

# Top

XV. ROČNÍK, VYDANIE ŠPECIÁL 2021 // CENA 4,40 € / 112 Kč



Zlatá pečať

# hotelierstvo/hotelnictví

magazine for hospitality and hotel professionals

VIRTUÁLNE KUCHYNE  
GASTROBIZNIS PO NOVOM

UMENIE HOTELOM  
FINANČNE PROSPIEVA

BIZARNÍ DOVOLENÁ  
A ABSURDNÍ MENU

RENESSANCE PÉČE  
O ZDRAVÍ A VZHLED





 **berndorf**  
bäderbau

# NEREZOVÉ BAZÉNY, AQUAPARKY A TITANOVÉ BAZÉNY

*Myslíme na všechny generace*

[www.berndorf-bazeny.cz](http://www.berndorf-bazeny.cz)





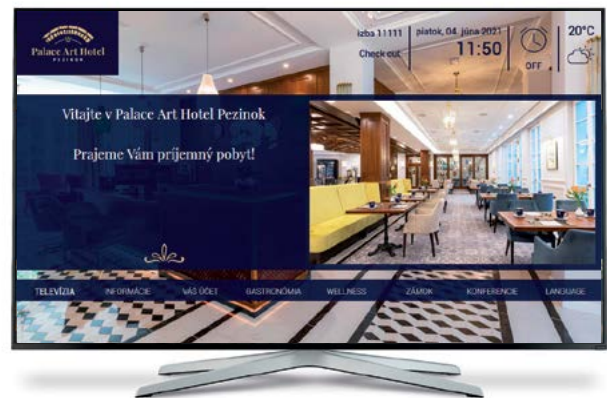


# TELEVÍZIA KTORÁ ZARÁBA

**avemeo**

## Multimediálna platforma

- Interaktívna hotelová televízia s videopožičovňou
- Legálny balík programov Plustelka Profesionál
- Kongresová navigácia s programom konferencie
- Digital signage s možnosťou dotykového ovládania
- Grafické spracovanie podľa požiadaviek zákazníka
- Objednávky tovarov a služieb z pohodlia izby
- Prepojenie s recepciou, online report stavu izieb



SORTEC EUROPE s.r.o.

Michal Drugaj - project manager, [avemeo@sortec.sk](mailto:avemeo@sortec.sk)

[www.avemeo.sk](http://www.avemeo.sk)





**JEDEN  
Z NAJVÄČŠÍCH  
BAZÉNOV  
V TATRÁCH**

OSVIEŽENIE S ÚŽASNÝM VÝHLADOM



**ELEGANTNÉ  
A MODERNÉ  
EXCLUSIVE  
IZBY**

NEZAMENITELNÉ  
POHODLIE PRIAMO  
POD SLAVKOVSKÝM ŠTÍTOM



**ŠPIČKOVÁ  
GASTRONÓMIA**

BOHATÉ RAŇAJKY A VEČERE,  
À LA CARTE OBEDY  
A LAHODNÉ DEZERTY



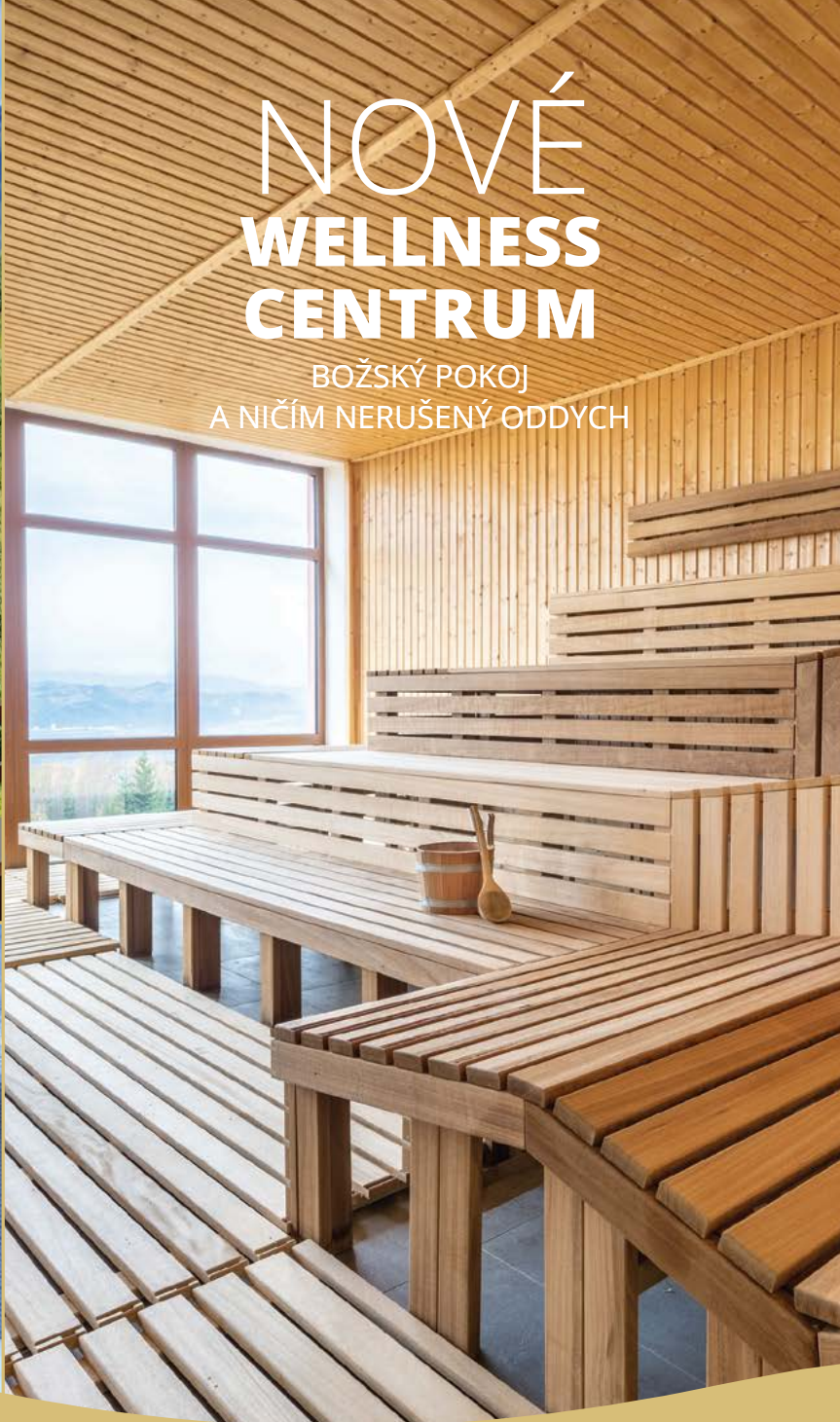
# NÁDHERNÉ VÝHLÁDY

DOKONALÝ RELAX  
PRI POHĽADE  
NA NAJMENŠIE  
VELHŔORY SVĚTA



# NOVÉ WELLNESS CENTRUM

BOŽSKÝ POKOJ  
A NIČÍM NERUŠENÝ ŔODDYCH



**BELLEVUE**

GRAND HOTEL • VYSOKÉ TATRY

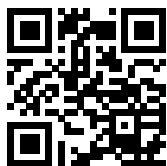




## Vážené čitateľky, vážení čitatelia,

sme späť a verím, že po koronakríze aj skúsenejší, odolnejší a pripravení zvládnuť nové výzvy. Uplynulé mesiace nám pomohli zastaviť sa, zamyslieť sa nad sebou, pozrieť sa na život z inej, lepšej strany. Poskytli nám priestor a čas na zlepšenie, inovácie, rekonštrukcie. Mnohých hotelierov a zamestnancov horeca segmentu táto situácia stmelila, dokázali sa zomknúť a spoločne vytrvalo pracovať na nových výzvach. Pretože cieľ je spoločný: noví klienti, nové impulzy a príležitosti na ďalší rozvoj.

Všetka táto investovaná energia skutočne pomohla a dnes sa už hostia tešia zo znovuotvorených ubytovacích zariadení a reštaurácií. Teší nás, že napriek uplynulým mesiacom stále majú záujem o služby cestovného ruchu. A ak hovoríme o investovanej energii, opäť sa dá doplniť v príjemných wellnessoch prospešných nielen pre psychickú pohodu, ale aj fyzické zdravie.



Zároveň sa znova môžeme zúčastniť na odborných konferenciách, výstavách či kongresoch, ktoré prinášajú inšpiratívne pohľady a myšlienky a informujú o dôležitých trendoch v horeca segmente.

Nové vydanie Top hotelierstva, ktoré oslavuje už 15 rokov na trhu, má ambíciu byť ďalším pozitívnym impulzom do tejto mozaiky. Mapovali sme pre vás aktuálnu situáciu v oblasti wellness a spa a ich význam v postpandemickej ére. Zisťovali sme, ako zmenilo svoju tvár gastro, aké sú následky koronakrízy, ale aj predpokladaný vývoj v oblasti ľudských zdrojov v horeca segmente. Zdravie je stále jednou z top tém, a tak prinášame aj tipy na jeho posilnenie prostredníctvom športových outdoorových aktivít.

Medzi pozitíva tohto leta isto patrí aj skutočnosť, že príjemné dni a večery môžeme vychutnať na terasách obľúbených podnikov – s grilovanými špecialitami či ľahkými drinkami. Ak nás koronakríza niečo naučila, určite je to aj radosť z malých, zdanlivo všedných vecí. Mnohé z nich, napríklad jednoduché posedenie s priateľmi, bolo pred pandémiou samozrejmosťou. Dnes si uvedomujeme, aké skvelé je opäť mať túto možnosť. Nehovoriac o predĺžených víkendoch alebo bezstarostných dovolenkách.

O aktuálnom dianí v hotelovom priemysle na Slovensku aj v Českej republike vás naďalej budeme informovať na najčítanejších portáloch v horeca segmente [www.tophoreca.sk](http://www.tophoreca.sk) a [www.tophoreca.cz](http://www.tophoreca.cz). Čitateľom denne prinášajú čerstvé správy, informácie a rozhovory zo sveta hotelierstva, informujú o trendových, nových, rekonštruovaných i výnimočných ubytovacích a stravovacích zariadeniach, predstavujú gastronomické špeciality a nové i tradičné trendy v stravovaní.

Milí hotelieri, želim vám už len samé dobré správy a sezónu ešte lepšiu, než na aké sme bývali zvyknutí. Milí hostia, želim vám radosť z každej príjemne strávenej chvíle po boku vašich blízkych.

Antónia Franeková  
riaditeľka vydavateľstva

media/st vydáva:

TOP  
FASHION

Ttb  
Top trendy v bytosti / bytosti

SeB  
STAVENÍCTVO  
BYVANIE

Top  
hotelierstvo/hotelierství

NOVÉNEBUDOVÉ  
EKO  
byvanie/bydlení

STROJÁRSTVO  
PROJIKTOVANIE



**GranFruitta**<sup>®</sup>  
IL MEGLIO DELLA FRUTTA - THE BEST OF FRUIT  
*semplicemente!*



The Genuine Company

Výhradný distribútor prémiových  
talianskych surovín na výrobu zmrzliny

🌐 [www.mec3.sk](http://www.mec3.sk) ☎ 0905 224 600



Veľkoobchod s potravinami



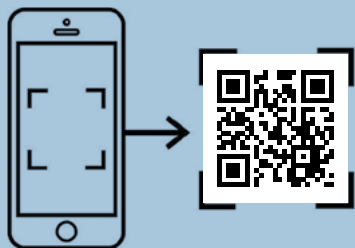
# OBJEDNAJTE SI DORUČENIE AKTUÁLNEHO VYDANIA



Pri  
objednávke  
**-50%**  
nad 25 ks

## + PREDPLATNÉ UŽ TERAZ!

## JEDNODUCHO A POHODLNE



[www.eshop.mediast.sk](http://www.eshop.mediast.sk)

**Top** hotelierstvo/hotelnictví  
magazine for hospitality and hotel professionals

**VYDÁVA:** MEDIA/ST, s. r. o.

### KONTAKTNÉ ÚDAJE VYDAVATELSTVA PRE SR:

Moyzesova 35, 010 01 Žilina  
Sliachka 2/A, 831 02, Bratislava  
tel.: +421 41 5640 370, fax: +421 41 5640 371  
IČO: 36 380 849, IČ pre DPH: SK2020102568  
[www.mediast.sk](http://www.mediast.sk), [www.tophoreca.sk](http://www.tophoreca.sk), [www.toptrendy.sk](http://www.toptrendy.sk)

### KONTAKTNÉ ÚDAJE VYDAVATELSTVA PRE ČR:

Jeseniova 2863/50, 130 00 Praha – Žižkov  
tel.: +420 733 548 760  
IČO: 24 292 320, DIČ: CZ24292320  
[www.mediast.cz](http://www.mediast.cz), [www.tophoreca.cz](http://www.tophoreca.cz)

### RIADITEĽKA VYDAVATELSTVA:

Antónia Franeková, [franekova@mediast.sk](mailto:franekova@mediast.sk)

### REDAKČIA:

Šéfredaktorka: Alena Reháková, +421 907 845 642,  
[rehakova@mediast.sk](mailto:rehakova@mediast.sk)

Redaktori: Ján Krajč, Anna Salvová, Pavla Apostoláki, Eleonóra Bujačková, Petra Adamcová

Spolupracovali: Milan Pavelka, Michal Kysela, Iveta Pupišová, Pavel Hofrichter

Jazykové korektúry: Eleonóra Bujačková (slovenský jazyk), Veronika Koláriková (český jazyk)

### MARKETING:

Róbert Franek, +421 911 509 095

### INZERTNÉ ODDELENIE:

Adriana Margulová, Alena Reháková, Andrea Sopčiaková,  
Alena Pačková, Eva Kuzmová, Marcela Vachová, Lýdia Kováčová,  
Alexandra Kosová, Eva Striežencová

### EKONOMICKÉ ODDELENIE

+421 41 507 93 33, [ekonomicke@mediast.sk](mailto:ekonomicke@mediast.sk)

### GRAFICKÉ ŠTÚDIO MEDIA/ST

Grafika: Dominik Hajko, Jaromír Moškoř

### DISTRIBÚCIA:

Pavol Jurošek, + 421 903 509 093, [jurosek@mediast.sk](mailto:jurosek@mediast.sk)

Mediaprint Kapa Pressegrasso, a. s., Slovenská pošta, a. s., Interpress, čerpacie stanice PHM, súkromní predajcovia, sieť kníhkupectiev Panta Rhei, s. r. o. a Martinus.sk, s. r. o., tuzemské a zahraničné výstavy a veľtrhy v oblasti strojárstva, stavebníctva, módy, cestovného ruchu a gastronómie.

Objednávky na predplatné prijíma každá pošta a doručovateľ Slovenskej pošty. Objednávky do zahraničia vybavuje Slovenská pošta, a. s., Stredisko predplatného tlače, Užecká 4, P. O. BOX 164, 820 14 Bratislava 214, e-mail: [zahranicna.tlac@sposta.sk](mailto:zahranicna.tlac@sposta.sk). Distribúciu v Českej republike zabezpečuje Mediaprint & Kapa Pressegrasso, spol. s r. o. a Česká pošta. Vydavateľstvo MEDIA/ST zasiela publikáciu direct mailom klientom z firemnej sféry podľa vlastnej databázy a ponúka aj možnosť zakúpiť si produkty vydavateľstva prostredníctvom e-shopu [www.eshop.mediast.sk](http://www.eshop.mediast.sk), internetového obchodu [www.martinus.sk](http://www.martinus.sk) alebo [www.alza.sk/media](http://www.alza.sk/media)

Nevyžiadané rukopisy a materiály redakcia nevracia.  
Redakcia nezodpovedá za obsah inzercie.

### Foto na titulnej strane:

ISTORIA Hotel Santorini, [www.designhotels.com](http://www.designhotels.com)

Zaregistrované: SNK, ISBN 978-80-89532-54-4

Ročník: XV, vydanie špeciál 2021

Vydané: jún 2021

Cena: 4,40 €/ 112 Kč

MEDIA/ST, s. r. o. je členom Asociácie vydavateľov tlače a mediálnym partnerom Asociácie hotelov a reštaurácií Slovenska a Asociácie hotelů a restaurací České republiky.

**NAVŠTÍVTE NÁŠ PORTÁL [WWW.TOPHORECA.SK](http://WWW.TOPHORECA.SK), [TOPHORECA.CZ](http://TOPHORECA.CZ)**  
PRINT + ONLINE = IDEÁLNA KOMBINÁCIA



Think ahead.

Navrhnuté pre profesionálnych šéfkuchárov

# TORK TEKUTÉ MYDLO NA RUKY NEUTRALIZUJÚCE ZÁPACH

Nový  
dizajn  
štítkov



„Môžem sa  
sústrediť na  
prípravu chutného  
jedla, ktoré uspokojí  
mojich hostí.“\*

\* Spätná väzba od šéfkuchára zo siete šéfkuchárov  
značky Tork v Európe, 2020

Pomáha odstraňovať  
zápach z jedla z rúk

Pomáha odstraňovať  
mastnotu z jedla z rúk

Šetrné k rukám, vhodné  
na časté používanie

## Výhody Tork systému zásobníkov na mydlo a dezinfekčné prostriedky (S4)

- Certifikovaná údržba bez námahy – intuitívna výmena náplne za menej ako 10 sekúnd.\*
- Sú dostupné bezdotykové možnosti dávkovania.
- Z výroby uzavreté fľaše s jednorazovou pumpičkou poskytujú hygienicky čisté umývanie rúk a pomáhajú znížiť riziko krížovej kontaminácie.

\* Na základe času doplnenia náplne mydla získaného v internom panelovom teste.



Tork,  
an Essity brand

ESSITY SLOVAKIA s.r.o.  
Gemerská Hôrka 400, 04912  
+421 58 7860 212, +421 902 243 088  
www.tork.sk, www.essity.com





## 19 ARCHITECTURE, DESIGN

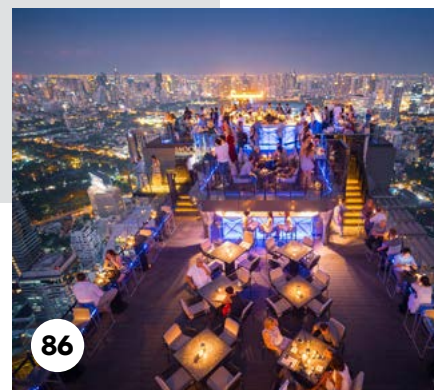
- 28 Ako zariadiť hotel V.: Wellness centrum
- 42 Materiály. Šedá eminence hotelového designu
- 52 Keď hotelu prospieva umenie

## 57 HOTELS

- 58 Nové normální aneb krize jako příležitost dělat věci jinak
- 80 Iveta Pupišová: Nejlepší marketing je, ak host odchádza spokojný
- 86 Dovoľená s príchutí bizarnosti

## 93 TOURISM

- 94 Poklady Bodamského jezera
- 100 Vášň, dobrodružstvo, zdravie
- 112 Za koňskou turistikou na Pardubicko







## WHERE MAGIC HAPPENS...

### **Pergoly pre každý okamih vášho života**

S pergolami Renson si vytvoríte vo vašej záhrade miesto pre prácu, relax a stretnutia s priateľmi. Užite si chvíle pokoja a vychutnajte si komfort a prírodu, ktorú vám záhrada ponúka. Možnosti sú nekonečné – jediným limitom je vaša predstavivosť.

