

Zmínil jste celerový vývar, který jste v InterContinentalu v 80. letech použil do jednoho svého drinku. A to zdaleka nebyla jediná domácí ingredience, s níž jste v mixologii pracoval. Jaký jste s touto filozofií získal ohlas v době, které vládla spíše instantní, prefabrikovaná a průmyslová řešení?

Motivace byla stejná jako u dnešní generace barmanů, kteří chtějí přicházet s novými koktejlovými recepturami a hledají k tomu vhodné suroviny. My jsme je tehdy neměli, ale už tehdy jsme cítili, že domácí ingredience mohou být vhodným zdrojem inspirace. Proto jsem se na ně zaměřil a na mém barovém lístku v soutěži Gastroprag 1986 se tak objevila nealko limonáda z domácího bezinkového sirupu, meruňková marmeláda v kombinaci s ginem a ledovou tříští nebo celerový vývar s tomatovým džusem jako vylepšená Bloody Mary. Velmi progresivní novinkou pak byl Drink Pražského Rabína, židovský aperitivní cocktail postavený na ginu, česneku a skořici. Největší a dlouhodobý ohlas však sklidil long drink Kiwi dělá divy.

Myslel jsem, že kiwi tehdy bylo zcela nedostupné.

Hoteloví hosté mi jej na základě dobrých vztahů vozili z Německa a já z toho vytvořil zajímavý koktejl. Ještě nedávno se mi ozvala jedna novozélandská společnost, zda bych jí mohl dát souhlas s použitím názvu a všech detailů spojených s recepturou. Chtěla touto formou propagovat kiwi jako typický symbol Nového Zélandu. Na základě mého účinkování na Gastroprag jsem získal dvouletý kontrakt v nočním baru v německém Wiesbadenu. Jako barman jsem tam sbíral cenné zkušenosti, které jsem následně uplatnil u nás v nově vznikající barmanské asociaci pod vedením Bohumila Pavlíčka. Šlo zejména o tropické koktejly, jejichž oblibu si němečtí hosté přiváželi ze svých dovolených v Karibiku.

Kdybyste mohl určit, jak bude česká gastronomie vypadat v následujících letech, co by se dělo?

Rád bych se ještě dočkal doby, kdy v české gastronomii opět zavládne onen prvorepublikový duch lásky k práci, vysoké profesionality za barem i v restauracích, hrdosti personálu na to, že patří k významnému cechu. Zkrátka doby prodchnuté stavovskou ctí a loajalitou. Z hotelových škol budou vycházet absolventi nabití odbornými znalostmi a chutí do práce. A do restaurací začnou proudit hosté v očekávání krásného zážitku. Obsluhovat je nebudou číšníci s potetovanými pažemi v džínách a teniskách, ale příjemně a mile se tvářící personál. Doufám, že se alespoň část tohoto snu vyplní.

drink měsíce

Bar, který neexistuje (Brno)

FOTO: OLDŘICH HRB

Garibaldi

ingredience:
4 cl Campari
8 cl pomerančové šťávy
1 cl Cointreau

V brněnském Baru, který neexistuje vyhlásili podvečer časem aperitiva a nabízejí denně v tomto čase několik nahořklých koktejlů navozujících chuť k jídlu. Patří mezi ně i lehce upravený klasický drink Garibaldi. Na rozdíl od světově proslulého originálu obsahuje navíc trochu pomerančového likéru Cointreau, což koktejlu dodává extra nádech suchosti citrusových kůr. Krásného napěnění drinku barmani docílí pomocí tyčového mixéru.

Bageterie Boulevard otevřela dvě nové pobočky

Další dvě pobočky pro své zákazníky otevřela Bageterie Boulevard. Nové návštěvníky přivítaly restaurace v Brně a Drážďanech. Bageterie Boulevard tak má v Evropě celkem 46 poboček, další dvě provozovny se nacházejí v Dubaji. Do konce roku plánuje další expanzi a překročení hranice celkových 50 poboček.

Pátá brněnská pobočka otevřela na Masarykově třídě na místě legendárních domácích potřeb Jaroslava Cimrmana, kterému je věnována i stěna vyvedená písmomlařiskou technikou. Jedná se tak o vůbec první kamennou pobočku Bageterie Boulevard v Brně, která se navíc rozkládá na dvou podlažích. Ostatní jsou součástí brněnských obchodních center Vaňkovka, Olympie a Campus.
„Jsme si vědomi genia loci prostoru, který jsme po obchodu pana Cimrmana převzali. Takže uděláme vše pro to, aby Bageterie Boulevard byla stejně oblíbeným místem," zmiňuje Markéta Krejčíková, ředitelka expanze Bageterie Boulevard.

I v nové brněnské pobočce bude Bageterie Boulevard podporovat fastline koncept skrze samoobslužné kiosky, které zvyšují komfort i počet odbavených zákazníků. Celý objednávkový systém je velmi intuitivní a šitý na míru zákazníkům, protože si ho společnost vyvíjí interně.
V Německu pak Bageterie Boulevard zamířila do největšího drážďanského nákupního centra Elbepark. To se nachází u dálnice A4 v městské čtvrti Mickten a pyšní se 1,4 kilometru dlouhou promenádou.

@SVETGASTROHOTEL

SVĚT
HORECA
Aktuální hotelové trendy:
Přírodní materiály a digitální systémy
Jsou vaší cílovou skupinou VELKOKAPACITNÍ KUCHYNĚ a JÍDELNY?