Jaroslav Kažimír | Sales Manager Czech Republic & Slovakia • +421 908 157 500 • [jaroslav.kazimir@renson.net](mailto:jaroslav.kazimir@renson.net)

[www.renson-outdoor.com](http://www.renson-outdoor.com)





130

**123 WELLNESS, BEAUTY, SPA**

124 Sensory branding V. Jednoducho na zjedenie

130 Znovuzrozenie v Trentinu

144 Pavel Hofrichter: Saunování je o objevování a kreativité

**149 GASTRONOMY**

150 Číre rozmary

182 Gastronomie na križovatke

190 Prirodzene, bez cukru

**199 SERVICES**

210 Pracovný trh sa už navždy zmenil

216 Po použití znovu použite

232 Hotelieri, na slovíčko...

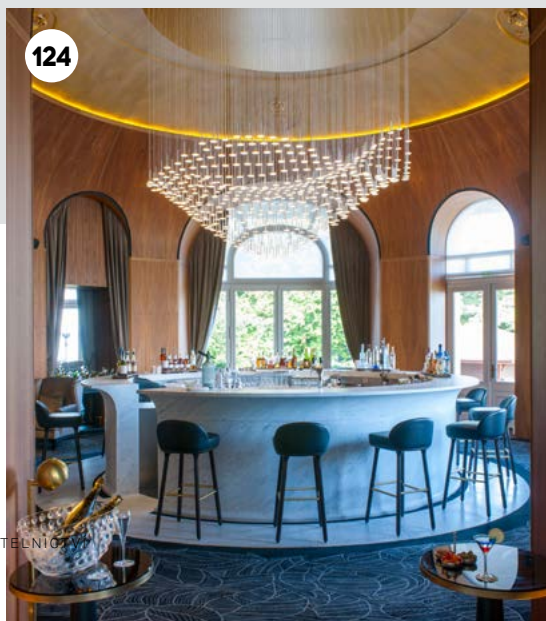


216

190



150



124



182

A hand is shown holding a stream of water, with the water falling into a white, shallow bowl. The background is black, and the lighting highlights the water droplets and the hand. The text is centered at the top of the image.

**KALDEWEI**

**NATURAL UNION**

Glass and steel, grace and strength, connected to perfection in MIENA bowls

PHOTOGRAPHER  
**BRYAN ADAMS**

[kaldewei.cz](http://kaldewei.cz)





# HOTEL SEZÓNÝ ISTORIA HOTEL

PRIPRAVIL Ján Krajč FOTO [designhotels.com](http://designhotels.com)





← Bar pri vonkajšom bazéne je otvorený denne do polnoci. Hostia si môžu drinky objednať aj na exkluzívne vyhradenú pláž hotela.



Keď sa pred tromi tisíckami rokov občania z Akrotiri vydali do hornatej oblasti Thiry, chceli sa včas uchýliť pred masívnym výbuchom sopky. Jej dodnes aktívna kaldera zostáva viditeľná ako zdanlivo malebný ostrov Nea Kameni. Práve vďaka nej sa dnes južné pobrežia Santorini vyznačujú unikátnym prírodným fenoménom – čiernym pieskom. Dedinka na pobreží, ktorá je týmto pieskom pokrytá, sa nazýva Perivolos, podľa nej je nazvaná aj prilahlá pláž. Na jej trojkilometrovej trase sa objavil pred niekoľkými rokmi nový architektonický úkaz. Hotel Istoría – mladé zariadenie a predsa už patrí medzi najlukratívnejšie hotely na gréckom ostrove Santorini. Taký status získal len štyri roky od svojho otvorenia.

Postavený v typickom kykladskom slohu perfektne zapadá do krajinného prostredia tohto jedinečného miesta. Za úspechom hotela stojí manželská dvojica Kalia a Antonis Eliopoulosovi. Dvanásťizbový hotel, však nie je ich prvým úspechom. Ten zožali už skôr – v roku 1993, keď na ostrove otvorili luxusný rezort Vedema. Istoría do ich prestížneho hotelierskeho portfólia pribudla ako tretia. Medzičasom stihli zdvihnúť latku v ubytovacích službách aj na okolitých ostrovoch, okrem iného aj pôsobivo moderným hotelom Parilio, ktorý sa už niekoľko sezón teší uznaniam svetových médií a je jasnou opakovanou voľbou mnohých spojovníkových hostí. Po viacerých úspechoch s hotelmi boli Eliopoulosovi odhodlaní zmeniť



↗ Každá z dvanástich izieb je zhodne s názvom hotela symbolicky pomenovaná v inej jazykovej mutácii slova „príbeh“. Bez ohľadu na výber suity sa hostia môžu tešiť na jacuzzi a terasu s bohatou vegetáciou.







← Každá z dvanástich súit disponuje terasou s jacuzzi a priestraným interiérom, navrhnutým v modernej iterácii rustikálneho stredomorského domova.

aj tvár odľahlého pobrežia v blízkosti pláže Perivolos. Hotel Istoría je situovaný neobvykle, v blízkosti príjazdovej cesty, takže na rozdiel od väčšiny luxusných rezortov zostáva otvorený okolitému daniu i premávke. Hoci sa táto poloha neukazovala ako výlučná, majitelia realizovali projekt v oblasti, ktorá nie je konkurenčne presýtená podobnými typmi hotelov s jasným zámerom: „Usilovali sme sa navodiť pocit autentického rodinného bývania na ostrove, ktorému však nechýba výsada bezpečného a kvalitného zariadenia,“ hovorí Antonis Eliopoulos, ktorý má s vedením top rezortov na ostrove takmer tridsaťročné skúsenosti. V bezprostrednom okolí hotela možno nájsť skôr menšie penzióny než vyšší štandard exkluzívneho ubytovania. Skutočný komfort súkromia a ticha však hostia zažívajú za statnými

múrmí hotela, ktorý bol zriadený z niekdajšieho gazdovstva a prislúchajúcej konskej stajne. Pýchou tohto moderného útočiska je jeho dômyselná architektonika. Časť niekdajšej nehnuteľnosti dnes tvorí vstupný portál. Každá z dvanástich súit disponuje terasou s jacuzzi a priestraným interiérom, navrhnutým v modernej iterácii rustikálneho stredomorského domova. Kombinácia prírodných tkanín, nahrubo omietnutých stien a dreveného nábytku vtlačá do Istorie pečať lokálnosti s vycibreným zmyslom pre detail. Začiatkom letnej sezóny 2021 oznámila dvojica otvorenie nového luxusného rezortu Mystique. Je to ich najnovší prírastok v rodinnej sieti Kanava Hotels & Resorts. A vzhľadom na podnikavosť a zmysel pre inováciu lokálneho turizmu však určite nezostane posledným.



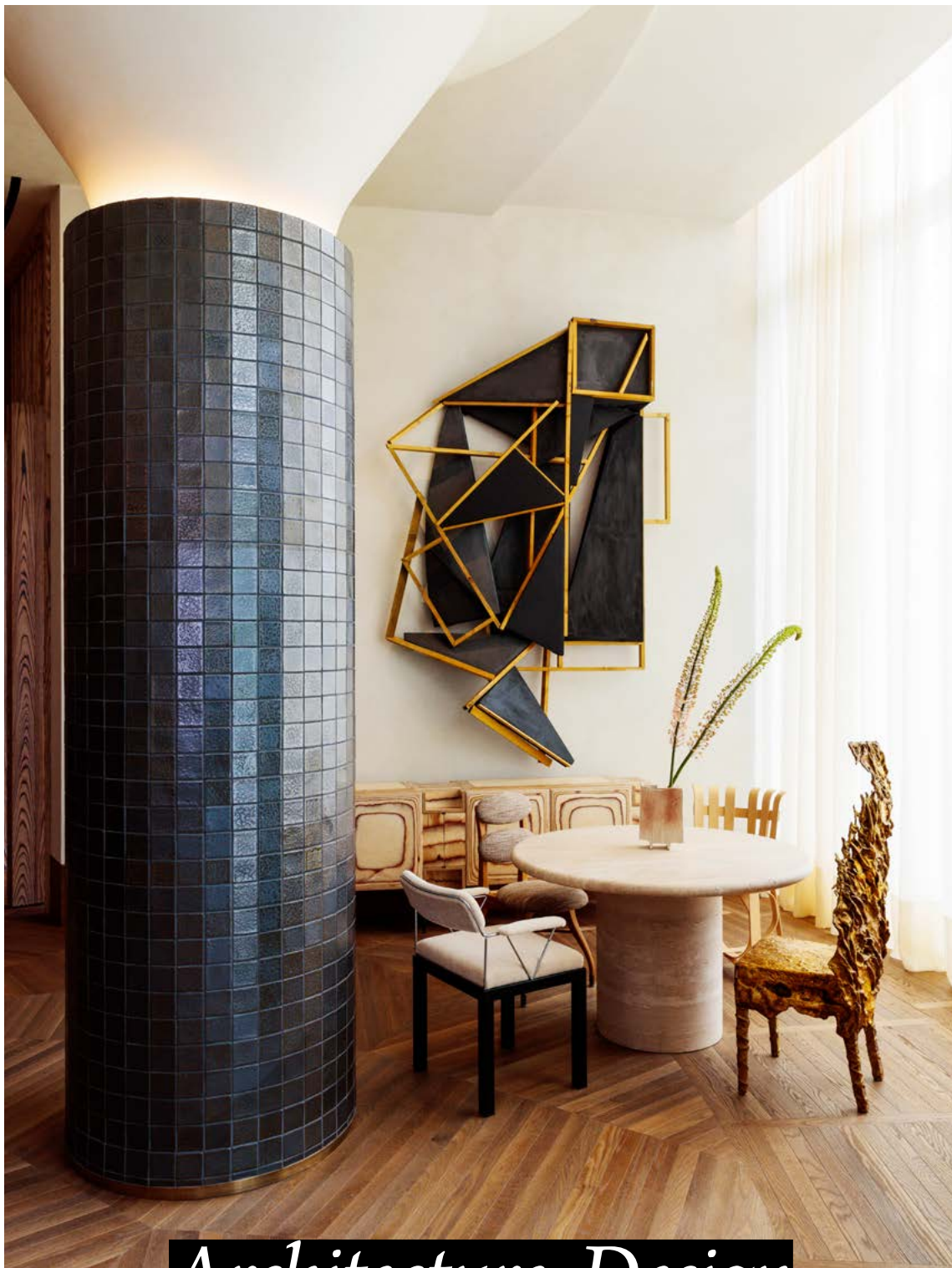
15  
ROKOV

# Sme single origin



KAFE.SK

FOTO Proper Hotel Santa Monica, designhotels.com



*Architecture, Design*



# PIERO LISSONI: HOTELY V PODANÍ MAJSTRA SÚČASNÉHO DIZAJNU



PRIPRAVILA Anna Salvová

*Z jeho interiérov, nábytkových solitérov i stavieb dýcha čistá, priam industriálna estetika. Jeho práce pôsobia striedmo a zdržanlivo, zrejme aj preto mu dávajú nálepku „minimalista“. Keď však jeho dielo preskúmate bližšie, zistíte, že Boh sa naozaj ukrýva v detailoch.*



Charakterizovať jedným slovom Piera Lissoniho je veľmi ťažké. Pohybuje sa totiž na pomedzí architektúry, návrhu nábytku a interiérov, aj grafického dizajnu. Ako úsmevne podotýka, „v Miláne je tradíciou byť všestranným človekom“. Samozrejme, je to aj výsledok jeho vzdelania na univerzite Politecnico di Milano, ktorá svojich zverencov nabáda k tomu, aby sa nebáli balansovať na rozhraní viacerých sfér, od dizajnu až po inžinierstvo. Piero Lissoni to patrične zúročuje aj v návrhoch hotelových zariadení a rezortov.

Jeden z najlepších interiérových dizajnérov súčasnosti sa narodil v roku 1957 a na slávnej milánskej univerzite vyštudoval architektúru. V roku 1986 založil spolu s Nicolettou Canesi firmu Lissoni Associati, multidisciplinárnu spoločnosť s kanceláriami v Miláne a New Yorku. V súčasnosti je pod touto značkou združených asi 70 ľudí, ktorí sa podieľajú na návrhu a realizácii celého spektra projektov, počnúc budovami, interiéromi a showroomami, pokračujúc jachtami a nábytkovými doplnkami, končiac módou a kozmetikou. „Úplne verím Einsteinovej teórii relativity. Čas totiž dokáže byť veľmi flexibilný, najmä, keď sa usilujem do jednej hodiny vtesnať šesť rozličných vecí,“ robí si žarty zo svojej večnej zaneprázdnenosti.

A ako vyzerá Lissoniho práca na projektoch? Jeho postoj k samotnej práci je pomerne zjednodušený – žiť deň za dňom a prijímať akékoľvek výzvy. „Nikdy si neplánujem, že niečo urobím. Jednak mám šťastie a jednak veľa pracujem. Potrebujem prácu, v tom spočíva to tajomstvo. Samozrejme, zakaždým potrebujete aj trochu šťastia,“ podotýka.

Jeho prístup je vraj klasický – európsky, vždy posudzuje kontext, ale aj individuálne danosti lokality. Zakaždým navrhuje tak, aby stavba rešpektovala prírodný rámec a prostredie. „Pracujem s vodou, existujúcimi dimenziami priestoru – naše projekty istým spôsobom budovávajú charakter a podstatu susedstva, v ktorom sa nachádzajú,“ podotýka Lissoni. Taký charakter majú aj hotely z jeho portfólia – navonok nikdy nepôsobia výstredne, ale vstupujú do existujúceho kontextu s veľkou dávkou pokory. Podľa jeho slov je vždy lepšie, ak zvolíte humanistický pohľad na vec. Musíte byť otvorený a vnímať „všetky fazety“ návrhu. A keď dáva ži-

vat čo i len stolu alebo kreslu, vidí ho ako interaktívny kúsok – interaguje s ľuďmi, so živými bytosťami, so situáciami, s pohybom, ktorý sa vytvára v rámci priestoru. Je presvedčený, že jeden priestor by mal byť v súlade s ďalším priestorom.

V prípade hotelových zariadení sa táto téza plne potvrdzuje, pretože všetky interiéry, hoci sú navrhované na iné funkcie a príležitosti, vždy vytvárajú dokonalý súzvuč.

V rámci kreatívneho procesu je celkom ponorený do problému, vedie dlhé diskusie s tímom spolupracovníkov a nezriedka sa stáva, že tento proces trvá aj roky. To mu však vôbec neprekáža. S nábytkárskou firmou Knoll napríklad pracuje už vyše 15 rokov; ako hovorí, stala sa z toho srdcová záležitosť: „Pre mňa je prakticky nemožné robiť niečo bez toho, aby som nemal rád ľudí, s ktorými spolupracujem. Potrebujem ľudí, nie meno či značku. Všetko je najmä o ľuďoch.“

Majster súčasného dizajnu, ako Lissoniho volajú, je umeleckým riaditeľom viacerých nábytkárskych značiek – Alpi, Boffi, De Padova, Living Divani, Lema, Lualdi, Porro či Sanlorenzo, pre ktoré navrhuje viacero produktov. Tu sa však zoznam vôbec nekončí, na svojom konte má aj projekty pre značky Alessi, Benetton, Cassina, Flos, Illy, Neroscilia, Olivari, Poltrona Frau, Salvatori, Tecno, Viccarbe a Wella. V oblasti produktového dizajnu je známy svojím minimalistickým elegantným rukopisom, ale aj ekologickým prístupom. „Musíme sa postarať o dlhý život produktov, pretože to je najlepšia cesta ako šetriť prírodné zdroje. Musíme byť zodpovednejší, poctivejší a čistejší,“ približuje svoju filozofiu Piero Lissoni.

Nezriedka pracuje spolu so svojím tímom aj na tridsiatke projektov z celého sveta, nehovoriac o vývoji nových produktov, ktoré jeho klienti – prevažne nábytkárske firmy – každoročne predstavujú na svetových výstavách dizajnu, napríklad Salone del Mobile v Miláne. „Dôvod, prečo túto prácu robím, je to, že ju robím rád, respektíve najmä preto, že sa stále cítim oduševnený. Ak príde deň, že toto nadšenie zmizne a ja to začnem vnímať iba ako prácu, skúsím radšej lyžovať. Nakoniec, vždy ma fascinovala predstava, že by som bol lyžiarskym inštruktorom a vyučoval ako zvládnuť ten technicky náročný fyzikálny pohyb,“ dodáva s úsmevom Lissoni.



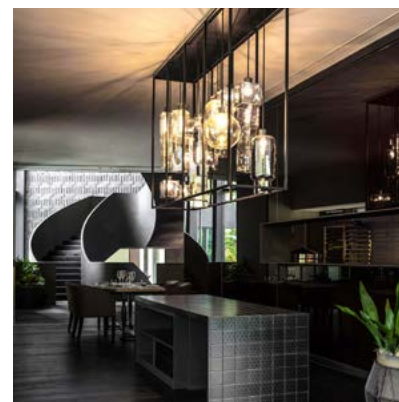
**SLS CANCUN HOTEL & RESIDENCES,  
CANCÚN, MEXIKO**

Prijemný sviežo pôsobiaci hotel predstavuje jeden z najnovších počínov kancelárie Lissoni Associati. „Tento hotel je ako koktail... Namiešali sme v ňom niekoľko rozličných ingrediencií z miestnej kultúry spoločne s americkými a európskymi, pričom zásadnou chuťou je tá mexická. Vďaka tomu vytvárajú svetlo, umelecké diela, starožitnosti a miestne remeslo dialóg s ostatnými svetmi. Myslím si, že sme vytvorili obzvlášť zaujímavý koktail,“ prezrádza Piero Lissoni.  
FOTO SLS Cancun Hotel & Residences



**GRAND PARK HOTEL, ROVINJ, CHORVÁTSKO**

Pozoruhodná terasovitá šesťpodlažná stavba, zakomponovaná do svahu a splyvajúca s okolitou vegetáciou pripomína moderné visuté záhrady. Za architektonickým návrhom stojí lokálna architektonická kancelária 3LHD so sídlom v Záhrebe. Štúdio Piera Lissoniho sa postaralo o interiérový dizajn takmer dvesto hotelových izieb aj spoločenských priestorov vrátane tých na nábreží, ktoré prepájajú novo vybudované priestory s historickým centrom mesta Rovinj. V spolupráci so stylistom Carlosom Bakerom navrhol Lissoniho tím aj uniformy pre personál – od generálneho manažéra až po recepcných.  
FOTO Tomasso Sartori



## THE OBEROI BEACH RESORT AL ZORAH, AJMAN, SPOJENÉ ARABSKÉ EMIRÁTY

Piate najväčšie mesto bohatej arabskej krajiny ukazuje, že v rámci rozvoja cestovného ruchu vôbec nezaostáva za Abu Dhabí či Dubajom, od ktorého je vzdialené iba 45 kilometrov. Päť-hviezdičkový hotel v Al Zorah je súčasťou obrovského územného plánu, do ktorého patria hotely, luxusné rezidencie, prístav, súkromné pláže, prvotriedne golfové ihrisko i prírodný park s lagúnami a mangrovovým porastom. V projekte Oberoi Beach Resort mal Piero Lissoni na starosti územné plánovanie, architektonickú, interiérovú i grafickú časť. Projekt si nakoniec vyslúžil aj prestížnu cenu Editor's Choice online magazínu identity, ktorý mapuje súčasný dizajn, interiéry, architektúru, životný štýl a reálny trh Stredného východu.

FOTO **Simone Bossi**



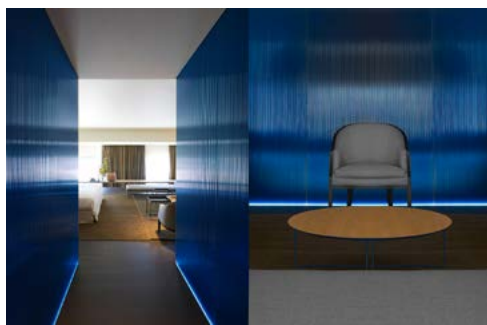
## MIDDLE HOUSE HOTEL, ŠANGHAJ, ČÍNA

Má povest najštylovejšieho hotela v Šanghaji, pričom sa nachádza len dve minúty chôdze od vychýrených luxusných obchodov, reštaurácií a kaviarní. Za jeho pôsobivou dvojvežovou architektúrou, ktorá je inšpirovaná miestnou výstavbou v štýle shikumen (v preklade „kamenná brána“), stoja architekti z kancelárie Wong and Ouyang. Tím Piera Lissoniho sa postaral o interiérový koncept spoločenských priestorov, hotelových izieb i apartmánov na strednodobé pobyty, ale aj o návrh fasády. Tá pozostáva z obľúbených hliníkových lamiel, ktoré poskytujú apartmánom potrebný tieň a vytvárajú príjemnú textúru celej stavby.