Krize urychlila digitalizaci firmy

Pořadatelé výstav, veletrhů či kongresů tento rok kvůli pandemii zažívají ekonomické zemětřesení. V lepším případě jsou akce překládány na podzim či příští rok. Nejde jen o to, situaci ustát, ale zamyslet se také nad novým modelem podnikání, který bude profitabilní rovněž v online prostředí. O digitalizaci kongresů jsme hovořili s Lenkou Žlebkovou, generální ředitelkou Kongresového centra Praha (KCP).

TEXT: **JAROSLAVA CHUDÁ, LENKA ŽLEBKOVÁ** FOTO: **KCP**

Jak se Kongresové centrum Praha vypořádává s dopady pandemie?
Tuto situaci nemohl nikdo očekávat, takže se s ní snažíme vyrovnat, jak nejlépe to jde. Soustředíme se na minimalizaci ztráty radikálním snížením nákladů a hledáním nových obchodních příležitostí formou inovativních řešení.

Řada akcí musela být zrušena či odložena. Podařilo se vám najít cestu, jak snížit ztráty?
Ano, jedním z těch výše zmiňovaných inovativních počinů je třeba virtuální studio (PCC live TV studio), které je možné mimo jiné využít na hybridní meetingy, kdy je část účastníků připojena na dálku a část přímo na místě. Umíme jej navíc třeba propojit s autokinem s led obrazovkou před KCP a propojit tak konferenci případně s promítáním filmu.

Na post generální ředitelky jste nastoupila tento rok v březnu před vypuknutím koronaviru. Do jaké míry byly vaše invence pozastaveny či podpořeny?
Musím říct, že lepší start v nové funkci jsem si opravdu nemohla přát (smích). Jsem ale ráda, že velké projekty, za které jsem dlouhodobě bojovala ještě z pozice obchodní a marketingové ředitelky, jako je třeba výstavba Nové haly, stále běží, stejně tak i projekt revitalizace garáží na jihu. Krizí se urychlila např. také digitalizace firmy.

Na koho nyní cílíte své služby? Změnilo se nějak portfolio vašich obchodních partnerů?
V nové situaci zase nejsme tak dlouho, aby se naše portfolio nějak zásadně proměnilo. Z krátkodobého hlediska se budeme muset více soustředit na lokální trh, nicméně doufáme, že budeme moci v budoucnu organizovat opět mezinárodní kongresy. Naše nová nabídka PCC live TV studia je vhodná pro vedení lokálních korporátních společností, mohou takto prezentovat nové projekty, produkty pro klienty a zaměstnance, případně uspořádat debatu s přímým přenosem apod.

Kdy se KCP otevře pro první kongresy?
Co se týče mezinárodních kongresů, jsou nové termíny ještě v jednání. Některé možná proběhnou ještě letos na podzim v menším měřítku, než je běžné, ale spousta z nich byla přeložena na příští rok. Jedná se často o akce, které se každý rok konají v jiné zemi a plánují se často i 5 let předem. Menší lokální konference již probíhají od konce května. Hostili jsme např. konferenci Ústavu zdravotnických informací a statistiky ČR, kdy na místě bylo 100 účastníků a online bylo připojeno dalších 300. Byli jsme potěšeni, že do nás právě ÚZIS s hygieniky a epidemiology vložil důvěru vzhledem ke všem současným mimořádným bezpečnostním a hygienickým opatřením, které je potřeba při organizování akcí dodržovat.

Některé prognózy poukazují na to, že ekonomika se zotaví příští rok. Jak to vidíte v KCP?
Pokud se situace bude dále uklidňovat a dojde k úplnému rozvolnění všech opatření, pak se domnívám, že budeme během následujícího roku schopni ztráty částečně dohnat. Kongresy se naštěstí opravdu ve větším procentu překládaly a nerušily. Vše nicméně záleží na tom, jak se epidemiologická situace bude vyvíjet.

Kongresové centrum Praha profituje z krátkodobých i dlouhodobých pronájmů. Máte k dispozici ještě další ekonomické pilíře?
Ano, třetím významným pilířem je příjem hotelu Holiday Inn, který tvoří zhruba třetinu všech našich příjmů. V roce 2021 by mělo v hotelu vzniknout tzv. Open Lobby, koncept, který kromě našich ekonomických očekávání naplní společnou vizi KCP a hotelu o příjemném místě, kde se budou potkávat nejen delegáti kongresů, ale i široká veřejnost a běžní turisté. Doplňkovým pilířem jsou pak i výnosy z parkingu.

> ***Naše nová nabídka PCC live TV studia je vhodná pro vedení lokálních korporátních společností, mohou takto prezentovat nové projekty, produkty pro klienty a zaměstnance, případně uspořádat debatu s přímým přenosem apod.***

ecostep®
HYGIENE & FACILITY

ZACHRAŇTE STATISÍCE LITRŮ VODY ROČNĚ S BEZVODÝMI PISOÁRY ECOSTEP

Nedostatek vody je stále palčivější problém – a přitom tisíce litrů vody zbytečně utíkají ve firmách, obchodních centrech a restauracích. Začněte šetřit vodu i vy. Je to jednoduchá cesta ke snížení nákladů.

Bezvodé pisoáry EcoStep

Nezapáchá

Šetří vodu

Údržba 20 sekund denně

Začněte šetřit vodu a peníze i u vás! Bezvodý pisoár EcoStep můžete získat **za 1 Kč.** Zavolejte nám a zjistěte, kolik ušetří bezvodé pisoáry vám.

Údržba je čas. Čas jsou peníze

Věděli jste, že zápach z klasických pisoárů je tvořen hlavně díky moči, usazené v záhybech pisoárů? Tyto záhyby nelze důkladně vyčistit. Naopak u bezvodých pisoárů EcoStep stačí na údržbu 20 sekund denně - jen pisoár postříkáte biologickým prostředkem a setřete. Nedrží se na něm kapky ani vodní kámen.
S bezvodými pisoáry EcoStep šetříte nejen vodu, ale i čas.