FOTO **Edmon Leong**







### CASA FANTINI HOTEL, PELLA, TALIANSKO

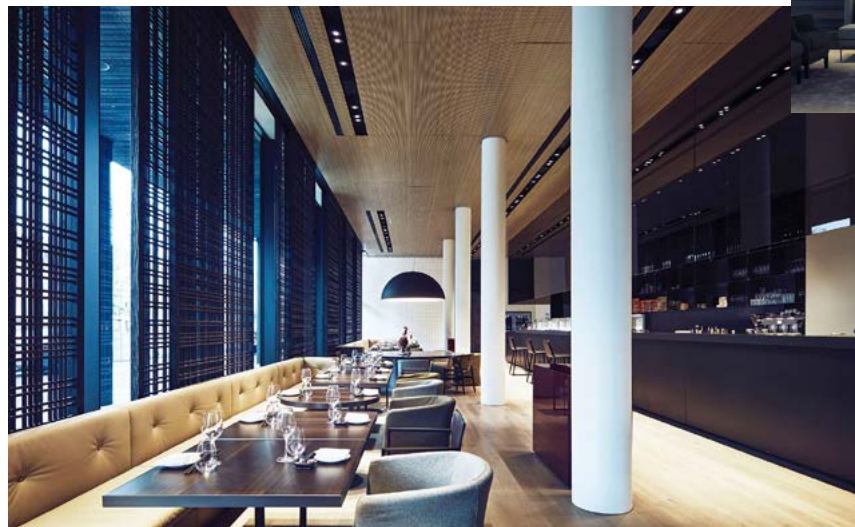
Butikový hotel na jazere Lago d'Orta čerpá z výnimočnej polohy s výhľadom na ostrov San Giulio. Piero Lissoni sa pri návrhu stavby, interiérového dizajnu aj grafického vizuálu usiloval vyťažiť maximum z prírodného dedičstva tejto lokality. História sa tu ocitla v príjemnom dialógu s modernizmom a tradíciou remeselného spracovania kameňa, kovu a dreva. Pevným materiálom dokonale sekundujú zasklené plochy poskytujúce veľkolepé výhľady na jazero. Samotný hotel má pomerne intímny charakter, pretože ponúka iba jedenásť izieb vrátane dvoch veľkoryso riešených „suite“ apartmánov.

FOTO Giovanni Gastel, styling Elisa Ossino Studio

### ROOMERS HOTEL, BADEN-BADEN, NEMECKO

Hotel nachádzajúci sa v prestížnej lokalite mesta Baden-Baden, v blízkosti mestskej koncertnej siene a nádherného parku síce navrhli KHP architekti, estetickú „bodku“ v podobe dizajnu fasády však projektu vtlačil práve Lissoni so svojím tímom. Pozoruhodným poznávacím znamením hotela sú priestranné spoločenské priestory, rozdelené do rozličných zón a obkolesené pôsobivou zasklenou fasádou, ktorá prepája interiér s exteriérom. Taliansky architekt sa postaral aj o interiérový dizajn priestorov vrátane 130 hotelových izieb, reštaurácie, wellness či strešného baru. Vládnu im prírodné materiály, svetlé farby a priateľská atmosféra. Tento projekt sa stal víťazom ceny Iconic Award za inovatívnu architektúru v kategórii Interiér/Architektúra.

FOTO Federico Cedrone

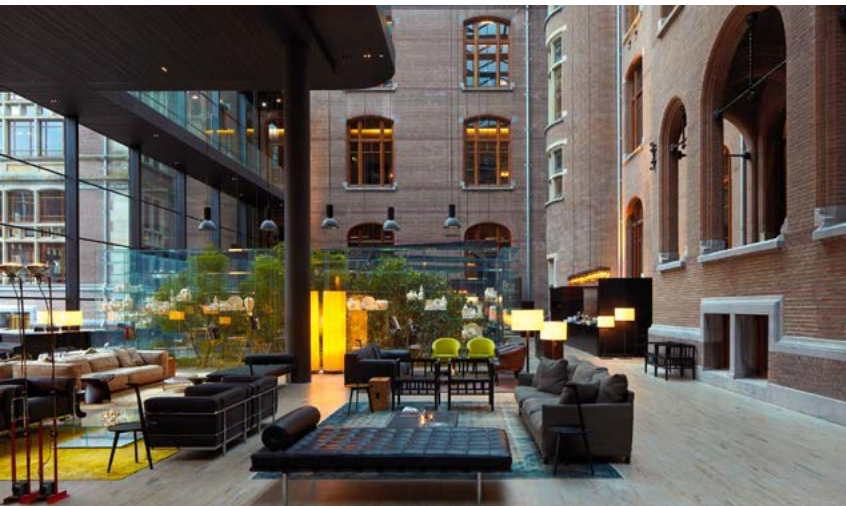




## CONSERVATORIUM HOTEL, AMSTERDAM, HOLANDSKO

V tomto prípade ide o jeden z najpozoruhodnejších projektov Piera Lissoniho. Ako názov hotela napovedá, stavba bola kedysi sídlom hudobného konzervatória. Postavili ju v 19. storočí v architektonickom štýle s gotickým nádychom, ktorý sa architekt rozhodol zachovať. Pripojil však nové prvky vytvárajúce pôsobivý kontrast moderny a histórie; napríklad veľkolepý zasklený vnútorný dvor. Niekoľkopodlažné átrium je kompletne vybudované zo skla, aby vynikol aj pôvodný objekt. Projekt, v ktorom mala kancelária Piera Lissoniho na starosti aj interiérový dizajn, získal viacero prestížnych ocenení.

FOTO **Amit Geron**



## GRAND HOTEL BILLIA, SAINT VINCENT, TALIAANSKO 2010 – 2013

**Fields of intervention:** *architecture, interior design*

Majstrovstvo spojenia starého s novým odhaľuje hotel, ktorý navrhol inžinier Pietro Agosti pre Stefana Billiu, ktorý ho otvoril v roku 1900. Po takmer storočnej prevádzke komplex nutne potreboval redizajn, a to nielen zvonka, ale aj zvnútra. Časť fasády obložili drevenými panelmi, rozšírenia vo forme modernej kovovej prístavby s bohatým zasklením sa dočkala aj recepcia. Reštauračné práce sa dotkli i originálnych dekorácií a kovaní. Hotel ponúka 113 de luxe izieb a šesť apartmánov typu suite.

FOTO **Tommaso Sartori**







# RENSON®: TIENENIE A DOBRÝ VZDUCH PRISPIEVAJÚ KU KOMFORTU HOSTÍ

TEXT A FOTO Renson

*V poslednom období sme trávili viac času v exteriéri, ako v interiéri. Pandémia vyvolala zvýšený záujem o zastrešené terasy, ale aj rôzne externé terasové prístrešky. Vhodné exteriérové tienenie prispieva ku komfortu hostí rovnako ako dobrý vzduch v interiéri, ktorý sa spolu s prvotriednymi službami zapíšu do povedomia hostí.*

PERGOLY Renson – CAMARGUE, ALGARVE, SKYE, LAPURE

Ich základnou funkciou je tieniť. Pergoly Renson však chránia aj pred dažďom a vetrom. Ich strecha môže byť tvorená hliníkovými otáčavými lamelami alebo látkovou clonou. Každá pergola má dômyselný drenážny systém, ktorý odvádza dažďovú vodu. Do bočných plôch sa dajú integrovať látkové clony, loggia panely, sklenené posuvné steny. Pergoly možno doplniť dažďovými alebo veternými senzormi, LED svetlom, ohrievačom a audio systémom. Ovládajú sa pomocou diaľkového ovládača alebo prostredníctvom inteligentného systému domu.

AERO SKYE: INTEGROVANÁ POSUVNÁ STRECHA S OTOČNÝMI LAMELAMI

Skye je ďalším modelom zastrešenia terás firmy Renson, ktorý ponúka maximálny komfort v každom počasí. Strešné lamely možno otvárať a zatvárať podľa potreby

a želania. Otáčaním lamiel sa dá regulovať intenzita slnečných lúčov, a reagovať tak na intenzitu slnka v rôznych obdobiach. Pri nepriaznivom počasí možno strešné lamely celkom uzavrieť. Otvorenie lamiel a ich odsunutie umožňuje počas noci pozorovať hviezdnu oblohu.

“ PERGOLY NIELEN TIENIA, ALE CHRÁNIA AJ PRED DAŽĎOM A VETROM. OTÁČANÍM LAMEL MOŽNO REGULOVAŤ INTENZITU SLNEČNÝCH LÚČOV POČAS DŇA I V RÔZNYCH ROČNÝCH OBDOBIACH. ”





## OPATRENIA PROTI OSTRÉMU SLNKU

Prírodné slnečné svetlo dodáva pozitívnu energiu a vytvára príjemný pocit. Ak je však slnečné svetlo príliš ostré a relatívne nízko pri okne, treba urobiť príslušné opatrenia. Tieniace systémy, látkové vonkajšie clony alebo vhodné slnolamy, umožňujú užívať slnko a slnečný svit po celý rok a zároveň chrániť interiér nielen pred prehrievaním, ale aj pred vetrom a dažďom. V Európe je stále väčším problémom stúpajúci počet horúcich dní. Keď vezmeme do úvahy, že dnešné domy sú veľmi dobre izolované, najmä počas horúceho leta je izolácia prekážkou na únik prehriateho vzduchu. A to je dôvod, prečo sa čoraz väčší dôraz kladie na chladenie objektov v lete, než kúreniu počas zimy.

## LÁTKOVÉ SLNEČNÉ CLONY FIXSCREEN A TOPFIX

Prispievajú k vizuálnemu komfortu najmä v období, keď je slnko relatívne nízko a zapríčiňuje nepríjemný osvit, ktorý pôsobí rušivo, napríklad pri sledovaní televízie alebo pri práci s počítačom. Látková vonkajšia clona bráni „obťažovaniu“ svetlom a zároveň chráni interiér pred prehriatím, keďže dokáže zastaviť až deväťdesiat percent tepelnej energie



už pred oknom. Voľbou vhodnej látky (fyzikálne parametre, farebnosť) dosiahnete nielen optimalizáciu podmienok vo vnútorných priestoroch, ale získate aj zaujímavý dizajnový doplnok. Navyše, ak si nezvolíte blackout verziu, nestratíte vizuálny kontakt s okolím.

## ROHOVÁ CLONA – PANOVISTA MAX

Panovista® Max pozostáva z dvoch textilných, navzájom kolmých častí, ktoré sú ovládané jedným motorom. V rohu sú clony spojené zipsom, pri vyťahovaní sa rozopínajú dymseľným mechanizmom ukrytým v hornom boxe. Preto sa obidve ramená pohybujú naraz. Toto riešenie zaručuje vysokú odolnosť voči vetru, a to až do rýchlosti 90 km/hod. Maximálna dĺžka ramien je 6 + 6 m, výška

3,4 m. Tieto rozmery sú však limitované maximálnou celkovou plochou clony – 30 m<sup>2</sup>. Horný box a bočné vodiace lišty možno skryť pod fasádu objektu.

## FIXVENT

Najlepšie sa spí v tichej, tmavej miestnosti pri teplote 16 – 18 °C. Fixvent zohľadňuje oba aspekty – kombináciu vetrania s dobrými akustickými vlastnosťami a textilnú exteriérovú clonu odolnú voči vetru. Konštrukciou a dizajnom dokonale ladí s ostatnými tieniacimi prvkami, čím umožňuje ich vzájomné kombinovanie.

[www.renson.sk](http://www.renson.sk)

[www.renson.cz](http://www.renson.cz)

[www.renson.eu](http://www.renson.eu)

[www.renson-outdoor.com](http://www.renson-outdoor.com)







# AKO ZARIADIŤ HOTEL V.: WELLNESS CENTRUM

PRIPRAVILA Alena Reháková FOTO Apfelhotel Torgglerhof/Alex Filz, Hotel Priestereg, Chalet Mirabel, Hotel Das König Ludwig, Hotel Forestis Dolomites, Chablé Hotel Yucatan

*V jubilejnom 15. ročníku magazínu Top hotelierstvo/hotelnictví završíme náš seriál odborných rád, ako zariadiť hotel dizajnovane a funkčne. Tentoraz sa pozrieme na priestory wellness centra. Na naše otázky odpovedal Mgr. art. Michal Kysela, ktorý sa dlhodobo venuje práve HoReCa segmentu.*

**Ako by ste zhodnotili vývoj v oblasti vyba-  
venia wellness centier za uplynulých desať až  
dvadsať rokov?**

Pojem wellness definoval Halbert Dunn zhruba pred sedemdesiatimi rokmi. Je teda prirodzené, že definícia tohto slova resp. životného štýlu sa stále aktualizuje. Životný wellness štýl okrem regenerovania vo wellness centrách zahŕňa aj zdravú stravu, pohyb a kvalitný oddych. Vyhľadávané sú preto autenticky a komplexne navrhnuté rezorty, v ktorých sa snúbi naplnenie týchto atribútov. Navyše, vedľa ponúkajú aj silný tematický zážitok či spriaznenú komunitu podobne zmýšľajúcich ľudí. Keby som mal pomenovať najúspešnejšie novinky, tak veľmi populárna je ľadová kryoterapia, pri ktorej sa vystavuje telo extrémnemu chladu s cieľom stimulácie fyzického a mentálneho zdravia. Pribúdajú aj priaznivci saunových rituálov. Preto sa v porovnaní s minulosťou navrhujú priestorovo väčšie sauny pre väčší počet ľudí, kde je viac priestoru na samotný rituál. Trendom sú aj alkohol-free bary, ktoré majú v ponuke len nealko nápoje, čo je v konečnom dôsledku pri pobyte vo wellness centre najvhodnejšie. Wellness je i záležitosť duševného relaxu, preto naň nadväzujú aj rôzne meditačné či joga centrá, čo v minulosti nebolo bežné.

**V akom časovom horizonte sa odporúča ino-  
vovať hotelové wellness centrum?**

Podľa skúseností odborníkov je optimálne revitalizovať priestory wellness centra po približne desiatich rokoch. Nie však pre inštalované

technológie, ktoré pri správnej údržbe a obsluhu dokážu plniť svoju úlohu aj dlhšie. Skôr preto, aby mal návštevník pocit, že je v novom priestore. Niekedy nie je potrebné realizovať veľkú investíciu – napriek tomu možno dosiahnuť mimoriadne úspešnú revitalizáciu a prilákať stálych i nových návštevníkov.

majiteľov hotelov, ktorí intenzívne investujú do priestorov, aby vyšli zákazníkom maximálne v ústrety skvalitňovaním služieb. V Českej republike existuje už viac zoskupení, ktoré sa tejto problematike venujú, napríklad Česká asociácia wellness (ČAW) a ABAS (Asociace bazénů a saun ČR). Na Slovensku nedáv-

---

“ POJEM WELLNESS DEFINOVAL HALBERT DUNN ZHRUBA PRED SEDEMDESIATIMI ROKMI. JE TEDA PRIRODZENÉ, ŽE DEFINÍCIA TOHTO SLOVA SA STÁLE AKTUALIZUJE. ”

---

**Existuje nejaký predpis, na základe ktorého môže hotel deklarovať, že má k dispozícii wellness centrum?**

Toto je problém absencie niektorých definícií v hotelierstve. Nie je žiadnou výnimkou, keď si prevádzkovateľ upraví názov svojej prevádzky a prezentuje sa ako wellness hotel alebo penzión. A pritom si zabezpečí iba jednoduchú vírivku, ktorú uloží niekde do kúta, vloží tam malú saunu s ochladzovacou kaďou a nazve to wellness. Nič proti takému riešeniu a poskytovaniu takých služieb, ale to nie je wellness. Tieto komponenty spravidla ani nespĺňajú technologické požiadavky na verejnú prevádzku. Dodnes neexistuje, aspoň o tom neviem, legislatívna úprava, ktorá by upravovala metódu triedenia a rozlišovania wellness priestorov. Znevýhodňuje to poctivých

no vznikla podobná organizácia – Slovenská asociácia aquaparkov, kúpalísk a plavárni (SAAKP), ktorá sa však, pokiaľ viem, nezaobrábera priamo problematikou wellness.

**Akú veľkosť by malo mať wellness centrum a čím by malo byť vybavené v štandarde a v nadštandarde?**

Môžem ponúknuť svoj pohľad z perspektívy navrhovania slovenských hotelov. V štandarde navrhujeme zväčša plavecký alebo relaxačný bazén, vírivku a dostatok oddychových miest. Ďalej aspoň tri typy saun, napr. fínsku saunu, parnú saunu, infra saunu alebo aroma (bio) saunu. Ochladzovací bazén alebo vedro (kaďu) odvahy. Okrem štandardných spŕch aj nejaký typ zážitkovej sprchy. Aspoň jednu procedúru navyše – zväčša Kneippov kúpeľ.





## MICHAL KYSELA

Hotelový architekt, ktorého žilinské štúdio INROOM stále prichádza s novými návrhmi v oblasti HoReCa interiérov. Ich horúcou novinkou je dokončenie Zámockého hotela Anton Florian vo Valticiach. V interiéri Valtického zámku si splnili veľký dizajnerský sen (zámok Valtice je súčasťou krajinej pamiatkovej zóny Lednicko-valtický areál, zapísaného na zozname Svetového dedičstva UNESCO). A pokračujú. V sprevádzaní hotelierov na vzrušujúcej ceste za tvorbou priestoru a zážitku. [www.inroom.sk](http://www.inroom.sk)

Na relax jednu až dve samostatné oddychové miestnosti. Takto navrhnutý wellness obslúži kapacitu 35 a viac ľudí. Záleží od veľkosti podlažnej plochy – treba počítať s 200-250 m<sup>2</sup>. Všetko navyše, čo sa týka kvantity, považujem v podmienkach slovenských hotelov za nadštandard. Mňa osobne poteší skôr nadštandard v podobe originálnej emócie, ktorú mi dokáže sprostredkovať sofistikovane navrhnutý wellness.

### Z akých častí sa skladá wellness centrum?

Začíname privítaním na wellness recepcii, ktorá je spravidla samostatná a oddelená od

recepcie hotela. Návštevník dostane plachtu a prípadné doplnkové vybavenie. Vyrieši platbu za službu, dostane stručné poučenie a pokračuje k šatniam. Po prezlečení je žiaduce, aby každý návštevník prešiel hygienickým uzlom, kde by mal vykonať aspoň základnú očistu tela. V rámci hygienického uzla je potrebné zabezpečiť dostatok toaliet a sprch, aby sa netvorili rady. Po absolvovaní hygieny už nasleduje samotný zážitok z „wellnessovania“. Po absolvovaní je opäť žiaduca sprcha a dostatočný počet fénov so zrkadlami. V závislosti od kapacitných možností, hotely vytvárajú zvyčajne hneď niekoľko „okruhov“.

Napríklad bazénový svet, saunový svet, exteriérový wellness, oddychové miestnosti, masáže či kozmetika.

### Ako by malo byť wellness usporiadané?

Optimálne dispozičné riešenie hotelového wellness umožňuje všetkým návštevníkom bezkolízny a bezpečný pohyb. Z hľadiska obľúbenosti sme si všimli, že niektoré prvky sú obľúbenejšie ako iné. Príkladom je finska sauna či vírivé vane. Z pochopiteľných dôvodov okolo týchto procedúr vzniká väčší „traffic“. Riešením je to jednoducho akceptovať alebo posilniť početnosť a kapacitu obľúbených prvkov aj za cenu, že vo výpise atrakcií wellness nebude figurovať toľko rôznych exoticky pôsobiacich atrakcií. Odporúča sa návrh procedúr podľa intenzity záťaže organizmu. Na začiatku atrakcie, ktoré spôsobujú nižšiu záťaž pre organizmus. Potom nasledujú náročnejšie procedúry ako napr. sauny. A na koniec oddychové a relaxačné procedúry.



← ↓ Pri realizácii bazénového sveta sa odporúča obrátiť sa na profesionálov, medzi ktorých patrí aj spoločnosť Berndorf Bäderbau s. r. o.



**Aké materiály vo wellness centre použiť, aby sa dobre udržiavali a spĺňali aj bezpečnostné požiadavky? Čo je vhodné na steny, stropy, podlahu?**

Základom je používať odolné a nekorodujúce materiály, pretože pre prostredie wellness je charakteristická konštantne vyššia vlhkosť vzduchu a časté chemické čistenie počas sanitárnych dní. Zatiaľ nič neprekonal klasický materiál – keramický obklad/dlažbu. Vo wellness odporúčame používať epoxidové škárovacie hmoty namiesto cementových. Dobré vlastnosti z hľadiska použiteľnosti i bezpečnosti majú mozaikové obklady. Pri podlahe je dôležité nezabúdať na správny výber z hľadiska bezpečnosti. Volíme preto dlažby s certifikovaným protišmykom R10/B (protišmyk pre bosú nohu). V tesnej blízkosti bazénov a víriviek ešte drsnejší protišmyk - R11/C. Na stropoch sa okrem sadrokartónu do vlhkého prostredia dobre osvedčili aj panelové stropy na báze EPS. Najmä pri bazénových



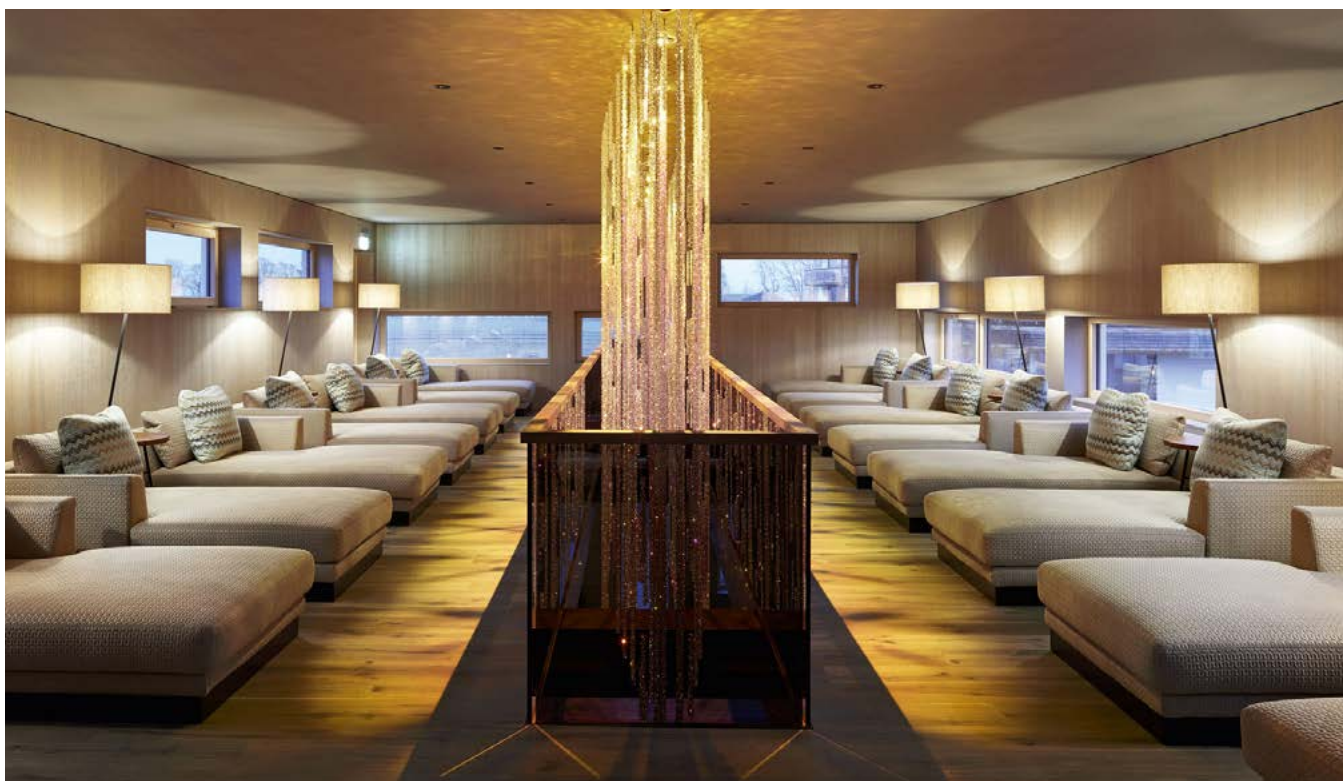
halách sa zvyknú používať aj napínané fóliové stropy. Ich výhodou je nízka hmotnosť a široká paleta dizajnov vrátane potlačí na mieru či podsvietenia – čo dáva tomuto riešeniu pridanú hodnotu.

**Ako wellness osvetliť?**

Ako sme už spomínali – vo wellness je osvetlenie priestoru špeciálna téma. A to hneď z dvoch uhlov pohľadu. Prvým je, že všetky svetelné zdroje by mali vyhovovať bezpečnostným normám. Ide predovšetkým o stupeň ochrany krytia definovaný v STN EN 60529 (33 0330). Vo vlhkých priesto-

roch wellness spravidla volíme svetelné zdroje s IP 65-68. V závislosti od blízkosti a typu kontaktu s vodou. Ďalším, už spomenutým faktorom, je zabezpečenie intimity návštevníkov, ktorú dosiahneme absenciou priameho denného svetla a návrhom tlmeného umelého osvetlenia. Informačné a únikové značenie by malo svietiť jasne a byť umiestnené na dobre viditeľných pozíciách. Špeciálne je potrebné pamätať na tzv. „sanitárny“ režim. V čase mimo prevádzkových hodín je potrebné zabezpečiť dostatočnú intenzitu osvetlenia na bezproblémovú údržbu a sanitáciu priestorov.





**Ktoré farby by mali dominovať?**

Záleží na téme wellness centra. Neexistujú vyslovene nevhodné farebné riešenia – záleží len od vkusu. Pri oddychových miestnostiach by som však jedno odporúčanie mal. Volil by som skôr jemnejšie pastelové tóny a vyhýbal sa sýtym odtieňom. Naopak, v saunovom svete je možné naplno popustiť uzdu fantázií – aj sa to často deje :). A pridám ešte jednu radu: na dlažbe a obkladoch sýtych odtieňov je vznikajúci vodný kameň (biely povlak) oveľa viditeľnejší než na svetlejšej melírovanej dlažbe. Preto ak je to možné, tak v najviac namáhaných priestoroch (okolie bazénov a víriviek) je vhodné prispôsobiť farebnosť a povrchovú štruktúru tejto skutočnosti.

**V bazénovom alebo saunovom svete návštevník pobudne dve-tri hodiny. Ako zabezpečiť, aby sa mu tu dobre dýchalo?**

Výmenu vzduchu treba zabezpečiť extra výkonnou vzduchotechnickou jednotkou. Wellness priestory sú chemicky a permanentne zvýšenou vlhkosťou vzduchu veľmi namáhané. Tomu treba prispôsobiť celú VZT

„ODPOČINKOVÁ MIESTNOSŤ SA VYMYKÁ ŠTANDARDOM, KTORÉ PLATIA NA OSTATNÉ WELLNESS ZÓNY. OKREM ŠPECIÁLNYCH VLASTNOSTÍ LEŽADIEL JEJ ZARIADENIE ZÁVISÍ OD KREATIVITY ARCHITEKTA A JEHO VNÍMANIA ATMOSFÉRY.“

sústavu (vetvu). Jednotlivé prvky navrhuje projektant VZT s extra ochranou proti korózii (nerezové potrubie a pod.). Vlhkosť vzduchu reguluje buď centrálna VZT jednotka alebo lokálne umiestnené odvlhčovače vzduchu.

**Aké interiérové prvky by nemali chýbať a z akých materiálov by mali byť zhotovené?**

Základom je zabezpečiť návštevníkom dostatok oddychových plôch. Pri wellness hovorme o ľahkých stoličkách, ležadlách a vyhrievaných ležadlách. Čo sa týka odkladacích priestorov, tie stačia v menšej miere, i keď to, samozrejme, záleží od prevádzky.

Často sa zákazníkom vychádza v ústrety najmä pokiaľ ide o občerstvenie. Zvyčajne je to však na úkor bezpečnosti prevádzky. Mám na mysli predovšetkým používanie a upratovanie pohárov. Dobrým kompromisom sú vyhradené priestory v rámci wellness centra, ktoré sú priamo určené na konzumáciu občerstvenia. Napr. rôzne typy wellness barov. Keď už spomíname občerstvenie – zabezpečenie pitného režimu vo wellness centre je veľmi dôležité, pretože niektoré procedúry výrazne dehydratujú ľudský organizmus. Najčastejšie to riešime strategickým rozmiestnením pitných fontán.





### **Aké dekoratívne prvky možné použiť?**

Gro dekoratívnych doplnkov vo wellness centre tvoria rôzne typy dekoratívneho osvetlenia (lampáše, svetelné gule...) a imitácie rastlín. Žiaľ, živé kvety by v tomto prostredí dlho neprežili. Všetky ďalšie dekorácie, ktoré nám majú pomôcť navodiť tému relaxu musia byť ľahko umývateľné a vodovzdorné. Výnimku opäť tvoria odpočinkové miestnosti a exteriérové wellness – tu je možný širší výber dekorácií vrátane živej vegetácie. Netreba zabudnúť ani na umiestnenie hodín väčších rozmerov a s IP krytím do vlhkých priestorov, pretože čas vo wellness plynie rýchlo...

### **Určite je dôležité správne označiť jednotlivé časti wellness...**

V prípade komplexnejších hotelových wellness centier označujeme jednotlivé okruhy (samostatné časti) informačnými tabuľkami v kombinácii s veľkoformátovou grafikou. Používame predovšetkým polepy na sklenených výplniach (okná, dvere) prípadne fototapety s informačnou grafikou na mieru a pod. Dobrým indikátorom býva aj turni-

ketový systém či elektronický zámok s čítačkou, ktorý upozorňuje na zmenu wellness okruhu. Označenie by malo byť jednoduché, ľahko čitateľné a viditeľne prístupné pre každého. Opisné tabule by sa mali umiestniť ku každej procedúre/atrakcii, a to napríklad vo forme informačnej sklenenej tabuľky s LED osvetlením. Opis umiestnený na presklených dverách a priečkach zároveň slúži ako bezpečnostný prvok proti nárazu. Informačné tabuľky navrhujeme vo výške očí na stenách alebo vyššie, ak sú zavesené zo stropu. Wellness informačný systém je neoddeliteľnou súčasťou interiéru a má potenciál pozdvihnúť alebo znížiť kvalitu vnímaného priestoru. Preto je vhodné spolupracovať

s profesionálmi – zväčša z reklamnej agentúry, ktorá disponuje kreatívnym grafikom.

### **A čo pôsobenie na ďalšie zmysly človeka – ako napr. hudba, vôňa a pod.?**

Áno, súčasťou dobrého wellness by mali byť aj prvky zmyslového marketingu – predovšetkým hudba a vôňa. Tieto dva kľúčové prvky umocňujú emócie a dotvárajú atmosféru wellness. Preto je dôležité sa s ich výberom obrátiť na profesionálov. Hudba vo wellness by mala byť plynulá, zmysluplná, bez akýchkoľvek rušivých momentov, ktoré by vrátili klienta zo stavu relaxu späť do stavu napätia. Mala by návštevníkov upokojiť, spomaliť ich tep a pomôcť im nerušene vychutnávať chvíle oddychu. Vôňa dodáva



# VYTVORÍME VÁM WELLNESS AKÝ SI ZASLŮŽITE



priestoru pocit čistoty a sviežosti, v mnohých prípadoch môže eliminovať aj nepríjemné zápachy v šatniach, po bahenných zábaloch či vlhkosti. Preto si i v priestoroch šatní nájdú svoje uplatnenie svieže vône – eukalyptus či citrónová tráva. Do priestoru wellness sú vhodné relaxačné bylinkové vône ako levandula, medovka, ylang ylang, jasmín či vône ihličnanov.

### ***Ako zariadiť odpočinkovú miestnosť?***

Ako sme už spomenuli, odpočinková miestnosť sa vymyká štandardom, ktoré platia na ostatné wellness zóny. Jeden spoločný atribút je však platný aj tu. Ležadlá či stoličky by mali dobre znášať zvýšenú vlhkosť z mokrych plachiet a osušiek, ktoré hostia používajú. Ďalej to už závisí od kreativity majiteľa hotela a jeho architekta akou atmosférou vybaví oddychové miestnosti. Keďže aj v bežnom živote oddechujeme rôzne – ak je k dispozícii viac oddychových zón – navrhujeme ich v rôznych témach a atmosfére. Ale niekedy platí, že menej je viac :).

### ***Aké by malo byť prepojenie interiéru a exteriéru wellness centra? Ako zariadiť exteriér wellness centra, čo je preň typické?***

Veľmi dobrá otázka. Spomínali sme na začiatku najobľúbenejšie atrakcie hotelového wellness sveta. Exteriérové wellness procedúry určite patria medzi ne. Ideálne také, ktoré ponúkajú aj atraktívne výhľady do okolitej prírody. To je zaručená kombinácia, ktorá prináša silnú pozitívnu emóciu. A o to ide. V exteriérovom wellness očakávam, a osobne aj pri návrhoch silne

preferujem autentický prírodný akcent. V materiáloch je to, pochopiteľne, drevo, kameň a živá vegetácia. Teda pomerne veľký kontrast v porovnaní s interiérovým wellness. Prepojenie interiéru s exteriérom by sa malo realizovať určite cez nejaký typ „filtrovačnej“ zóny – typu zádverie so vzduchovou tepelnou clonou. Aby neprenikal chlad zvonka do interiéru wellness centra.

### ***Aká dôležitá je spolupráca interiérového dizajnéra s dodávateľmi bazénov a súnn a ďalšieho vybavenia?***

Z mojej skúsenosti viem, že takáto spolupráca prináša najlepší výsledok. Dokonca spoluprácu treba iniciovať od prvého momentu, keď sa zrodí nápad na realizáciu wellness. Dodávatelia wellness techniky sú špecializovaní na tento typ prevádzky. Tí skúsenejší už majú vychytané mnohé prevádzkové chyby. Ponúkajú odskúšané riešenia a technológie, za ktoré sa vedú zaručiť. Interiérový dizajnér by ich mal na základe referencií vedieť posúdiť a vyhodnotiť. Tie, ktoré vyhovujú téme a riešeniu priestoru wellness vzápätí zapracuje do finálneho návrhu dispozičného riešenia resp. finálneho návrhu interiéru. Tento typ spolupráce je tak trochu o hľadani balansu – aby sa z hotelového wellness nestal showroom dodávateľa wellness techniky. A platí to aj naopak. Ak architekt nerešpektuje prevádzkové a technické nuansy wellness techniky – výsledkom môže byť nepraktický a komplikovaný výsledok. My máme zatiaľ veľmi dobré skúsenosti zo vzájomnej komunikácie a spolupráce.

www.vameli.eu

# Špeciálne telové ošetrenia inšpirované svetovými kultúrami

Tri destinácie pre neopakovateľný sensorický únik

JAPONSKO

## Hanakasumi

Čerešňové púčiky a lotosový kvet, únik do sveta pohody, sprevádzaný jemnosťou a púdrovou vôňou.



*Óda na pohodu, relax a krásu tela! Výnimočné ošetrenie inšpirujúce sa Japonským očíslným kúpeľom. Jemný enzymatický piling celého tela z ryžového púdro, špeciálna wofňujúca masáž nôh a relaxačná masáž celého tela pôsobí ako balzam na vaše zmysly. Pokožku zanechá zamatovo hebkú a jemne prevoňanú.*

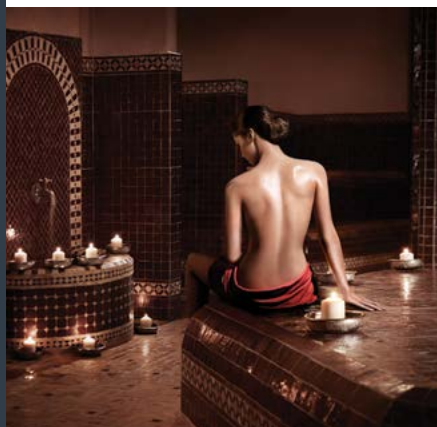
TYP:



ORIENT

## Sensations Orientales

Špeciálne telové ošetrenie inšpirované Orientom.



*Nechajte sa okúzliť Jantárovým a Myrta sensorickým únikom, teplými a sladkými tónmi na drevitom základe. Pri tomto ošetrení je použitá úplne nová masážna technika, ktorá zmiernuje napätie tela, napomáha celkovej relaxácii a spája aj prvky strečingu a mobilizácie.*

TYP:



INDONÉZIA

NOVINKA

## Indonésie Ancestrale™

Originálne ošetrenie inšpirované zdedenými indonézskymi rituálmi.



*Indonézia, zahŕňajúca mnoho rôznych ostrovov, sa vyznačuje rôznorodou v masážnych technikách. Pričom pre každý z hlavných ostrovov existujú rôzne techniky masáže predkov, ktoré sú celosvetovo preslávnené. Vyznačujú sa silnou relaxáciou, ktorú navodzuje aj jazmín a santalové drevo.*

TYP:









# V SÚZVUKU S PRÍRODOU

TEXT Alena Reháková FOTO Manolo R. Solís

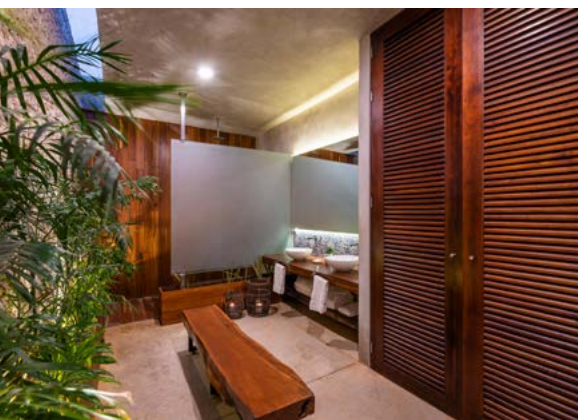
*Príroda nás spája s našimi emóciami, s koreňmi. Tvrdia to architektky Jessica Cetina Falla a Adriana Ancona Bouza zo Štúdia Etea, ktoré stoja za návrhom butikového hotela Estancia Lago na polostrove Yucatán, pozostávajúceho z troch nezávislých bungalovov umiestnených okolo romantického jazera.*







← Každý z bungalovov je zariadený nielen dizajnovovo, ale i funkčne. Pozostáva zo spálne, kúpeľne a terasy s vírivkou, z ktorej je nádherné pozorovať východ a západ slnka.



↑ Kúpeľňa poskytuje hosťom dostatok komfortu. I tu sa uplatnil materiál miestnej proveniencie a zručnosť tunajších majstrov. Prijemným oživením je interiérová zeleň.



↗ Interiér bungalova, podobne ako exteriér, kombinuje surové materiály, akými je betón a kameň s teplými tónmi dreva. Autorky sa inšpirovali tradičnými obydliami Mayov.





➤ V strede jazera je malý ostrovček, ktorý zabezpečuje hosťom jednotlivých bungalovov väčšie súkromie. Prístupný je cez mólo.

→ Tri bungalovy rozmiestnené okolo romantického jazierka pôsobia akoby sa na vode vznášali. Hosťom poskytujú dostatok súkromia v prepojení s prírodou.