Šetřete 1,5 l s každým použitím

Na jedno spláchnutí pisoáru potřebujete 1,5 l vody, na záchod až 10 l.
S bezvodým pisoárem Ecostep šetříte minimálně 1,5 l s každým použitím.
V případě restaurací může jít o statisíce litrů vody ročně.

1 restaurace = 3 pisoáry
3 pisoáry = 80 000–100 000 l ročně

www.ecostep.cz | info@ecostep.cz | +420 257 316 462

Jak na dokonalé cappuccino z rostlinného mléka

Ještě před deseti lety bychom rostlinné mléko v nabídkách většiny kaváren hledali těžko. I když některé podniky nabízely jako alternativu mléko sójové, baristé s ním zpravidla nepracovali rádi, a to nejen pro jeho specifickou chuť, ale hlavně kvůli textuře a špatným vlastnostem znemožňujícím našlehání hladké krémové pěny. Trend mléčných alternativ však rychle sílí, a proto jsme pro vás připravili několik tipů, jak se v nabídce rostlinných baristických nápojů zorientovat. Důvody, proč se o veganská mléka zajímá stále více lidí, jsou různé. Někdo trpí nesnášenlivostí laktózy, jiný může mít alergii na kravskou bílkovinu, někomu rostlinné mléko prostě více chutná, ale roste i počet lidí, kteří se snaží vědomě redukovat svoji spotřebu živočišných produktů z environmentálních nebo etických důvodů.

TEXT: **EVA HEMMEROVÁ** FOTO: **ČESKÁ VEGANSKÁ SPOLEČNOST**

V současnosti je už dostupnost a kvalita rostlinných nápojů na mnohem vyšší úrovni a moderní kavárny běžně nabízejí hned několik alternativ. Kromě sójového mléka se stále větší oblibě těší rostlinné nápoje z mandlí, kokosu, ovsa, rýže či hrachu. Jaké jsou jejich výhody a na co si dát při výběru pozor?

Sójové mléko

Nápoj ze sójových bobů je již mnoho let ověřenou a oblíbenou variantou, protože je snadno dostupný i cenově přijatelný. Problém ale může nastat při šlehání, protože někdy dělá hrudky, což se děje zejména ze dvou důvodů: vysoká teplota při šlehání nebo vysoká acidita kávy (světle pražená zrna). Co se týče teploty, je důležité, aby bylo sójové mléko (nejlépe i konvička) dobře vychlazené a aby teplota při šlehání byla v rozmezí 55 – 65 °C.

Pokud se rozhodnete pro zařazení sójového mléka do nabídky, určitě vybírejte značky, které jsou určené přímo pro baristy. Mají příjemnější neutrální chuť a snáze z nich našleháte pěnu podobnou té z kravského mléka.

Ovesné mléko

Popularita ovesného mléka prudce stoupá z několika důvodů. Kromě toho, že má velmi příjemnou jemnou chuť, tak při napěnění vytváří hedvábně hladkou texturu, a proto z něj snadno vykouzlíte i latte art. Ovesné mléko je také vhodnou volbou pro osoby s alergií na kravské mléko, sóju či ořechy. Navíc pokud vezmeme do úvahy množství emisí, spotřebované vody a využití půdy, z dostupných rostlinných nápojů je nejudržitelnější právě ten ovesný. Při výběru ale opět dbejte na to, aby bylo určené přímo pro baristické účely.

Mandlové mléko

K oblíbeným alternativám kravského mléka pro baristy patří i nápoje z oříšků, nejčastěji z mandlí. Toto mléko má lehce nasládlou oříškovou chuť, a pokud zvolíte mandlové mléko určené kavárenským profesionálům, získáte hezkou krémovou pěnu. Podobně jako u sójového mléka je ale potřeba dát pozor na příliš vysokou teplotu při napěnění, abyste se vyhnuli srážení.

Kokosové mléko

Díky svojí smetanové textuře a exotické chuti se kokosové mléko rychle stalo oblíbenou alternativou mléčných produktů. Chuťově je však velmi výrazné, což nemusí každému vyhovovat, a proto ho nedoporučujeme do nabídky zařadit jako jediné rostlinné mléko, ale spíše jako další možnost k sójovému či ovesnému nápoji. Problém může nastat při šlehání, protože vytváří větší bubliny a méně krémovou pěnu. Zkuste v letním období zařadit studenou kávu s ledem a kokosovým mlékem, kde jeho chuť příjemně vynikne a zároveň nebudete muset řešit konzistenci pěny při šlehání.

Rýžové mléko

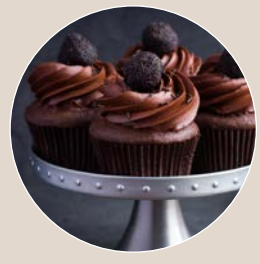
Protože tento nápoj neobsahuje sóju ani ořechy, může být spolu s ovesným mlékem jednou z možností pro zákazníky s alergiemi. Ke šlehání se ale příliš nehodí, protože má vodnatou texturu a nízký obsah bílkovin, a tak z něj hladkou lesklou pěnu nevytvoříte. Může ale posloužit jako mléko k espressu nebo k přípravě studených nápojů.

Hrachové mléko

Na našem trhu je hrachové mléko ještě čerstvou novinkou, ale v některých zemích už rychle nabírá na popularitě. Vyrábí se z hrachové bílkoviny, a proto má v porovnání s jinými rostlinnými mléky vyšší podíl proteinů. Také nemá výraznou chuť, takže se výborně hodí do cappuccina nebo latté. Díky vysokému obsahu bílkovin z něj snadno vyšleháte pěnu s hedvábnou strukturou.