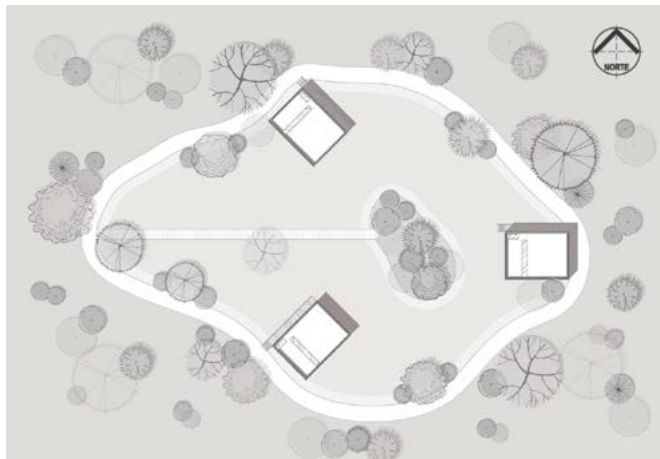


---

“VONKAJŠÍ VZHĚD BUNGALOVŮV JE POMĚRNĚ JEDNODUCHÝ, PŘETOŽE TO, ČO MÁ VYNIKNŮŤ A ZAUJAŤ JE PŘÍRODA.”

---

Hotel Estancia Lago je součástí komplexu Amalia, obklopeného 400 hektáři džungle.



Polostrov Yucatán patrí v poslednom čase medzi vyhľadávané turistické destinácie. Hotel Estancia Lago je súčasťou komplexu Amalia, obklopeného 400 hektármi džungle. Rovnaký názov má i projekt, ktorého cieľom je podpora ekologického hospodárenia, trvalej udržateľnosti, šetrnosti k životnému prostrediu, ako aj miestnych komunit a producentov. Počas pobytu v hoteli sa hostia môžu zapojiť do rôznych aktivít a získať nezabudnuteľné zážitky. Prijemná a srdečná atmosféra s upokojujúcim pohľadom na jazero, miestnu faunu a vegetáciu, sľubuje dokonalý relax dostatočne vzdialený od dynamiky miest. Vonkajší vzhľad bungalovov je pomerne jednoduchý, pretože to, čo má vyniknúť a zaujať je príroda. Jednotlivé bungalovy sú ukotvené na betónových pilieroch a pôsobia akoby sa na vode vznášali. V strede jazera je malý ostrovček, ktorý zabezpečuje hosťom väčšie súkromie. Prístupný je cez mólo. Celý komplex pôsobí ako súostrovie pokoja a dokonalej harmónie s prírodou. Konštrukcia bungalovov pozostáva najmä z betónových prv-



## ŠTÚDIO ETEA

„Náš pohľad na dizajn spočíva v snahe zlepšiť kvalitu života ľudí, a to nielen po fyzickej, ale aj po emočialnej a spirituálnej stránke. Dôraz kladieme na detail, ako aj na architektúru, ktorá harmonizuje s okolitým prostredím,“ charakterizujú svoje projekty Jessica Cetina Falla a Adriana Ancona Bouza, zakladateľky Štúdia Etea so sídlom v meste Mérida na polostrove Yucatán (Mexiko).

kov a odľahčených polystyrénových dosiek. Materiálovú paletu zastupujú vzhľadom neutrálne alebo drsné (surové) materiály, ktoré vytvárajú kontrast k farebnej palete okolitej prírody. Leštené betónové platne dopĺňajú bočné steny s aplikovanými prvkami tradičnej mayskej architektúry jednoduchých obydlií. Kamenná stena v interiéri nadväzuje na tradičné miestne konštrukčné systémy.

Klimatizovaný bungalov pozostáva zo spálne, kúpeľne a terasy s vírivkou. Terasa s vonkajším sedením poskytuje hosťom priestor na užívanie voľného času počas celého dňa. Nádherné sú najmä východy a západy slnka. V interiéri sú použité predovšetkým prírodné materiály, ako je drevo a kameň, ktoré vhodne oživuje interiérovú zeleň. Také prepojenie medzi exteriérom a interiérom dokazuje, aký dôležitý je súzvuč človeka s prírodou. V interiéri autorky projektu kládli veľký dôraz na perfektne zvládnuté remeselné detaily. Každý z bungalovov je zariadený nielen dizajnovy, ale maximálne funkčne a účelne.









FOTO Caldera House Hotel

# MATERIÁLY

## ŠEDÁ EMINENCE HOTELOVÉHO DESIGNU

PŘIPRAVILA Anna Salvová

*Dobrá hotel nedělá jen spolehlivý personál, úžasné jídlo či prvotřídní služby. Takové zařízení musí oplývat podmanivou estetikou, pod kterou se mimo jiné podepisuje i výběr materiálů. Ty ovlivňují nejen barevné schéma a texturu, ale také kvalitu a užité vlastnosti hotelových prostor. A jelikož se ukrývají v jednotlivých nábytkových solitérech, površích a plochách, nemusí být zjevné na první pohled. Mají však nesporný vliv na celkový architektonický a interiérový koncept, a tedy na to, jak se v daném prostoru budete cítit.*

Hoteloví manažeři a interiéroví designéři se, podobně jako v jiných typech komerčních či soukromých prostor, řídí základní mantrou – dosáhnout souladu funkce a formy. Obě jsou totiž vzájemně spjaty a zcela neoddělitelné. Vzhled nábytku i povrchů je v hotelích stejně důležitý jako jeho strukturální pevnost. Když zvážíte, že mnoha hotely denně projdou stovky až tisíce lidí, uvědomíte si, že podstatnou roli při výběru materiálů nehraje pouze jejich estetika, ale i další faktory, a to funkcionalita, trvanlivost a snadná údržba. Velkou pozornost je třeba věnovat především prostorům, které plní komunikační funkci. Kromě bot totiž nejčastěji čelí náporu zavazadel, servisních vozíků obsluhy a uklízeček, jakož i vysavačů.

Při takových přesunech nejednou dochází ke vzniku škrábanců nebo znečištění. I z toho důvodu prý nejlepší hotely světa renovují své komunikační prostory, haly a chodby každé tři roky. V restauračních prostorech zase třeba počítat s neustálým odsouváním a zasouváním židlí, které namáhají podlahu, jakož i se znečištěním od zbytků jídla. Recepce hotelů se pro změnu stávají „tranzitním“ místem, které vítá i příležitostně hosty a uživatele veřejných hotelových služeb, jako jsou wellness centra, kongresové prostory, bary a restaurace. Hotelová lobby je navíc místem, které vytváří důležitý první dojem, a tak se opravdu vyplatí investovat do kvalitních materiálů a trvalých řešení. Jaké materiály tedy použít v hotelích?

### CO TŘEBA ZVÁŽIT PŘI VÝBĚRU MATERIÁLŮ?

Náročnost údržby: Čím méně času pokojské zabere uklízení a čištění apartmánu, tím efektivnější bude celkový provoz hotelu. O to větší dosah to má ve velkých hotelových zařízeních se stovkami pokojů.





## NÁŠ TIP

Hliník se skvěle kombinuje i s jinými materiály, v posledních letech zejména se dřevem.

### ODOLNÝ KOV

Kov představuje jeden z nejpevnějších a nejtrvanlivějších materiálů v architektuře i interiérovém designu. K jeho výhodám také patří vysoká odolnost vůči požáru, korozi (pokud mluvíme o speciálně povrchově upraveném kovu), škůdcům, ale také snadná údržba. V hotelových prostorách jsou volbou čísla jedna hliník a nerez čili nerezavějící ocel, která může být v leštěné nebo broušené úpravě. Hliník lze bez obav použít v interiéru i exteriéru. Má nízkou hmotnost, snadno se čistí a dokáže odolávat i extrémním proměnám počasí. Nerez skvěle odolává nejen vlhkosti, ale také suchu, slunečnímu záření, chladu i teple a má vynikající hygienické vlastnosti. V současnosti patří k oblíbeným typům kovových materiálů, resp. kovových úprav i měď, která má příjemný narůžovělý nádech, díky čemuž působí hřejivěji než jiné kovy. Jelikož jde o nejméně trvanlivý materiál s různou délkou trvanlivosti, měli byste se při jeho výběru zajímat zejména o jeho kvalitativní vlastnosti.

O něco pevnější kovové materiály jsou mosaz a bronz, které v porovnání s chladnou ocelí či

pozinkovanými povrchy vnesou do interiéru nejen měkčí, ale i nevšednější barevné akcenty. Nemusíte však trvat na bezchybné kovové úpravě, v současnosti je i v hotelových interiérech vítána patina, která díky záměrnému procesu oxidace vytváří dojem přirozeného stárnutí materiálu. Rezavé struktury a odstíny jsou unikátním dílem přírody a postarají se o působivé ztvárnění vnitřních prostor. V případě, že chcete vnést do světa kovu více barev, vyberte si produkty s úpravou práškováné oceli, která vylepšuje vlastnosti kovových povrchů – dělá je odolnější vůči poškrábání, oděru, blednutí i celkovému opotřebení. Tato povrchová úprava je navíc ekologičtější než běžné chemické nátěry, protože neuvolňuje do vzduchu prchavé organické sloučeniny.

### TVÁRNÉ DŘEVO

Dřevo a dřevěné povrchy hrají v hotelovém průmyslu stále první housle. Nejenže jsou pevné a trvanlivé, ale také se snadno udržují a prakticky nikdy nevyjdou z módy. Evokují hřejivý pocit domova a přirozeným způsobem zútulňují každý interiér. Kromě kla-



FOTO Zaillinger Hotel/Alex Filz

sického nábytku v apartmánech, jako jsou postele, noční stolky, židle, šatní skříně, psací stoly, záhlaví postelí nebo televizní sestavy, se používají v restauračních zónách, recepčních pultech, ale i vertikálních plochách, jako jsou obklady interiérových zdí. Při zařizování máte na výběr ze tří základních možností – masivní dřevo, dýha a laminát. Ten poslední patří samozřejmě k nejlevnějším variantám, které zároveň nabízí poměrně slušnou trvanlivost. Laminátové povrchy můžeme rozdělit do dvou skupin, a to HPL a LPL. Vysokotlaký laminát (HPL) je ideální zejména na zhotovení horizontálních ploch. Je velmi stabilní, takže odolá i střepinám ze spadlé rozbité sklenice. Nízkotlaký laminát (LPL) se doporučuje



FOTO: April/hote/Alex Filiz

## ELEGANCE V SOULADU S ČISTOTOU

Pokud v koupelně použijete keramické obklady, přírodní kámen či elegantní kamenné povrchy, zajímejte se jednak o jejich protiskluznost, ale také nízkou poréznost a minimum spojů, které zvyšují hygieničnost tohoto očištěného zázemí hotelových hostů. Čím více pórů materiál má, tím hůře se čistí. O slovo by se rovněž měly hlásit hladké a obléjší plochy, které se zbavují špíny mnohem jednodušeji než strukturované a hranaté povrchy. Do třetice byste pozornost měli věnovat i tvrdosti vody. Pokud budete mít v hotelu velmi tvrdou vodu, může na delikátních a vzácných površích v koupelně zanechávat nepěkné skvrny.

spíše na vertikální plochy, které nemusí snést takovou velkou zátěž.

Dýha je tenká vrstva dřeva, která se používá jako povrchová úprava jiného, zpravidla levnějšího dřevěného materiálu, jako je překližka. Takový nábytek zachovává přirozený vzhled, strukturu a kresbu dřeva, má však vylepšené vlastnosti, třeba je rezistentní vůči vodě. Masivní dřevo je nejdražší alternativou, a přestože do interiéru vnáší nezaměnitelný přírodní nádech i vůni, jeho údržba je o něco náročnější.

Trendem posledních let jsou také recyklované dřevěné kousky, dřevo s vintage nádechem a surový vzhled dřevěných prvků, který lze použít v industriálně laděných prostorách, ale také jako ozvláštňující akcenty v eklekticky řešených hotelích. V případě dřeva lze kritická místa takových povrchů, jako jsou rohy a hrany náchylné na poškrábání a oděrky, opatřit ochrannými kovovými prvky. Stále větší popularitě, a to i v hotelových interiérech, se těší proutěný, resp. pletený nábytek, ať už mluvíme o ratanu, třtině nebo nesmírně odolném bambusu. Takové solitéry do vašich prostorů vnesou závan exotiky nebo středomořské atmosféry, vytvoří příjem-

nou texturu, ale rovněž přispějí i k ekologické povaze vašeho hotelu či restaurace.

### LEHKÝ PLAST

Sklolaminát, polypropylen nebo lisovaný plast – to vše jsou moderní materiály, které vzaly svět interiérového designu útokem. Plast je extrémně odolný vůči vodě i plísním, pevný a zároveň lehký (s výjimkou sklolaminátu) a vůbec se nemusíte obávat toho, že rychle vybledne. Je dostupný v nesčetných barevných úpravách od výtvarného světa, má vysokou nosnost a zároveň nevyžaduje žádnou náročnou údržbu. Velmi efektně působí i transparentní plastové kousky, které na rozdíl od skleněných prvků nejsou náchylné na rozbití a snadno se přemísťují.

### VĚČNÝ KÁMEN (A KERAMIKA)

V oblasti vyhotovení pochozích ploch i obkladového materiálu mají designéři opět neodolné pole možností. Přírodní kámen nejenže dostupný, ale provozovatelům se odvědí také svou trvanlivostí a univerzálností. V této kategorii se obzvláště velké oblibě těší mramor. Jde o vzácný materiál, který dodává prostorům i menším nábytkovým solitérům



FOTO: Nobis, www.designmatters.com

jistou noblesu a luxusní nádech. Kromě originální kresby dobře odráží světlo. V současnosti mohou jeho vzhled suplovat i jiné, levnější materiály, které jsou méně náročné na údržbu. Sázkou na jistotu jsou v rámci designu hotelu i keramické obklady, které však mohou být vcelku drahé, a tak se v hotelích využívají spíše jako nástěnná dekorace v menších prostorách či praktická úprava stěn v koupelnách.



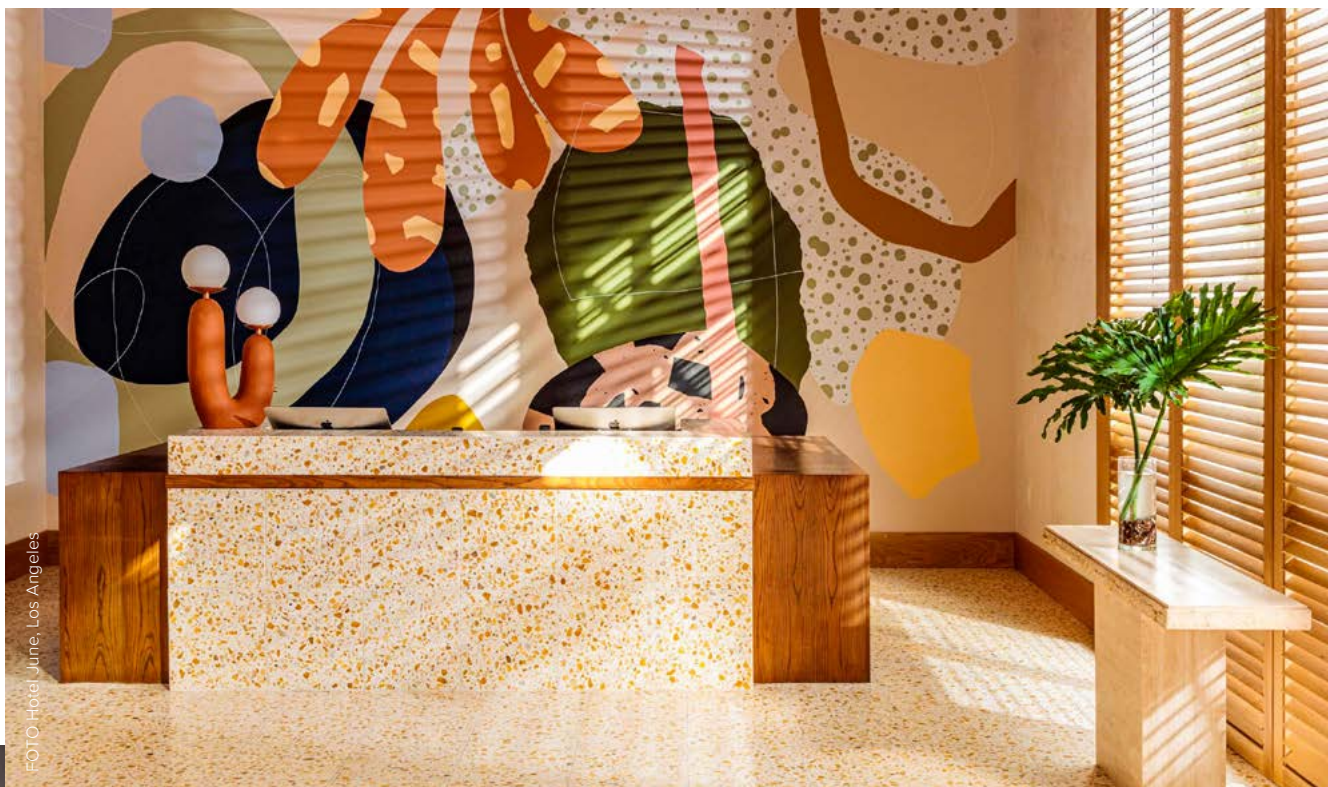


FOTO Hotel June, Los Angeles



FOTO Apfelhotel/Alex Filz

#### KDYŽ SE PODLAHA (S)LIJE

Hitem interiérového designu, nevyjímaje ani hotely, je v poslední době beton a betonové úpravy. Lze je vidět nejen na velkých plochách, jako jsou podlahy, ale také na pultech a menším nábytku. Ideální uplatnění najde všude tam, kde jsou zvýšené nároky na provozní zátěž, jako jsou hotelové recepcce nebo meetingové a konferenční prostory. Tento materiál propůjčí místnostem syrovější, ale velmi stylový charakter. Dokonce v něm lze otisknout různé vzory a obrazce, případně je upravit do podoby kamene či keramického obkladu. Industriální šmrnc dodá prostorám tzv. pohledový beton s příznými otisky původního bednění. Beton se však rovněž bude vyjímat v retro hotelech a vintage konceptech. Při úpravě podlah nebo dalších prvků, například koupelnových desek, okenních parapetů nebo schodišť, nelze opomenout ani trendové terrazzo, které může mít ztvárnění od výmyslu světa. Jde přitom o uměle vytvořený materiál, složený z cementu a různé drtě,

obsahující zbytky mramoru, žuly nebo skla. Jeho výsledná podoba tedy závisí na tom, jak barevný „odpad“ se v něm smíchá. Jeho výhodou je, že je jednotlý a nemá žádné spáry, a tak se vcelku dobře udržuje. Takové vlastnosti nabízejí i lité podlahy, které mají velmi snadnou údržbu a prakticky neomezené designové ztvárnění. Prskyřičné lité podlahy navíc odolají chemickým látkám a vydrží opravdu vysoké zatížení, včetně automobilů. V hotelech se samozřejmě ve velké míře používají i koberce, především v prostorách jednotlivých pokojů a luxusních suite apartmánů. Jejich největší předností je hřejivost a dobrá zvuková izolace, z toho důvodu se často využívají i v hotelových chodbách. Problémem je samozřejmě čištění, které může být náročné, proto je dobré upřednostňovat vysoce odolné koberce s nízkým vlasem, které se snadno vysávají.

#### DESIGNOVÁ TEČKA INTERIÉRU

O měkkost v interiéru se starají zejména textilie. Podobně jako koberce brání šíření hluku



„PŘI VÝBĚRU MATERIÁLŮ DBEJTE NEJEN NA TRVANLIVOST, ALE I NADČASOVOST.“



FOTO Apriéhotel/Alex Fliz



FOTO San Luis Restaurant

v prostoru, který zároveň zútulňuje a podtrhuje celkový design místnosti. Správně zvolené textilní prvky, počínaje záclonami, konče ložním prádlem, mohou dokonce kompletně změnit charakter místnosti. Přestože textilie představují hlavně dekorativní prvek, při jejich výběru je třeba dbát i na jejich užité vlastnosti, jako jsou nemačkavost, odolnost vůči skvrnám a zašpinění, snadné skládání, jednoduché čištění či dokonce vysoká požární odolnost. Nehořlavé textilie jsou speciálně upraveny tak, aby se jen tak lehce nevnítily a nepodporovaly hoření. K současným trendům patří i využití hrubších látek, které zvýrazňují přírodní charakter hotelu, jako je například len. Na druhé straně, velký důraz

se klade i na kvalitu textilních materiálů, jako jsou čistá bavlna či satén, díky kterým se zvyšuje komfort ubytovaných hostů.

#### VSAĎTE NA VRSTVENÍ A AUTENTIČNOST

Je třeba si uvědomit, že materiály budou nevyhnutelně koexistovat v jednom interiéru, navzájem kontrastovat nebo společně ladit. V současnosti patří k největším trendům vrstvení, které neznačí pouze spojování různých, případně kontrastních materiálů, ale i jejich vzájemné prolínání. Vrství se nejen barvy a struktury, ale také techniky, vzory nebo staré s novým. V kurzu jsou méně

lesklé a leštěné materiály, protože přednost se dává matným, surovým a různým přírodním povrchovým úpravám s přirozeným vzhledem. Posun nastal i v otázce atraktivitativy prostor na sociálních sítích, o kterou hotely z celého světa dosud silně zápolily. Problém tkvěl v tom, že často docházelo pouze k obyčejnému kopírování konceptů a ověřeně vychytaných „it“ řešení. Od schopnosti zaujmout uživatele Instagramu sice hoteloví designéři neupustili, stále více však hledají originalitu a autentičnost, a to například v historii, místní komunitě nebo samotné lokalitě hotelu. Ty se pak stávají inspirací i při výběru materiálů a ostatních interiérových prvků.





Spoločné dielo/tvorba  
Názov diela: Kónská hlava  
Maľba: Alena Šikulová  
Socha: Mária Chamraz  
Kombinovaná technika, Akryl 2020

# V HLAVE MÁME MNOHO NÁPADOV

PRIPRAVILA Alena Reháková FOTO Michal Jakubec

*Lúky s kvetmi, kytice kvetov či viacfunkčné solitéry – to je len časť z tvorby partnerskej a umeleckej dvojice Aleny Šikulovej a Márie Chamraza. V nadväznosti na našu tému „Keď hotelu prospieva umenie,“ nám poskytli krátky rozhovor.*



**Mário Chamraz**  
**Názov diela:** Socha ženy z orechového dreva, ktorá slúži aj ako nádoba na cukríky  
**Materiál:** Orechové drevo  
 Ručná práca, 2021



## MÁRIO CHAMRAZ

Narodil sa v Malackách v roku 1985. Od piatich rokov navštevoval ľudovú školu umenia Malackách. V roku 2003 vyštudoval umelecké stolárstvo a následne pokračoval štúdiom dizajnu na Slovenskej technickej univerzite v Bratislave. Umenie ho sprevádza celý život, počas ktorého sa zúčastnil na viacerých výstavách a súťažiach. V jeho tvorbe ho najviac uchvátilo sochárske remeslo v spojení s dizajnom a moderným umením, prostredníctvom čoho rád vyjadruje svoje vnútorné cítenie. Najviac ho fascinuje, ak dielo vyvoláva emóciu, prekvapenie, možno odlišnosť, pretože jeho krédom je odlíšiť sa od stereotypu dnešnej tvorby.

**Mário Chamraz**  
**Názov diela:** Čierna lebka, kreslo  
**Materiál:** Kombinovaná technika, kožené čalúnenie  
 Ručná práca, 2020







Šikulová Alena  
Názov: Lúka s kvetmi  
Olejomalba, 2021



## ALENA ŠIKULOVÁ

Narodila sa v Malackách v roku 1989. V roku 2004 študovala na škole Scénického výtvarníctva v Bratislave. Počas štúdia na umeleckej škole boli jej diela inšpirované impresionizmom, ktorý sa časom vyvinul do modernejšieho štýlu maľby. Venuje sa predovšetkým maľbe, v ktorej prevláda najmä prírodná tematika, ako sú už viackrát známe „Lúky s kvetmi“, či „Kytice kvetov“. Veľkú dôležitosť vo svojich obrazoch prikladá farbám, pretože verí, že farby a prostredie, v ktorom žijeme, nás ovplyvňujú po celý život.





„AK STE SI VŠIMLI AJ OBRAZ, TAK TO ROBÍME SPRÁVNE.“

**Ste životnými partnermi, pracujete v spoločnom ateliéri, čím sa vaša tvorba dopĺňa a čím sa odlišuje?**

Áno, presne tak. Sme partnermi po vzťahovej aj umeleckej stránke. Mário sa venuje predovšetkým sochárskej tvorbe a ja sa venujem malbe. Naše fungovanie v spoločnom ateliéri berieme ako obrovskú výhodu, pretože sa perfektne dopĺňame a vytvárame diela, ktoré sú skutočne výnimočné.

**Prečo sa venujete práve tejto forme umenia?**

Obaja sme podľahli modernému umeniu, lebo nám dovoľuje slobodnejšie sa prejavovať po dizajnových, umeleckých a neraz kontroverzných stránkach, a to nás naplňuje.

**Čo vás inšpiruje?**

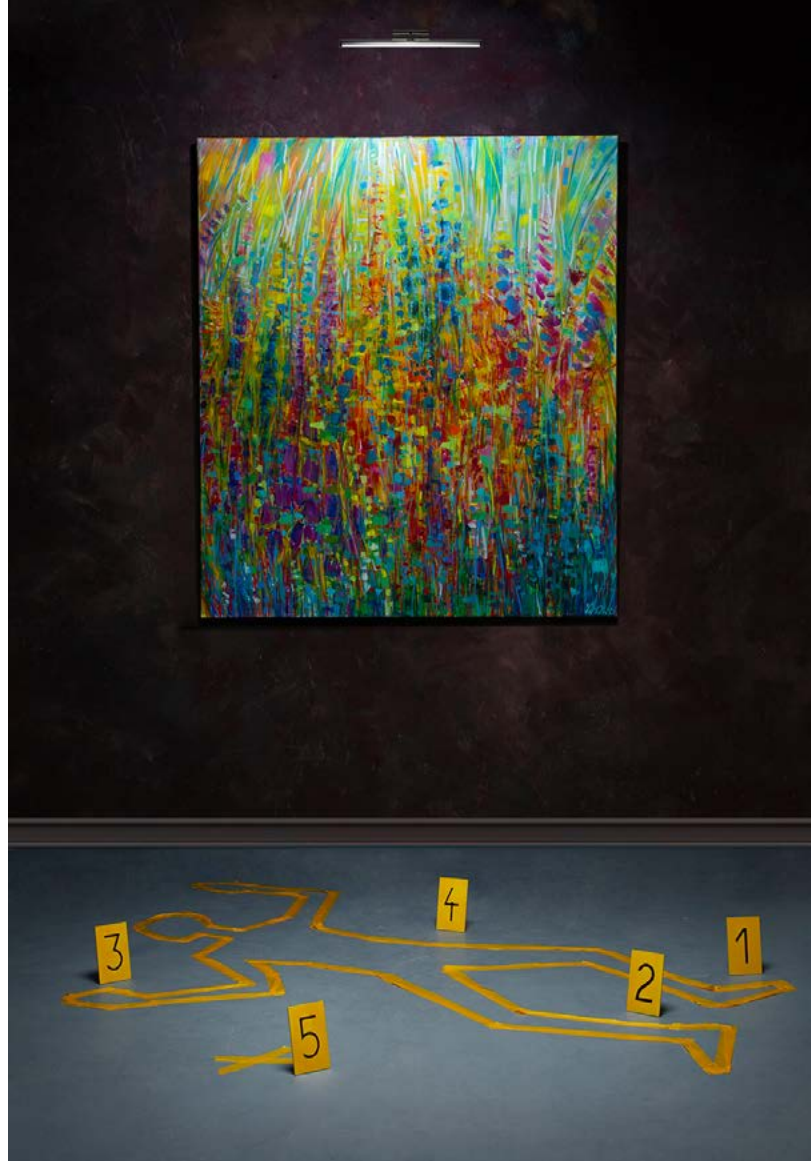
Paradoxne vychádzame z úplnej klasiky. Usilujeme sa každé dielo podať trochu inak, novými očami, možnosťami. V hlave máme neraz množstvo nápadov, ktoré si dennodenne kreslíme a z toho vyberáme najlepšie. Naše diela musia byť také, aké v galérii nenájdete.

**Kde všade ich nájdeme?**

V aktuálnej situácii máme všetky diela v našom ateliéri v Malackách.

**Ako môžu vaše diela obohatiť verejný priestor vrátane hotelov a reštaurácií?**

Naše diela majú silnú schopnosť zaujať už na prvý pohľad. Usilujeme sa tvoriť tak, aby ani jedno dielo neskončilo bez povšimnutia, aby pritiahol pozornosť každého diváka či už po duševnej stránke ale



bo dizajrovej. Ideálne je, ak sa spojí samotné dielo s funkčnosťou (ako je naša umelecká misa na cukríky či kreslo lebký). Vedy ide o skutočne originálny umelecký prvok, ktorý je vhodný do priestorov, ako sú hotely či reštaurácie, ktoré sa tak môžu stať šperkom pre návštevníkov.

**Ako vzniká dielo na mieru, ako prebieha proces jeho tvorby?**

Predovšetkým treba spoznať zákazníka, jeho túžby a predstavy. Potom prichádza k samotnej realizácii. Vzápätí vznikne dielo, ktoré bude v harmónii s nami i so zákazníkom.

**Aké novinky chystáte?**

Určite sa máme na čo tešiť, máme veľa nápadov, ktoré ste ešte nikde nevideli a ktoré budeme čoskoro realizovať.



▼ Zájazd do moskovského hotelu Richter znamená objaviť jedno z dostupnejších kultúrnych miest, kde sa dá oboznámiť s povahou súčasného konceptuálneho umenia.

FOTO **Design Hotels**



FOTO William Morean

# KEĎ HOTELU PROSPIEVA UMENIE

TEXT Ján Krajč

*Priestor hotela má obrovský potenciál pre mnoho iných odvetví a podnikov. V čase, keď kultúra a cestovný ruch čelia podobným krízam, nachádzajú zmiešané partnerstvá nový význam.*

Uvažovanie o možnostiach cestovného ruchu bolo ešte donedávna založené na tradičných modeloch podnikania. Cestujúci sa v hoteloch stávali hosťami. Dostávali pritom balík služieb, ktorý bol súčasťou ich pobytu. Po pandémie sa toho veľa zmenilo a aj keď sa k otváraniu hotelov na celom svete pristupuje opatrne a s nevyhnutným dôrazom na hygienické štandardy, aktuálne trvajúce vlny vakcinácie napomáhajú, aby sa aj cestovný ruch predsa len čo najskôr vrátil do niekdajšieho režimu. Nikto však v tejto chvíli netuší, či to bude mať dlhodobé trvanie a či sa situácia neskomplicuje aj v budúcnosti. Ak už pre nič iné, tak minimálne kvôli prevencii je vhodné uvažovať o tom, či sú hotelieri pripravení na budúcnosť takzvaných multimodálnych priestorov, ktoré by mali vyhovovať záujmom viac než jednej strany.

## LOBBOVANIE O LOBBY

Vstupné a zhromažďovacie priestory v hoteloch bývajú zvyčajne cieľovou destináciou pre väčšinu hostí, takže je prirodzené predpokladať, že umenie sa bude nachádzať práve v nich. Nemusí sa to tam však zákonite aj končiť. Keď sa ocitnete na stránke juhoafrického hotela Ellerman House, neuvidíte na ňom posteľ či záber na okolité prírodné prostredie. Odhoda až k päte stránky je totiž každá pasáž venovaná informáciám o umeleckej zbierke lokálnych umeleckých smerov a ich predstaviteľov. V špeciálnej galérii hotela je navyše k dispozícii na slovo vzatý osobný kurátor, ktorý hostí sprevádza

počas celej výstavy. S bezplatným on-line katalógom diel, zahrnutých do sprístupnenej zbierky, majú záujemcovia o niekoľko dôvodov viac, prečo si vybrať v Kapskom Meste práve tento hotel. Dá sa to však aj bez galérie. V izbách newyorského Grammercy Park Hotela sú vystavené diela notoricky známych umelcov tamojšej scény sedemdesiatych a osemdesiatych rokov. Nechýbajú tu obrazy Keitha Haringa, Jeana-Michela Basquiata, ale aj ikon z britského umeleckého zoskupenia YBAS, menovite Damiena Hirsta či Charminga Bakera. V najdrahších situáciách vermontského Twin Farms sa pre zmenu objavujú autentické obrazy Davida Hockneyho či Roya Lichtensteina. O tom, z čoho pozostáva kolekcia umenia v tacomskom Hoteli Murano, asi netreba dlho premýšľať. Muranské sklo tvorí skutočne väčšinou časť vystavených diel. Komentovanú prehliadku kolekcie, inštalovanej vo všetkých častiach hotela, si môžu objednať nielen hostia, ale aj miestni. Keďže vstupné nepresahuje viac ako desať dolárov na osobu, je to jedna z atrakcií, o ktoré nie je núdza v žiadnom ročnom období - na rozdiel od iných, sezónnych či outdoorových činností. Je teda zrejme, že spôsobov, ako sa stať atraktívnym pre ďalších partnerov a investorov existuje viacero. Nie je to však jednosmerná cesta k úspechu. Kanadský hotel Gladstone v Toronte prenajíma až tri verejné priestory v budove, navrhnuté pre rozličné umelecké organizácie, nevyhnuté pritom ani drag subkultúru. Už v roku 2005 po prvý raz oslovil umelcov zainteresovaných do partner-

ských komunitných programov s ponukou kreatívneho ponímania niektorej z 37 izieb hotela. Vnútro hotela tak prechádza neprestajnou transformáciou, čo znamená, že aj stáli návštevníci sa môžu zakaždým tešiť na nečakané prekvapenia.

## HOTELIERI KURÁTORI

Mimochodom, akékoľvek väčšie spojenie s ďalšími má priamy vplyv na to, v koľkých zmienkach zaznie meno vášho hotela. Bez ohľadu na to, či závisíte alebo nezávisíte od silných sezón, so zapojením miestnej umeleckej komunity do života hotela sa zvýšenej pozornosti budete tešiť nonstop. Bostonský hotel Studio Allston by sme mohli bez zaváhania považovať za nováčika. Fungovať začal len v roku 2018. Nachádza sa v bezprostrednom susedstve kreatívnej štvrte Allston. Na rekonštrukcii budovy z polovice minulého storočia sa spolupodieľalo celkovo 22 umelcov, ktorí dodali miestu mladistvý, súčasný vzhľad, a to nielen v lobby hotela, ale aj vo všetkých 117 izbách. To znamená, že majitelia spravili z hotela doslova kolektívne umelecké dielo. Tento prienik do miestnej tvorivej komunity bol však len začiatkom. Allston vďaka tejto iniciatíve vzbudil záujem u návštevníkov aj kupcov a s organizáciou vernisáží a výstav neprestal ani počas pandémie. Navzdory obmedzeným možnostiam ponúkali hotelieri workshopy až do polovice leta. Maximalizovať potenciál takéhoto miesta sa však dá ešte viac. The Confidante v Miami nadviazalo spoluprácu s umeleckou agentúrou The Art Plug a zároveň





← Pravidelným prenajímaním priestorov lobby pre galérie a jednotlivcov, tak ako v prípade hotela The Thief v Oslo, sa dá zabezpečiť vedľajší zdroj príjmu, ktorý môže byť poistkou na budúce neisté obdobia.  
FOTO **The Thief**



↗ Bostonský Allston dal príležitosť lokálnym umelcom. Okrem iného tým došlo k šikovnému previazaniu susednej komunity a napojeniu sa na existujúcu infraštruktúru galérií a súkromných zberateľov.  
FOTO **Allston Studio Hotel**

aj so špecialistom na surrealistické umenie, Bertrandom Epaudom, výsledkom čoho bola prehliadka s názvom The Real Surreal. Marcel Katz, zakladateľ agentúry viani vyhlásil, že po trojmesačnej prehliadke viac ako tisíce zachovaných Dalího diel, bude mať šou ďalšie, ešte veľkolepejšie pokračovanie. Neklamal. Po tom, čo sa v januári tohto roka prehliadka skončila, The Confidante prišlo s novým nápadom, ako pokračovať v spolupráci. Aktuálne prebiehajúca akcia s názvom Dinner With Dalí ponúka záujemcom, aby si objednali exkluzívnu večeru pre uzavretú spoločnosť s menu inšpirovaným Dalího kuchárskou knihou Le Diners de Gala, v ktorej nechýbajú okrem hlavných chodov ani koktaily. Večera pre desiatich hostí stojí 2 000 dolárov a pokiaľ je cesta do Miami momentálne nemožná, agentúra sprístupnila prehliadku aj prostredníctvom on-line platformy, pričom poplatok za vstup je len 5 dolárov. Navyše, pri organizovaní umeleckej šou nechýbali ani sponzorské príspevky troch veľkých medzinárodných spoločností s alkoholickými nápojmi. Čo to teda znamenalo pre The Confidante? Prienik do off-line i on-line prostredí, ktoré sa nevenovali téme cestovného ruchu, a teda aj exkluzív-

ne umiestnenie, do ktorého nevstupovala ich konkurencia. Nevyhnutné prepojenie ktorejkoľvek správy zo strany galeristu či kunsthistorika s názvom hotela a tiež budovanie si povesti proumelecky orientovaného prostredia, ktoré ponúka pridanú hodnotu v podobe večere – čiže niečoho, čo sa v galériách bežne nedá zažiť. Spolupráca medzi hotelom a kurátormi na dŕvažok aspoň sčasti nahradila zrušený Art Basel, najzásadnejší veľtrh súčasného moderného umenia. The Confidante si tak dokázalo v priebehu jednej kritickej sezóny nakloniť na svoju stranu milovníkov umenia a pod záštitou odborníka na surrealizmus, a osobitne Dalího tvorbu, Bertranda Epauda, aj nevyhnutný status prvotriedne zostaveného výberu celoživotného diela Salvadora Dalího, doplneného o nové mená súčasnej vetvy surrealistov.