Pokud jste se rozhodli, že rostlinným nápojům dáte ve vašem provozu šanci, buďte trpěliví. Podívejte se na tyto nápoje jako na další jedinečnou surovinu, ze které můžete vytvořit spoustu skvělých kombinací chutí a oslovit i nové skupiny zákazníků. Vyzkoušejte si pracovat s jednotlivými rostlinnými nápoji a také zjistěte, jak reagují s vaší kávou, protože výslednou chuť a texturu hodně ovlivňuje stupeň pražení. Pro začátek si vyberte jeden až dva druhy a uvidíte, jak budou zákazníci reagovat. Jednou z výhod rostlinných mlék je fakt, že mají dlouhou dobu minimální trvanlivosti a před otevřením je nemusíte mít v lednici. Nezapomeňte také zařazení rostlinných mlék vhodně propagovat – z menu by mělo být na první pohled zřejmé, z jakých druhů mlék kávové nápoje připravujete.

Kávové cupcakes s čokoládovou ganáží



Suroviny:

1 a ½ hrnku polohrubé mouky, 1 a ¼ hrnku cukru krupice, ⅔ hrnku kakaa, 1 lžička kypřicího prášku, ½ lžičky jedlé sody, ½ lžičky soli, ¾ hrnku rostlinného mléka, ¾ hrnku uvařené kávy, ⅓ hrnku oleje, 1 lžíce jablečného octa

Krém:

1 plechovka kokosového krému nebo tuhé části kokosového mléka, 250 g kvalitní hořké čokolády

Postup:

V míse smícháme všechny suché ingredience. V druhé míse promícháme rostlinné mléko s octem a necháme 5 minut stát. Přimícháme kávu s olejem a opatrně promícháme se suchými surovinami. Přendáme na muffinový plech s papírovými košíčky a pečeme přibližně 20 minut na 180 °C. Necháme vychladnout.

V rendlíku ohřejeme kokosové mléko, odstavíme z plotny a přidáme nalámanou čokoládu. Vše důkladně promícháme, dokud nezískáme hladký krém. Krém dáme asi na hodinu do lednice a poté vyšleháme. Cupcakes zdobíme krémem a lesním ovocem.

Česká veganská společnost

Jako nezisková organizace usilujeme o svět, ve kterém si každý může vybrat lahodné a zdravé jídlo, které je dobré pro všechny lidi, zvířata i naši planetu. Více informací o možnostech spolupráce najdete na www.veganskaspolecnost.cz/gastro.

Efektivní příprava před veletrhem je dnes nutností!

Vladimír Tůma se výstavnictví věnuje více jak 24 let. Díky tomu, že on sám je často v roli vystavovatele na tuzemských či zahraničních veletrzích, získal cenný přehled o vývoji výstavnictví a potřebách samotných vystavovatelů. Své postřehy zúročuje každoročně na svých veletrzích Gastrofest a Travel&Gastro, které pořádá v Českých Budějovicích. V rozhovoru pro noviny Svět HORECA se můžete dočíst o novinkách, které přinese podzimní veletrh Gastrofest. Vladimír Tůma se zároveň s našimi čtenáři podělil o tipy, jak být na veletrhu úspěšný.

TEXT: **JAROSLAVA CHUDÁ, VLADIMÍR TŮMA** FOTO: **FIREMNÍ**

Kvůli pandemii se nekonala řada akcí, včetně tvého jarního veletrhu Travel&Gastro. Doufám, že podzimní Gastrofest opět ovládne České Budějovice. Kdy se bude konat a na co se vystavovatelé a návštěvníci mohou těšit?

Zatím ještě veletrhy mají velká omezení, ale přípravy mi nikdo zakázat nemůže. Jsem zvědavý, jak koronavirus poškodil naše vystavovatele. Budeme muset společně vymyslet, jak těmto firmám pomoci k účasti. Je velmi potěšující, že už se mi sami ozývají a připravují koncepce své prezentace. Termín letošního ročníku je jako vždy 19. – 21. listopadu. Doufám, že se vše podaří a Gastrofest bude moci opět nabídnout nejen dobrou zábavu, ale zároveň inspiraci a spoustu dobrých obchodů.

Máš skvělé vazby na odborníky ze zahraničí. Kdo přijede tento rok?

Pokud to finance a čas dovolí, snažím se hodně cestovat a hledat nová partnerství. Snad to nezakřiknu, ale mívám štěstí na zajímavé lidi. Slovensko a Maďarsko jsou u nás již brány za domácí. Z Itálie přijede Elio Ungaro, což je 6. nejlepší pizzař na světě. Těšit se můžete na indonéskou kuchyni v prezentaci Relax Bali resort. Loni jsem Bali navštívil a mohu vřele doporučit nejen destinaci, ale hlavně Relax Bali resort, kde jsem zažil nejlepší dovolenou. Když vše klapne, přivítáme zastoupení Rakouska, Holandska, Francie, Mexika či Japonska. Těsně před karanténou jsem se vrátil z USA, kde jsem navštívil Los Angeles a Las Vegas. Odtud si vezu jednu ideu, ale o tom raději příště, nechte se překvapit.

Veletrhy pořádáš více jak 24 let. Jaké milníky pozitivně ovlivnily výstavnictví?