#### UMELCI A ICH ŠTÚDIÁ

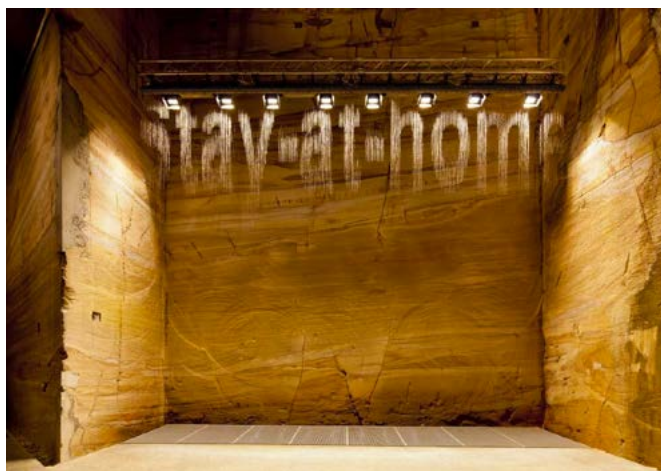
Samozrejme, možnosť prenajímateľného ateliéru je jedným z možných riešení, ktoré sa dá v podstate zakomponovať už do plánovania vybavenia hotela. Tieto izby nemusia byť nevyhnutne tip-top vybavené do poslednej mäkkej osušky, postačí, ak budú dostatočne osvetlené, nebude v nich

zima a bude tam dostatok priestoru na skladovanie hotových či rozpracovaných plátien, sôch alebo iných médií. Nevadský hotel Renaissance Reno Downtown, ktorý je súčasťou hotelovej rodiny Marriott Bonvoy, predstavil paradoxne už v marci 2020 program artist-in-residence. Záujemcom tým umožňuje, aby získali potrebný priestor na tvorbu. Jednotlivé izby boli dokonca doplnené základným vybavením vrátane rámov, plátien a akrylových farieb či iných potrieb, ktoré si mohli v rámci tohto programu jednotlivci objednať. Nebyť toho, že noc v hoteli stojí približne 230 dolárov, určite by sa takýto model uplatnil aj vo zvyšku hotelovej siete. Okrem toho, skutočnou pridanou hodnotou pre vybraných umelcov je šanca, že ich dielo bude zaradené do hotelového inventára. Podobne funguje showroomový hotel Audo v Kodani, ktorý ponúka okrem umeleckých diel aj niektoré časti vybavenia vrátane nábytku. Úspešný koncept dočasných rezidencií pritom nemusí zakaždým znamenať len dlhodobý prenájom. Sieť novej vlny hotelov Ace, ktorá má v New Yorku niekoľko prevádzok, nadviazala kontrakt s viacerými významnými inštitúciami, medzi nimi aj s Múzeom moderného umenia a dizajnu (MAD Museum, pozn. red.),



← Komentovanú prehliadku zbierky Hotela Murano si môžu zakúpiť hostia aj návštevníci. Takto sa hotel stáva prakticky kultúrnou atrakciou.  
FOTO **Hotel Murano**

→ Interaktívnu expoziáciu Juliusa Popp z prúdov vody vytvárajúcich slovné obrázky podľa aktuálneho vyhľadávania na googli, mohli sledovať návštevníci aj hostia, ktorí prichádzali do múzea z ubytovacích kabín komplexu MONA na Hobarte.  
FOTO **Mona Museum**



➤ Marcel Katz ako kurátor a riaditeľ agentúry Art Plug nadviazal spoluprácu s hotelom The Confidante. Hotel to viackrát využil vo svoj prospech a po ukončení výstavy ponúkol hosťom tematickú súkromnú večeru.  
FOTO **Hyatt**

pričom možnosť jednodňového nocľahu spočíva v príprave jednej a tej istej izby, navrhnutej špeciálne na tieto účely. „V tejto iniciatíve sme veľmi transparentní. Nielenže niektorých z umelcov odmeňujeme, no zároveň s nimi priamo komunikujeme o našich záujmoch a v prípade zakúpenia diela majú dostatočnú kontrolu nad tým, ako sa má s ich výtvmi zaobchádzať, tak aby to bolo v súlade s autorskými právami,“ uvádza Ace Hotel v jednom z vyhlásení. Výmenou za dielo sa dá pobudnúť aj v šanghajskom hoteli Swatch Art Peace a to až počas viac ako troch mesiacov. Iniciatíva, ktorá funguje od roka 2013, je sprístupnená pre záujemcov dodnes. Len v roku 2020 sa do programu zapojilo 25 umelcov z Číny a zahraničia, pričom diela z ich pobytov nezostali zachované len kdesi v útrobách hotela, ale aj v on-line galérii, viditeľnej bezplatne na oficiálnej stránke. O tom, že aj umelecké štúdio môže byť súčasťou luxusné-

ho, štvor- či päťhviezdičkového hotela však rovnako svedčia mnohé ďalšie zariadenia ako Hôtel Vagabond v Singapure, Ritz-Carlton v Toronte, prípadne londýnske hotely 45 Park Lane Hotel a Mandrake.

#### V PROSPECH OBOCH STRÁN

Iste, ešte stále sa môžete ako tak spoliehať na fondy a finančnú pomoc od štátu. Určité percento hotelierov sa tejto pomoci dočkalo. Je však naozaj možné čakať, že to pokryje všetky vaše výdavky počas mesiacov, v ktorých bol hotel zatvorený? Je vôbec reálne očakávať, že je štát pripravený na to, aby každému podnikateľovi rovnakým dielom vynahradil straty? Pre ďalšie smerovanie hotela a jeho existenciu sú zdroje neoddeliteľnou súčasťou ktorejkoľvek aktivity. Charitatívne či komorné aukcie v hoteloch, organizované partnerskými organizáciami, však

môžu prospieť práve vášmu hotelu a nemusíte sa pritom zaoberať tým, čo všetko sa deje okolo vás. Nakoniec, hotely si konkurujú a zápasia o každého zákazníka. Bolo by preto naivné si myslieť, že nevyužijú akúkoľvek príležitosť na úkor vášho zaváhania. Takáto pomoc by však mala byť vzájomná. Jeden z moderných art hotelov, Saint Kate v Milwaukee, umožnil umelcom z okolia pripojiť sa k dotvoreniu interiérov. Výťažky z pobytov potom putovali do rozličných lokálnych organizácií na podporu divadla, vzdelávania umeleckej komunity či podporu miestnej rádiovkej stanice. Rovnako môžete získať na svoju stranu aj nezávislých umelcov. Kým v galériách je zvyčajne možné vystavovať počas jedného mesiaca, málokto očakáva rovnakú frekvenciu od hotelov. Expoziácie teda môžete striedať s takou pravidelnosťou a cenovou reláciou, ako to bude vyhovovať vám.





← ↑ Každý z hotelov 21C Museum charakterizuje extrémna znalosť moderného umenia a expertná inštalácia vo všetkých ich priestoroch. Niet divu – výlučnými majiteľmi hotelov bola ešte donedávna dvojica kurátorov. Reťazec o necelých dvadsať rokov zhodnotili na niekoľko miliónov dolárov.  
FOTO Accor Hotels, Julie Soefer

## VŠELIČO SA CENÍ

Zaujímavým príkladom je pohľad na priestory hotelov dvojice niekdajších galeristov a zberateľov umenia, Laury Lee Brown a Steva Wilsona, ktorí otvorili prvý kurátorský hotel v roku 2006. Odvtedy sa ich malá sieť hotelov pod značkou 21C Museum Hotels rozrástla na viac ako jedenásť zariadení vo viacerých amerických štátoch. Erudovaný výber umeleckých diel a citlivý prístup k ich inštalácii, spravil z bývalých galeristov šikovných hotelierov a v roku 2018 prejavila záujem o ich reťazec nadnárodná skupina Accor Hotels. Tým získala aj väčšinový podiel 85 % akcií. Ich dovtedajší reťazec bol pripojený do skupiny butikových hotelov MGallery za 51 miliónov dolárov. Wilson po uskutočnení akvizície vyjadril svoje nadšenie s pocitom, že vďaka tomuto silnému spojeniu sa môže ich reťazec aj naďalej rozvíjať: „Budeme pokračovať v tom, aby sme verejnosti prinášali diela tých najpôsobilivejších súčasných umelcov, ktorí sú na scéne.“ Nemýlil sa. Týmto krokom sa podarilo naozaj uchrániť hotelovú sieť od prepadu, ku ktorému by v dôsledku zatvorenia prevádzok bývalo došlo rýchlejšie a hrozivejšie. Dokonca aj Sarah Robbins, výkonná riaditeľka riadenia siete 21C, sa k situácii po pandémie vyjadrila s nečakane optimistickým postojom: „Táto skúsenosť nám dala možnosť porušiť naše

vlastné pravidlá a začať inovovať. Je až neuveriteľné, koľko zmien, ktoré by sme inak ani neboli plánovali, sa mohlo takto udiať.“ Robbins pritom, samozrejme, nenarážala na kultúrne jedinečný charakter hotela a v podstate ani nemusela, keďže práve tento aspekt priniesol 21C Museum skupinu lojálnych hostí a umožnil, aby mali v ďalšom štádiu existencie všetky zariadenia reťazca zaistenú profesionálnu, plynulú a jednotnú postcovidovú operačnú taktiku, vychádzajúcu z organizačnej štruktúry ich väčšinového akcionára.

## BLÍŽIACA SA METAMORFÓZA

Neistá budúcnosť sa netýka len cestovného ruchu. Pandémia jasne definovala rizikové odvetvia a tí, ktorí sa v nich pohybovali, zasa pocítili, čo môže priniesť radikálna a nežiaduca zmena do ich stereotypu. Podobne ako hotelieri, aj kultúrne inštitúcie museli čeliť náročným opatreniam a obmedzenému množstvu návštevníkov. Frekvencia pohybu v hoteloch a galériách či iných inštitúciách je už vzhľadom na ich fungovanie odlišná. Pre hotely to však môže znamenať výhodu. Návštevníci nestihnú vytvoriť také výdavky ako ubytovaní hostia. Ich množstvo je pritom na dennej báze oveľa väčšie ako v prípade väčšiny hotelov. Čo však obidve zariadenia nevyhnutne spája, je úsilie o získanie pravidelnej klientely a dosiahnutie zážitku, ktorý

bude pre každého z návštevníkov motivujúcim faktorom pre opakovaný príchod. Akási forma krytia či záložného plánu v prípade akéhokoľvek zhoršenia, by tak mala byť cestou von z červených čísel. Koloniálne užívanie jednej z tej istej budovy zároveň rozloží finančnú záťaž na údržbu, zjednoduší proces integrácie do mestského kontextu, v ktorom sa hotel nachádza a zároveň zabráni tomu, aby sa muselo zariadenie uchýľovať k takým riskantným a zúfalým krokom, ako to bolo počas pandémie. Veď nejedna hotel v Miamii či New Yorku bol – z núdze cnosť – „prepustený“ pod príslubom vládnej výpomoci lekárom a súčasne bezdomovcom. Z nejednej izby sa tak napokon stala výrobná na metamfetamín. Keď však o možnostiach strategického nastavovania funkčných jednotiek začnete uvažovať včas, a hoci aj pri navrhovaní iného hotelového zariadenia, môžete sa tak vyhnúť nepríjemným momentom, ktoré nedávno postihli sektor. Hotely už dnes prenájomujú časť izieb a apartmánov na súkromné účely a kuchyne prenechávajú na prenájom iným, agilnejším podnikateľom s donáškovými službami, ako je nakoniec uvedená aj v aktuálnom článku o virtuálnych kuchyniach; to všetko nasvedčuje tomu, že synergické využívanie priestorov v odlišných správcovských módoch, bude s vysokou pravdepodobnosťou ďalším významným mílnikom väčšieho rámca Priemyslu 4.0.



FOTO Walch's Rote Wand Gourmetthotel

*Hotels*





# NOVÉ NORMÁLNÍ ANEB KRIZE JAKO PŘÍLEŽITOST DĚLAT VĚCI JINAK

TEXT Alena Reháková FOTO pexels.com, AdobeStock, Stedsans in the Wood

*Každý z nás jistě netrpělivě očekává ten den, kdy pandemie pomine a všichni se znova zhluboka nadechneme! Ale jaké to bude, co se vlastně změní, co se dostane do normálu a bude to ještě ten normál, na který jsme byli zvyklí?*

## CESTOVÁNÍ – KAM A JAK

Bez pasu to zřejmě nepůjde. Bude jakousi proputkou hlavně při mezinárodním cestování. Jakou bude mít podobu a jestli to bude globální covid pas, není v tuto chvíli ještě zřejmé. Zdá se, že mít s sebou pas při cestování nebo ubytování v České nebo Slovenské republice nebude povinností, nicméně pro rezervování pobytů nebo pro účast na společenských aktivitách a eventech, při vstupu do muzeí, galerií a podobně bude pravděpodobně povinností prokázat se negativním testem, nebo dokladem o očkování. Uvažuje se o mobilní aplikaci, ve které by byla i mapa bezpečných provozoven. Při vstupu do restaurací by se prostřednictvím QR kódu zjišťovalo, jestli je návštěvník očkovaný, nebo má negativní test. Už dnes jsou v Izraeli v provozu zelené pasy, které dovolují očkovaným lidem vstup do restaurace, neočkovaní mohou navštívit venkovní terasu nebo zahrádku. Určitě budeme žádáni i nadále dodržovat pravidla ruce – roušky – rozestupy. Zvyknout si budeme muset i na všudypřítomnou dezinfekci. Co se týče cestování, velkou roli bude hrát vzdálenost. Zatímco před koronakrizí cestovalo mnoho lidí do vzdálených destinací, teď dojde k objevování vlastní

země a okolních krajin. Do popředí se dostane bezpečnost a flexibilita. Lidé budou jezdit svými auty, preferovat ubytování v apartmánech, menších hotelech a penzionech, v soukromí, stoupat bude zájem o glamping nebo o tzv. „tiny houses“. Do popředí se dostanou i pobytů na jachtách a lodích. Již během koronakrizy mnozí z nás objevili krásy rodné země a cestovali na méně známá místa. Tento trend by i podle názorů odborníků na cestovní ruch měl přetrvat. Ti se již teď připravují na jejich propagaci. Rovněž i hoteliéři mohou z pobytů na dostatečně neprobádaných místech profitovat. Jako příklad můžeme uvést kampaň hotelové sítě Best Western s názvem „Hidden Champions & Secret Places“, která představuje právě tato neobjevená místa. Velkou roli v upřednostnění dovolené doma nebo v okolních zemích hraje i finanční situace mnoha rodin, která se vlivem koronakrizy zhoršila. Cestovatelé budou tak vyhledávat nabídky mimo hlavní sezónu nejen z důvodů finančních, ale i kvůli většímu soukromí a bezpečnosti. Na druhé straně, někteří lidé, kteří nebyli pandemií tak zasaženi, si kvůli omezení cestování v roce 2020 finanční prostředky na dovolenou odložili bokem s vizí, že v roce 2021 navštíví

exotičtější destinace, nebo na dovolenou pojedou vícekrát v roce (samozřejmě, jestli to situace dovolí).

Ze zprávy společnosti American Express o globálních trendech cestovního ruchu na rok 2021, která vznikla průzkumem v sedmi zemích (USA, Austrálie, Indie, Kanada, Mexiko, Japonsko a Velká Británie) vyplývá, že až 87 % lidí se těší na možnost opět cestovat, 76 % si začíná své cesty plánovat, 63 % lidí si šetří na dovolenou na dobu, kdy bude cestování možné a bezpečné a 56 % si chce pobyt rezervovat předem, i s vědomím, že pobyt se nemusí uskutečnit. Až 56 % lidí chce vycestovat poté, co budou očkování vakcínou proti nemoci covid-19. Průzkum dále nastínil, že 72 % respondentů by vycestovalo do destinací, jejichž ekonomika vlivem pandemie utrpěla a utrácením svých peněz v těchto destinacích by podpořili místní ekonomiku. Rovněž 77 % tázaných během své dovolené bude aktivně využívat služby menších lokálních podniků, aby jim tak pomohli se rychleji a lépe zotavit. Některé destinace lákají turisty na různé výhody a bonusy. Někde je zrušena po příjezdu karanténa, jiné země plánují spustit tzv. zelený koridor. Malta nabízí ještě víc. Oblíbený středomořský ostrov poskytne





## ZAUJALO NÁS

Obec Adršpach na Náchodsku je připravena spustit on-line prodej vstupenek do Adršpašských skal a rezervaci parkovného, jakmile to pandemická situace dovolí. Část vstupenek bude možné zakoupit nadále v pokladnách na místě, ale nebude jistota, že se na každého dostane. Kapacita prohlídkového okruhu bude omezena na maximálně 400 lidí za hodinu.

Cílem je zamezit dopravním komplikacím v okolí skal a regulovat počet návštěvníků. V posledních letech zájem o skalní města na Náchodsku roste. Na webových stránkách obce bude během nákupu možné zvolit datum a čas návštěvy skal. Každá vstupenka i parkovné budou obsahovat QR kód, jak pro snadnou kontrolu ve skalním městě, tak i pro otevření vjezdové brány parkoviště.

Pokud si návštěvníci pořídí on-line vstupenku, vyjde je vstup levněji a s on-line parkovným budou mít jistotu, že seženou u skal místo. Návštěvníci Adršpašských skal mají k dispozici dva prohlídkové okruhy, jeden o délce tří kilometrů, druhý kolem jezera měří asi kilometr.

ZDROJ **ČTK**

prvním 35 000 turistům, kteří si zde rezervují dovolenou, finanční příspěvek ve výšce do 220 eur, v závislosti na kategorii vybraného hotelu. Podmínkou je ale pobyt nejméně na tři noci.

Udržitelný nebo slow turismus jako alternativa k overtourismu se jeví jako jedna z příležitostí dělat věci jinak. Koronakrize všem ukázala, jak jednoduché je zbavit se masového cestovního ruchu, a to nejen ze společenského, ale i bezpečnostního hlediska. Výzkum společnosti Booking.com uvedl, že více než dvě třetiny (69 procent) cestovatelů očekává, že turismus bude nabízet více udržitelné možnosti. Týká se to zájmů lidí o životní prostředí, o získávání informací o ekologickém hospodaření, o podpoře lokálních podniků, o etickou produkci. Ruku v ruce s tím jde snaha o snižování odpadů, spotřeby energií, vody, jakož i integrování udržitelnosti do hotelové architektury. Lidé oceňují autenticitu míst, do kterých zavítají. Chtějí zažít něco jiného, než zažívají doma. Ochutnat místní produkty, nebo zdravou a organickou stravu, včetně vhodných alternativ.

Několik zdrojů a autorit předpokládá, že cestovní ruch se vrátí do „starých kolejí“ za dva tři roky. Ale chceme se skutečně vrátit k úplně všemu, co tady bylo? Vzpomeňme si třeba na Dubrovník, Benátky, Český Krumlov, Adršpach nebo na léto v Banské Štiavnici...

Mnohé destinace, které byly přeplněny turisty, již prozřely a připravují novou strategii pro novou dobu. Předpokládá se, že budou zavedeny nové limity pro počty lidí, čemuž se budeme muset všichni přizpůsobit. Nová doba bude také hodně digitální. Například návštěvník se bude moci dozvědět, zda na parkovišti před muzeem je dostatek volných míst, nebo kolik volných vstupenek do konkrétního muzea v určitou hodinu je ještě k dispozici. Digitalizací parkovišť a vstupů bude možné řídit počty lidí v destinaci a po vyčerpání kapacity bude mít návštěvník možnost rozhodnout se pro jiný turistický cíl.

## NOVÝ NORMÁL PRO HOTELY

Návštěvnost hotelů a restaurací sleduje již několik měsíců z důvodů vládních „koronavirových“ opatření prudce klesající křivku. Jak dlouho potrvá zařízením HoReCa segmentu po ukončení koronakrize jejich zotavení? Tedy máme na mysli restart těch, které neprohrály svou válku o přežití. Nový normál bychom mohli rozdělit podle typů hotelů. Nejtěžší to budou mít městské hotely, jakož i ty, které jsou zaměřeny na konferenze, kongresy a veletrhy. V tuto chvíli není jasné, kdy si zahraniční klientela bude moci rezervovat pobyt v České nebo Slovenské republice (předpokládá se druhá polovina tohoto



roku) a kdy opět otevřou své brány veletržní centra. Rovněž organizace firemních setkání, seminářů, konferencí nebude mít ještě nějaký čas na různých ustláno. Předpokládá se, že hoteliéři nabídnou prostory hotelových pokojů, restaurací nebo společných prostorů k využití jako „office spaces“. Samozřejmě i s poskytnutím dalších služeb. Někteří hoteliéři se již během krize přeorientovali na nabízení dlouhodobých pobytů pro rodiny jako kombinace home office rodičů a distanční výuky dětí. Do popředí se vlivem koronakrizy dostává i využití a rozšiřování tzv. outdoor spaces při hotelech, a to nejen pro rekreační účely (různé přístřešky na relax, umístění sportovních zařízení, dětská hřiště a prolézačky, místa pro piknik a podobně), ale i pro konání menších rodinných setkání nebo firemních školení. Při poklesu poptávky po konferenčních hotelech je totiž třeba brát v potaz i důsledek koronakrizy – preferenci virtualizace různých setkání a eventů.