Po revoluci si stačilo stoupnout za pult a obchod jste udělali. Za pár let se však trh přesytil a nyní jde hlavně o to, jaký typ produktu a od koho zakoupíte. První ranou pro výstavnictví byl rozmach internetu. Už to vypadalo, že veletrhy zaniknou. Ale zkušení obchodníci vědí, že obchod nejlépe uděláte z očí do očí. Klient si též rád na výrobek sáhne, a to na internetu prostě nejde. Nepříjemný byl i rostoucí počet malých regionálních veletrhů, které postupem času krachovaly. Výstavnictví je totiž obor, který musí bojovat o své místo na slunci neustále.

Co je základem úspěšné prezentace firem na výstavách?

Hezká otázka, děkuji. Veletrh už dávno není prodejna, ale postupem času se z něj stalo místo pro setkání. Jednoduše, kdo pouze postaví stánek a čeká vsedě na židli s telefonem v ruce, ten neuspěje. Sám se jako vystavovatel prezentuji na tuzemských a zahraničních veletrzích, kde máme expozici s upoutávkou na Gastrofest, a musím říct, že bez před-výstavní přípravy by úspěšnost byla mizivá. Zhruba dva měsíce před veletrhem zvu naše partnery na náš stánek a rozesílám jim volné vstupenky. Každého osobně obtelefonuji a ujistím se, že mu vstupenky přišly. Na stánku mám vždy připravené dobré občerstvení. Každá návštěva je přece váš klient a tudíž chlebodárce. Postarejte se o něj dobře a on vám to jistě oplatí. Nové klienty vám vždy přivedou ti starší partneři, a proto vsázím na doporučení.

Podnikání v gastronomii je hodně o trpělivosti a osobních vazbách. Máš nějaký tip, jak v této branži nezapadnout?

Je to řemeslo jako každé jiné, nemyslím si, že je to o osobních vazbách. Ty si člověk udělá právě dobrou prací. A rada? Podle mě je podstatné se vyučit v oboru a získat praxi v dobrých podnicích. Neodmlouvat a makat. Učit se a mít zájem o obor. Cestovat za prací do ciziny a mít rád lidi. Pak si troufnu říct, že máte celkem slušnou šanci uspět. Nejhorší je dělat gastronomii pro honění svého ega. Pády umí být velmi drahé.

Jak hodnotíš úroveň tuzemských a zahraničních výstav? Kde máme rezervy?

V zemích západní Evropy mají veletrhy tradici, vystavovatelé a návštěvníci k nim přistupují s respektem. Nám velmi ublížil komunismus. Těžko se to napravuje. Je příjemné organizovat veletrh, který má rok dopředu prodanou výstavní plochu (Salcburk, Kolín nad Rýnem, Norimberk). Ale ani my se myslím nemáme zač stydět, byli jsme větší než veletrh v Linci či ve Vídni. Velmi krásný a obsazený mají veletrh Danubius v Bratislavě. V Česku se velmi dobře zvedá brněnská Salima a rostoucí tendenci vidím i na pražském veletrhu For gastro&hotel, kde management odvádí velmi dobrou práci. Nám se loňský ročník též povedl, soudě podle dobrých ohlasů od vystavovatelů. Rezervy cítím v programové části. Návštěvníci se totiž chtějí i dobře pobavit. Proto začínáme lovit v nových destinacích a zemích. Držte nám prosím palce.

> ***Sám se jako vystavovatel prezentuji na tuzemských a zahraničních veletrzích, kde máme expozici s upoutávkou na Gastrofest, a musím říct, že bez před-výstavní přípravy by úspěšnost byla mizivá. Zhruba dva měsíce před veletrhem zvu naše partnery na náš stánek a rozesílám jim volné vstupenky.***

Investují podle tebe české společnosti dostatečně do propagace?

Na celou otázku nemohu fundovaně odpovědět. Co se týče propagace na veletrzích, je to případ od případu. Vždy mě potěší, když firma přijde s novým stánkem či propagační linií. Investují do modernizace expozice. Vymýšlí různé soutěže či pódia. Je to hodně o finančních možnostech, ale jsou zde i malé firmy, které umí upoutat pozornost s omezeným rozpočtem.

Které veletrhy jsou pro tebe inspirativní?

Díky tomu, že hodně cestuji, mohu srovnávat. Tou mojí topkou byl veletrh JATA v Tokiu, kde jsem se nechal inspirovat modelem degustačních restaurací, které jsem zavedl také na našem Gastrofestu. Například Norimberk, kde procházíte postupně 14 halami, mě přivedl k nápadu prohlídkové trasy. V Rimini mě inspirovali k účasti na ostatních veletrzích a osobních pozvánkách pro návštěvníky. Každý je v něčem lepší či horší. Ne všechno se dá aplikovat přímo na Gastrofestu. Například nomenklaturizace pavilonů může být oříšek. Viděl jsem veletrh, kde v pavilonu vyčleněném pro hotelový nábytek nebyl téměř nikdo a v pavilonu kávy se nedalo projít. Člověk se neustále učí a tak by to mělo být.

Na který ročník Gastrofestu vzpomínáš nejraději?

Samo sebou na ten první, ten ještě probíhal v Českém Krumlově. Byl malý a rozpočet byl tenkrát 220 000 korun českých. Komunikace probíhala bez mobilního telefonu a internetu. Psal se rok 1996 a mně bylo 29 let. První ročník v Českých Budějovicích ve mně zanechal také krásné vzpomínky. Moc jsem toho neuměl, vše bolelo, ale když nakonec přišli lidi, byla to ta nejlepší náplast. Každý ročník byl něčím jiný, ale jeden mě vážně chytil za srdce. Psal se rok 2002 a naší zemí se v září prohnala povodeň. Spousta firem prostě na můj veletrh neměla peníze. Tenkrát jsem těmto firmám nabídl vystavovat s tím, že zaplatí pouze v případě, že jim účast na Gastrofestu pomůže. Všichni vystavovatelé mi expozice uhradili do Vánoc téhož roku! Spokojenost a úsměv zákazníka vždy zahřeje na duši.

FOTO: SAMPHOTO, FIREMNÍ

Češi umí vařit a pít pivo, skutečný cider ale musí teprve objevit

Pivo a Česko. Tato slova jsou celosvětově vnímána jako synonyma. K Česku zkrátka dobré pivo patří, je to naše zlaté dědictví předávané generacemi a „opečovávané“ pivními umělci, tedy sládky. Jaká jsou specifika českého piva a proč a v čem je tak unikátní? A jakou roli v tom všem hraje cider?

TEXT: **KATEŘINA HÁJKOVÁ** FOTO: **FIREMNÍ**

České pivo je ve světě pojmem. Kdyby kvůli ničemu jinému, pamatují si nás Čechy ve světě kvůli pivu (myšleno samozřejmě s jistou nadsázkou). Proč se ale takové oblibě těší zrovna pivo české? Podle Jiřího Brňovjáka, který v pivovaru Heineken ČR působí jako manažer kvality, souvisí vysoká pitelnost českého piva s používáním tradiční české technologie. „Jedná se o takzvané dekokční rmutování a neokyselování piva při jeho výrobě,“ vysvětluje. České pivo má tedy nepatrně vyšší pH než piva zahraniční a o něco více diacetylu.

Tradice, která má sílu

Velkou roli hraje samozřejmě tradice, pro niž pivo milují především Češi a která na cizince působí přímo magicky. „Pivo je pro nás národní nápoj, na který jsme my Češi hrdí, a i proto ho máme rádi,“ říká Libor Vávra, sládek pivovaru Staropramen. „Patří k naší kultuře – zajít na jedno. Pivo českého typu je ve své podstatě senzoricky jednoduchý nápoj. Přináší osvěžení, spojuje lidi u stolu, vyvolává radost a hezké vzpomínky na chvíle, kdy jsme jej s přáteli pili,“ rozvádí. Vedle tradice potom v popředí stojí i kvalita, která se promítá do výsledné chuti rezavého moku. „Stálá kvalita a poctivá výroba je také jedním z důležitých faktorů, podle kterých si konzument pivo vybírá,“ potvrzuje Tomáš Pluháček, ředitel pivovaru Zubr.

Letní sezóna je v plném proudu a nás zajímalo, jaké novinky si pivovary pro konzumenty připravily. Na co se můžete těšit?

Budějovický Budvar
První hořký ležák z národního pivovaru. Uvařený z českého chmele Agnus, který patří mezi nejvíce hořké odrůdy vůbec.

Heineken ČR
Na léto chystá dvě novinky od Strongbow. První je Strongbow Cucumber & Mint, který přináší jedinečnou kombinaci jablečného cideru s tóny osvěžující okurky a máty. Druhou novinkou je Strongbow Citrus Edge, který je kombinací jablečného cideru a citrusů. S druhou ciderovou značkou Lišácké jablko přichází na trh s novou příchutí Meruňka.

Primátor
Každý kvartál vaří ke svému portfoliu, jež tvoří 17 druhů piv, další nový sezonní speciál. Bohužel kvůli koronavirové pandemii byli v pivovaru pro tento rok nuceni plán přehodnotit a další sezonní pivo uvedou na trh v září. Půjde o další generaci piva PRIMÁTOR Špringl – ležák, který se vaří z čerstvého, zeleného chmele.

Staropramen
V letošním roce představil novinku v rámci ovocných pivních mixů Cool, a to nealko Malina a borůvka a variantu s dvouprocentním obsahem alkoholu Višeň a Limetka. Navázal tak na úspěch z minulého roku, kdy představil nealkoholickou příchuť Jablko a hruška, kterou si konzumenti rychle oblíbili.

Zubr
Každoročně zařazuje do své nabídky pivní speciály, které se objevují v průběhu roku. Z velké části míří do gastro segmentu v čepované podobě, jelikož se jedná o limitované edice. Aktuálně je v nabídce Zubr Černý speciál 13 %, v druhé polovině roku představí pivovar další dvě limitované edice – na konci léta Zubr Extra hořký 12 % a na zimní měsíce již tradičně vaří jejich nejsilnější speciál Zubr Maxxim 14 %.

33 LEŽÁK BUDVAR

UVAŘENO V NÁRODNÍM PIVOVARU
BUDĚJOVICKÝ Budvar

PRVNÍ HOŘKÝ LEŽÁK Z BUDVARU

Budvar 33 je hořký a podle toho jsme mu dali i jméno. Má totiž právě 33 jednotek hořkosti, a to díky českému chmelu Agnus, který patří mezi nejvíce hořké odrůdy vůbec.
33 je zajímavá i sladem Crystal Light, který se používá především do svrchně kvašených piv. Díky tomu, že jsme se ho nebáli přidat do typického českého ležáku, získalo naše pivo zajímavou barvu a příjemnou chuťovou uhlazenost.

MINIROZHOVOR:

Čtyři otázky pro Aleše Dvořáka

S Alešem Dvořákem, obchodním sládkem Národního pivovaru Budějovický Budvar, jsme nakoukli za oponu jeho práce v Budějovickém pivovaru.

Čím je dána nasládlá chuť Budějovického Budvaru?
Já nemám rád, když slyším, že je Budvar „sladký". On je totiž jenom málo hořký. Nasládlá chuť je dána sladem, obilím.

Co je úkolem sládka?
To je těžká otázka. Záleží na tom, zda jste sládek minipivovaru nebo pivovaru většího. V minipivovaru si sládek vybírá a nakupuje suroviny, tvoří si recepty, sám si pivo uvaří a také prodá. Má víc prostoru na to si s pivem hrát. U nás v Budvaru je úkolem sládka spíše řídit výrobu – má pod sebou lidi, kteří spravují jednotlivé části výroby. Sládek má ve větších pivovarech spíše řídicí funkci.

Proč u vás vyhrálo zrovna „sládkovství" a jak dlouho už se mu věnujete?
Šel jsem studovat chemii, protože mě to bavilo. Pak jsem ale přemýšlel, jaký druh chemie. Vybral jsem si potravinářskou, protože jíst se bude stále. A na potravinářské fakultě jsem brzy pochopil, že pivo je ten správný obor. Je to naše národní hrdost a okamžitě jsem tomu propadl. Sládkovství se věnuji přes 30 let.

Čím je pro vás pivo a jaké vám chutná nejvíce?
Chutná mi pestrá škála pivních stylů a rád ochutnávám nové a nové. Vždy ale skončím opět u klasického ležáku, který je staletími prověřen. Je totiž chuťově neutrální, nikdy se nepřepije a dá se pít stále. Pivo pro mě je každodenní odměna a zpestření života. Zároveň i sbližuje a krásně se po něm spí. Nesmí se to ale samozřejmě přehánět.

Pojem jménem český ležák

Co je vlastně pivo? „Unikátní nápoj z ryze přírodních surovin," definuje Petr Kaluža, ředitel pivovaru Primátor. „I přesto, že se v posledních letech objevuje čím dál více různých speciálních piv vařených podle zahraničních receptur, podle našich zkušeností čeští pivaři stále nejvíce oceňují tradiční spodně kvašený český ležák," dodává Tomáš Pluháček. A Petr Kaluža to potvrzuje – český ležák má podle něj všechny chuťové složky v perfektní harmonii, která se přetaví ve zvláštní vlastnost – pitelnost. O jaké vlastnosti se jedná? „Sladové tělo, hořkost a její doznívání, říz," vyjmenovává.

Pivo a zdraví

Alkohol je alkohol, je ale známo, že sklenka piva po jídle napomáhá trávení a hovoří se i o jeho dalších zdravotních benefitech. Protože, jak podotýká Petr Kaluža, alkohol je paradoxně zřejmě jediná složka piva, která může zdraví škodit. Základem je samozřejmě uměřená konzumace – podle Aleše Dvořáka, obchodního sládka národního pivovaru Budějovický Budvar, lze všeobecně říci, že jedna až dvě sklenky piva denně jsou v pořádku.

Základem je umírněná konzumace

Při takto střídmém přístupu pivo skutečně dodá množství zdraví prospěšných živin, což potvrzuje i řada studií. Jedná se o velké množství minerálů, enzymů, stopových prvků, vitaminů – zejména skupiny B – a vlákniny. „Například kombinace draslíku a hořčíku dělá z piva iontový nápoj," rozvádí Libor Vávra. Pivo je bohaté také na antioxidanty, jak podotýká Aleš Dvořák: „Všude je prosazováno červené víno, ale pivo má úplně stejnou schopnost."

Jak vyrobit dobré pivo

Aby bylo pivo skutečně dobré a dělalo čest svému jménu, musí se dobře vyrobit – tedy uvařit. Podle Libora Vávry jsou zásadní generacemi předávané zkušenosti sládků: „Jejich znalost technologie a schopnost neustále ladit recepturu, zejména díky tomu, že každý rok je trošku jiná úroda sladu a chmele. Díky tomu hezky vyniknou autentické suroviny použité během procesu vaření. Tedy slad, který vytváří plnost a hezké tělo piva, a dále chmel, který přináší osvěžení a dává pivu určitou vášeň." Celkový proces výroby piva zkrátka je, jak říká Petr Kaluža, „věda": „Skládá se z několika po sobě jdoucích výrobních kroků a v každém můžete pivu ublížit." Vše podle něj začíná u dobrých vstupních surovin a kvalitní vody. Podmínkou je důsledná čistota celého provozu a kvalitní sanitace. A v neposlední řadě lidská zkušenost – řemeslný um.

Výslednou chuť tedy ovlivňují i další faktory, které již nemají v rukou sládci, ale hospodští, kteří hotový produkt podávají koncovým zákazníkům. A jak potvrzují sládkové i ředitelé pivovarů, i zde se toho dá spousta zkazit, bohužel. „Začíná to surovinami, pokračuje výrobním procesem, ale na výslednou chuť má vliv i samotný výčepní tím, jak bylo pivo skladováno, zda má správně vyčištěné trubky, jak se stará o pivní sklo. To vše hraje roli. Pivu musí být věnována ta nejvyšší péče od prvního okamžiku až k tomu poslednímu, kdy vám na stole přistane orosený půllitr," vysvětluje Tomáš Pluháček.

Dobré pivo musí být cítit PIVEM

Dobré pivo se většinou pozná už na první pohled. „Zlatavá barva, jiskra piva a pevná pěna už lákají k napití a říkají – jsem dobře uvařené. Hned potom pochopitelně čistá pivní vůně, když z piva cítím PIVO. A chuť piva to korunuje. Zaktivují se chuťové pohárky a hmatové receptory v ústech. Vnímáme plnost piva, příjemně se rozvíjející hořkost a osvěžující říz," popisuje Libor Vávra. Jiří Brňovják zase zdůrazňuje bohatou a stabilní pěnu, dobrý říz (obsah CO_2), plnou sladovou chuť a příjemnou hořkost (ne drsnou nebo svíravou). Jak dodává Aleš Dvořák, některé vady, jako jsou cizí pachy, kovová či papírová příchuť, lze poznat již na první ochutnání.

Co pivu škodí?

Proces výroby piva je dlouhý a složitý. Existuje spousta věcí, které dokážou mnohé pokazit. Jiří Brňovják, manažer kvality ve společnosti Heineken, se s námi podělil o souhrnný přehled.

Pivo je velmi citlivé, a tedy mu obecně škodí:

- Přítomnost světla (nejlepším obalem je proto obal neprůhledný, např. KEG, plechovka)
- Příliš nízké nebo příliš vysoké teploty (optimální teplota se obvykle pohybuje okolo 5–7 °C)
- Zvýšený pohyb (např. prudký náraz/pád sudu z auta na zem apod.)
- Přítomnost vzduchu, resp. kyslíku, tj. použití vzduchového kompresoru jako hnacího plynu při čepování (doporučení je používat inertní plyn, jako je CO_2 nebo směs CO_2 a dusíku)
- Stáří, tedy obecně platí pravidlo, že čím je pivo starší, tím má horší kvalitu a chuť
- Nedostatečně umyté/zakamenované/zaprášené sklenice
- Přítomnost tzv. povrchově aktivních látek/tenzidů/saponátů, které velmi rychle dokážou zničit pěnivost piva
- Nedostatečná úroveň hygieny (špinavé, nedostatečně či nepravidelně čištěné pivní potrubí, výčepní zařízení, zanedbaná údržba/odkalení kompresoru apod.)

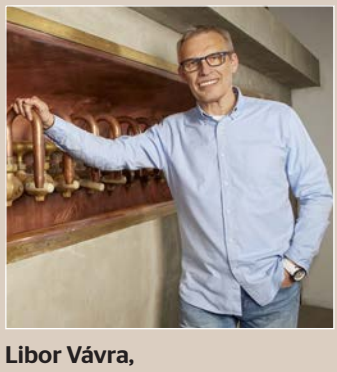
Jak docílit pitelnosti

„Kvalitní pivo by především mělo pobízet k dalšímu napití, mělo by mít tzv. dobrou pitelnost," uzavírá výše řečené Tomáš Pluháček. Té lze podle něj docílit vyvážením všech složek do harmonie a rovnováhy. Při odborných degustacích patří mezi hlavní hodnoticí kritéria chuť, plnost, vůně, říz nebo hořkost. Právě tyto vlastnosti piva dohromady určují, jaký zážitek po napití budete mít. „Samozřejmě chutě jsou velmi individuální, ale zkušení profesionální degustátoři dokážou jednotlivá kritéria velmi přesně posoudit a tabulkově zhodnotit," dodává.

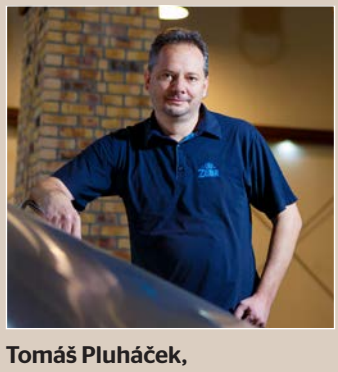
Cider není konkurentem piva

V posledních letech v Česku stoupá také obliba cideru. U řady pivovarů si tak vybudoval již poměrně stabilní pozici coby doplňkový sortiment. O co se vlastně jedná? Cider je alkoholický nápoj, jehož základem je kvašené ovoce. Většina „pivních" odborníků se shoduje, že se rozhodně nejedná o konkurenta piva, a když už, tak spíše vína. „Výhodou cideru oproti vínu je, že je méně alkoholický, takže pro pití v horkém letním období rozhodně vhodnější," vysvětluje Tomáš Pluháček. Podle Libora Vávry může cider představovat vhodnou alternativu pro jedince, kteří pivo nepijí kvůli jeho hořkosti. Aleš Dvořák ale popírá, že Češi znají „skutečný" cider. To, co se u nás pod tímto názvem prodává, je podle něho v podstatě alkoholická limonáda s příchutí jablek. „Cider není nápoj pro slečinky. Když ochutnáte americký cider, tak je to velmi kyselé pití," vysvětluje a dodává: „Ten pravý, ostrý cider musí Češi teprve objevit."

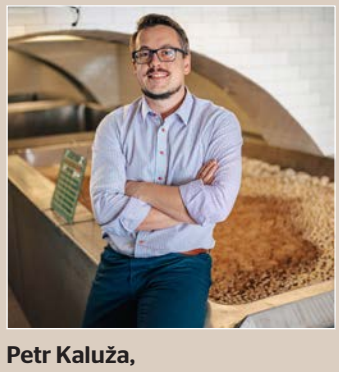
Na článku s námi dále spolupracovali:



Libor Vávra, sládek pivovaru Staropramen



Tomáš Pluháček, ředitel pivovaru Zubr



Petr Kaluža, ředitel pivovaru Primátor

CHERRY SPRITZ

Do balloon sklenice naplněné ledem nalijeme:
4 cl BARTIDA Griotka,
J. Gasco Tonic Stevia,
plátek citronu a máta na ozdobu.

WWW.BARTIDA.CZ

BARTIDA®

Lámete si hlavu s náplní webu a sociálních sítí?

nabízíme realizaci následujícího obsahu:

PREZENTACE SPOLEČNOSTI ▪ ROZHOVORY ▪ NOVINKY ▪ SOUTĚŽE
PŘÍBĚHY ▪ ANKETY ▪ UDÁLOSTI

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