Optimističtěji vyznívá prognóza pro rodinné nebo wellness hotely v tuzemských nebo kontinentálních evropských dovolenkových destinacích. Lidé po skončení lockdownu budou chtít cestovat, jak jsme byli svědky při otevření hotelů v Polsku v únoru 2021. Rodiny s dětmi se vrátí do hotelů hlavně během letních prázdnin, právě ony budou prvními „postkoronovými“ zákazníky. Právě proto se hoteliéři, kteří cílí na tuto skupinu hostů, připravují na jejich příchod různými novinkami a aktivitami, kterými se zdárně odliší od konkurence. Někdy to mohou být na první pohled banální ale jinak důvtipné detaily. Navíc za málo peněz. Například takové umístění omalovánků v restauraci, které děti zabaví a rodiče tak mohou v klidu povečeřet. Jedním ze způsobů, jak se hotely mohou zotavit a „znovuobjevit“ na trhu, je poskytování nových služeb, nebo různých bonusů a výhodnějších podmínek, jako jsou upgrade pokoje, pozdější check-out, flexibilní storno, dárky pro hosty a podobně.

Jaké další aktivity a novinky můžeme hostům nabídnout s cílem přitáhnout je do našeho hotelu?

#### – PERSONALIZACE

Před objevením se koronaviru bylo nad slunce jasné, že personalizovaný přístup k hostům by měl být v každém hotelu jednou z priorit. Teď na tom záleží ještě víc. Souvisí to s rozvojem informačních technologií a se získáváním stále většího množství informací. Host tak není anonymní zákazník, nýbrž jednotlivec, ke kterému individuálně přistupujeme před, během i po skončení jeho pobytu. Personalizace urychluje nákupní rozhodování a zvyšuje tržby. Na začátek je třeba si nalít čistého vína a stanovit, kdo je naším zákazníkem, a tomu přizpůsobit služby, různé nabídky nebo speciální balíčky. K tomu můžeme využít sociální sítě, personalizovaný e-marketing, fotky, videa atd. Komunikovat je třeba upřímně, pravdivě a autenticky. Transparentní komunikace, vytváření





důvěry a uspokojování zvýšených požadavků na informace ze strany zákazníků je (nejen) v tomto období velice důležitá. Rovněž je třeba si uvědomit, že nevyhrává vždy ten, kdo nabízí všechno a všem... Hoteliérství je o emocích, hoteliér neprodává nocleh, nýbrž zážitek. Není na škodu při postkoronavirovém zotavení podívat se na své hosty jinou optikou. Došlo ke změně v segmentaci hostů? Přibyli například domácí hosté? Nebo budeme nabízet své prostory pro manažery firem? Všechno si důkladně promyslete a dle toho upravte své marketingové aktivity, abyste své peníze investovali cíleně.

#### – PŘÍMÉ REZERVACE, METASEARCH

Není pochyb, že ubytovací zařízení, která nebyla do doby před koronakrizí tolik závislá na OTAs kanálech, se po znovuootevření v minulém roce vzpamatovala mezi prvními. Tato jistota bude platit i po ukončení druhé vlny a uvolňování restrikcí v roce 2021. Lidé postupně začnou plánovat a navštěvovat webo-

vé stránky hotelů. Proto hoteliéři, kteří na budou připraveni, budou mít navrch. A zde nastupuje významný nástroj on-line prodeje – přímé rezervace (prostřednictvím webové stránky, sociálních sítí, e-mailů...). Tímto způsobem rezervují především stálí hosté – tedy ti, kteří již u vás bydleli. „Naši hosté, kteří nás znají, jsou naše budoucnost. Dlouhodobá prosperita je důležitější než krátkodobé efekty. Věrný host, host rezervující napřímo, je náš zlatý důl,“ řekla pro Top hotelierstvo/hotelnictví naše odborná spolupracovnice Radka Telyčková.

Na otázku, jak ovlivňuje koronakrize tvorbu cen a jak by měla vypadat budoucí cenová politika, se vyjádřila paní Ivona Meissner z BW Hotel Group Central Europe následovně: „Tvorba správných cen je jedním z klíčových faktorů úspěšného restartu. Vyžaduje si to jistou cenovou politiku. V důsledku vládních usměrnění a nařízení v období koronakrize kdy je prodej omezený a náklady hoteliérům stoupají, například pro různá ochranná opatření nebo pro

zvýšený nákup čisticích a dezinfekčních prostředků, ceny za pobyt v hotelu nesmí za žádných okolností klesat. Je důležité, aby si celé hotelové odvětví během této drastické krize a ani po ní nepokazilo ceny, čímž by se nastartovala klesající cenová spirála. Neměli bychom udělat stejné chyby jako v předchozích krizích, kdy hotelové odvětví příliš často reagovalo na cenový dumping. Pokud jde o nastavení cen, tentokrát by měli hoteliéři držet spolu a udržovat stabilní a férovou cenovou úroveň s cílem zvládnout úspěšný restart a přežít koronakrizi.“

Nezapomeňte ani na výhody metasearch systémů. Můžete se tak během okamžiku dostat do povědomí velkého množství potenciálních hostů. Google Hotel Ads, který je největší z metasearch kanálů, nabízí hotelům jedinečnou viditelnost. Inzerce Google pay-per-stay (Google PPS) spustila společnost Google jako reakci na dopad koronakrize. Principem je, že hotely platí pouze za rezervace, tedy žádná rezervace – žádný poplatek. Také ze storna neúčtují žádný poplatek. Jde tedy o bezrizikovou možnost



získávání nových rezervací, při kterých není vyžadován předem stanovený rozpočet na reklamu a provize se platí až po pobytu hostů. Google PPS tak umožňuje hotelům v současné době, kterou charakterizuje přetrvávající nejistota, získat potřebnou vizibilitu.

Dalším příspěvkem Google pro rozběhnutí hotelů v pocovidové době je poskytování nové služby – zobrazování odkazů na rezervace ubytování hned pod placenými odkazy – zcela zdarma. Hoteliérům tak umožňují oslovit potenciální zákazníky i bez nutnosti placených metasearch (mezi nabídkami OTAs se objevuje přímo webová stránka hotelu s označením Official site).

#### – BEZPEČNOST A OCHRANA ZDRAVÍ

Pro hotely i restaurace je bezpečnost a ochrana zdraví hostů nadále velkou prioritou. Dodržování nařízení o rozestupech, nošení roušek, nebo častější cykly čištění tady s námi budou ještě nějaký ten čas. O všem, co v této oblasti hoteliér dělá, by měl hosta informovat, a to nejlépe ještě před jeho rozhodnutím do hotelu přijet. Tím deklaruje, že se u něj host bude cítit bezpečně. Jak je známo, čistota v hotelech a restauracích byla i před koronakrizí jednou z priorit při rozhodování hosta o pobytu v konkrétním ubytovacím zařízení. Několik výzkumů potvrdilo, že host zavítá do hotelu jenom tehdy, když se v něm bude cítit bezpečně a riziko infekce bude vnímat minimálně. Například ten od P&G, což je divi-

ze společnosti Procter & Gamble, na vzorku 850 cestovatelů a 974 návštěvníků restaurací zjistil, že 57 % návštěvníků očekává transparentní informace o tom, jak hotely udržují čistotu a starají se o bezpečnost hostů, 67 % si přeje důkladnější a frekventovanější čištění, 74 % návštěvníků restaurací chce vědět, jakým způsobem probíhá čištění a sanitace a 61 % o tom očekává nějaký důkaz – formou nápisu, nálepky, nebo brožury. Proto komunikujte se svými hosty dodržování všech hygienických a bezpečnostních nařízení. Dáte jim tak najevo, že vám na jejich bezpečnosti skutečně záleží.

#### – TECHNOLOGIE

Robotizace transakcí se bude v HoReCa segmentu nadále rozšiřovat. „Automatický check-in, check-out, platby Apple Pay a Google Pay, otevírání dveří, načítání dokladů, zrychlení objednávky pomocí QR kódů – toto vše se bude dále dít s cílem odbřemnit obsluhu, aby měla více času na svou primární úlohu – empatickou službu,“ řekl náš odborný spolupracovník

Milan Pavelka. Jako příklad můžeme uvést i chatboty – programy, které řeší odpovídání na často kladené dotazy. Více hotelů ve světě již přijalo do týmu robotické „kolegy“ hlavně pro zabezpečení room servisu.

To, co dnes hýbe světem, je bezkontaktnost. Pozorovat ji můžeme taky u restaurací. Ty během krize nepřestaly fungovat, jen se transformovaly do jiné podoby. Nepodobají se ve všem těm, na které jsme byli po desetiletí zvyklí. Objevil se trend virtuálních podniků. Přispělo k tomu hledání mechanismů přežití v nové covidové a postcovidové době. V odvětví během sezóny často rezonoval nejen zánik některých gastronomických provozů, ale i fenomén ghost kitchens, neboli virtuálních kuchyní, fungujících v uzavřeném cyklu výroby a logistiky objednaných jídel (více o ghost kitchens se dozvíte v rubrice Gastronomie).

Doba postcovidová tedy bude pro nás velkou výzvou a záleží jenom na nás, jak to všechno ustojíme. Držme si společně palce.





# SPÝTALI SME SA HOTELIEROV...

PRIPRAVILA **Alena Reháková** FOTO **archív hotelov**

1. *V súčasnosti je situácia v hotelovom segmente zložitá, ako ste využili čas počas nariadeného zatvorenia hotelov?*
2. *Na čo sa môžu tešiť vaši hostia v sezóne 2021?*



**Jana Tomanová**, riaditeľka,  
Grandhotel Tatra\*\*\*\*, Velké Karlovice

1. Uzatvorenie hotela pre nás často znamenalo niekoľkonásobne viac práce ako obvykle. Aj v tejto neľahkej situácii sme našli niekoľko pozitív, a to napríklad možnosť urobiť všetky potrebné rekonštrukčné a sanitačné práce bez znižovania komfortu našich ctených hostí. Viaceré naše prevádzky prešli väčšími či menšími zmenami s cieľom zvýšiť kvalitu poskytovaných služieb a naplniť očakávania

a želania klientov. Okrem manuálnej práce sme náš čas venovali spoločnému brainstormingu s cieľom priniesť našim klientom novinky, vďaka ktorým sa stane pobyt u nás ešte viac nezabudnuteľným.

2. Som veľmi rada, že túto sezónu máme pre našich hostí pripravených niekoľko naozaj exkluzívnych novinek. S Grandhotelom Tatra sa neodmysliteľne spája výborná gastronómia založená na prvotriednych surovinách. Isto poteším všetkých gurmánov, keď spomeniem, že sa môžu tešiť na pravidelné tematické sobotné večere inšpirované svetovými kuchyňami, rovnako pripravujeme letné grill menu so špecialitami z krokodíla či klokana a sériu degustačných večerí, ktoré prinesú skutočný zážitok zo stolovania. Našu ponuku piknikových košov sme rozšírili o piknikový cyklobatoch, ktorý bude ideálnym spoločníkom na ceste spoznávania Valaška zo sedla jedného z našich elektrobicyklov. Verím, že nové kozmetické procedúry francúzskej kozmetiky Thalgo a pravidelné hodiny cvičenia jogy potešia milovníkov wellness. Mysleli sme aj na večerný relax pri pohári skvelého drinku od nášho barmana. Letnú ponuku nápojov sme rozšírili o limonády z domácich sirupov a bylín z hotelovej záhrady. Dlhé teplé večery na terase s výhľadom na údolie spríjemní ďalšia z našich novinek – vodná fajka. Verím, že rodičia ocenia aj novú službu

animátorov a animácií pre našich najmenších hostí. Teším sa, že sa nám podarilo vytvoriť komplexný vernostný program s množstvom zliav a výhod pre našich stálych hostí, ale aj pre business klientelu. Ako poslednú novinku spomeniem našu novú webovú stránku s kvalitným obsahom, profesionálnymi zábermi a najlepšou cenou za ubytovanie. Množstvo novinek chystáme aj vo Vodnom svete a v Resorte Kyčerka Velké Karlovice. Pevne verím, že budeme môcť čoskoro privítať hostí vo všetkých našich prevádzkach a priniesť im ten najlepší zážitok z poskytnutých služieb. Na záver by som chcela poďakovať všetkým našim hosťom za prejavenu dôveru a podporu v uplynulom období a veľmi sa teším na každého, kto bude súčasťou novej sezóny Grandhotelu Tatra, Vodného sveta alebo Resortu Kyčerka vo Velkých Karloviaciach.



1. Tak ako väčšina hotelových zariadení aj my sme pristúpili najmä k údržbe a opravám. Najviac sa pracovalo v Nature wellness center, kde boli priestory čistené, dezinfikované a boli odstránené všetky nedostatky, na kto-

**Michaela Ťazká Ološtiaková**, marketingová  
manažérka, Hotel Partizán\*\*\*\*, Tále

ré nebol čas počas prevádzky hotela. Malovali sme izby, rovnako aj Lobby hala, kongresové centrum a Panorama Restaurant majú nové farebné prevedenie. Na balkónoch južných apartmánov a izieb sme položili nové podlahy z termizovaného dreva severských smrekov. Realizovali sa aj práce v exteriéri v rámci jarnej údržby a výsadby. Kontrolovali

a zdokonaľovali sme WiFi pripojenie v hotelových priestoroch. Počas prvej vlny sme odstránili pôvodnú vstupnú bránu do hotela, ktorá bola nahradená štýlovým prírodným prvkom s logom hotela. K hotelu patrí aj Ajax farma v Mýte pod Ďumbierom. Jej produkcia sa nezastaví ani počas pandémie, a tak kolega Peter pracoval na nových chutiach a spôsoboch spracovania syrov a ostatných výrobkov z horského mlieka. Hostia ich môžu ochutnať v niektorých našich pokrmoch a sú k dispozícii aj na zakúpenie. Pristúpili sme aj k zlepšeniu softvéru v rámci F&B služieb, čo by malo zrýchliť obsluhu našich hostí.

2. Pracujeme na novej ponuke SPA služieb a doplnení programov pre postcovidových pacientov. Toto leto sme vymysleli opäť originálny animačný program, ktorý bude prebiehať prioritne v exteriéri v areáli ANIMASTANU. Vynikajúco sa nám to osvedčilo už minulý rok, v tomto roku do-



plníme nové prestrešenie a celý program sa bude niesť v znamení komiksových hrdinov. Dopĺňame aj nové rodinné atrakcie v hotelovom Mýto ski & bike centre: letný tubing bude fungovať za vlekom, ktorý hostí vyve-

zie na štart trate, pridáme novú detskú trať, doplníme novú krytú nafukovaciu trampolínu Kopec zábavy a tiež sme zlepšili PUMP TRACK, aby bol zaujímavejší pre začiatočníkov.



Lubomír Martinický, ředitel divize konferenčních a hotelových zařízení AV ČR, Zámek Liblice\*\*\*\*

1. V konferenčních a hotelových centrech Akademie věd jsme se zaměřili zejména na zvýšení komfortu pro ubytované hosty.

V naší vlajkové lodi – na zámku Liblice jsme zrekonstruovali koupelny v hotelových pokojích v hlavní zámecké budově, vymalovali všechny interiéry, citlivě zrestaurovali fresky od Emila Laufera, které zdobí sál restaurace či navýšili internetové připojení pro naše firemní klienty a připravili pro ně zázemí pro pořádání hybridních a online konferencí. Stejně tak jsme se snažili být neustále našim hostům blíž a připravovali pro ně speciální akce – rozvozy Svatomartinských menu, vánočního cukroví. Zájem nás mile překvapil a tak jsme se rozhodli vytvořit e-shop s kolekcí vlastních delikates a vín pod značkou Château Liblice, který jsme spustili před pár dny. Osobně mě mrzí, že v roce 2020 získaly Liblice ocenění Czech Hotel Awards pro absolutního vítěze v ČR v kategorii 4\* či prestižní ocenění Historic Hotels of Europe za druhé místo v kategorii nejlepší zámecký hotel v Evropě, které jsme nemohli více marketingově zúročit.

V pražské Vile Lanna se připravujeme na otevření zcela nového provozu – letní kavárny v zahradě Villy. Současně s tím pracujeme na zvýšení povědomí o osobě Vojtěcha Lanny, který tuto unikátní vilu v pražské Bubenci

vybudoval a který byl pro historii České republiky i Prahy nesmírně důležitý. Chceme, aby zde vzniklo zařízení galerijního typu, kde se návštěvníci dozvědí o historii rodu Lannů, mohou se v ubytovat v dobových interiérech či si přijemnit den posezením v krásné zahradě v centru Prahy. V zámeckém hotelu v Třešti pokračuje generální rekonstrukce objektu, který se uzavřel v roce 2018, a krize se nám naštěstí vyhnula. A naštěstí se neprojevila ani na stavebních pracích a vše zatím pokračuje dle harmonogramu. Hotel by se tak měl otevřít v květnu roku 2022.





2. Kromě nové nabídky v našich restauracích, nových pobytových balíčků či piknikových košů se naši hosté mohou těšit i na zbrusu nové služby – v Praze otevřeme kavárnu ve Vile Lanna, na zámku Liblice načerpají síly v nové relaxační zahrádce. Připravujeme



**Petr Borák**, generální ředitel, Wellness & spa hotel Augustiniánský dům\*\*\*\*\*, Luhačovice

1. Čas, kdy je hotel zavřený, se snažíme využít například drobnými opravami a inovacemi. Vylepšujeme rezervační systém, intenzivně pracujeme na nové podobě našeho e-shopu, který se bude kromě klasických voucherů více zaměřovat na dárkové sety poskládané z hotelových produktů v kombinaci s produkty od místních, námi prověřených, dodavatelů. S našimi hosty se snažíme stále komunikovat, proto natáčíme videa, prezentujeme novinky, na které se hosté mohou těšit. Sám jsem vytvořil několik videí, fotek, kde vařím svá oblíbená lehká jídla nebo se věnuji ochlazování. Organizujeme soutěže na sociálních sítích, chceme být stále s našimi hosty v kontaktu, protože nám upřímně celý ten hotelový ruch chybí. Velmi mě proto těší, že prostřednictvím našeho hotelové-

novou kolekci vína pod naší značkou a dle slov vinařů se opravdu máme na co těšit. Dovolí-li nám to epidemická situace, chtěli bychom hostům připravit v našich parcích a zahradách různé koncerty, divadelní představení či gastronomické akce. Ale hlavně se

ho e-shopu [www.augustian-life.cz](http://www.augustian-life.cz) stále běží prodej dárkových poukazů. Nejčastěji se jedná o wellness pobyty na 2 noci, ale v poslední době i o speciální pobyt Cesta za zdravím na 4–5 nocí. Všem hostům, kteří nás touto formou podporují a nakupují online, chci z celého srdce poděkovat. Jejich důvěru se budeme snažit vrátit v tom, co nás baví a proč jsme tady: individuální péči, zážitkových službách a originální nabídce, jak v restauraci, tak ve wellness.

2. Naši hosté se mohou zejména těšit na náš wellness koncept, který pravidelně rozvíjíme a investujeme do něj mnoho úsilí. Je to část, která mně osobně nejvíc baví. Z vlastní zkušenosti mohu potvrdit, že terapie a rituály, které nabízíme, se velmi pozitivně projevují na fyzickém i duševním zdraví. Hlubší myšlenkou našeho hotelu je tzv. Wellness retreat centre, který zahrnuje meditační jurtu, Zahradu 6 smyslů, relaxační a meditační zóny v zahradě a přilehlém lesíku, kde mohou hosté pečovat i o svou duši. Myšlenka wellness je tedy

u nás hosté mohou těšit na dokonalý odpočinek a po dlouhé době uzavření si užít ubytování v jedinečných objektech, ve kterých na ně dýchá kus historie a kde jsou obklopeni přírodou.

přenesena i do zahrady, kde se člověk může zaměřit na své smysly a začít vnímat venkovní i vnitřní svět pomocí pocitů. Velmi vyhledávaná je meditační jurta, která nabízí originální cestu ke zklidnění, rozjímání a naladění se na sám sebe. Účelem jurty je se zastavit, zaměřit se například na vědomé dýchání, nalezení duševní rovnováhy a především na svůj vnitřní svět. V přeneseném slova smyslu lze jurtu chápat jako „chrám ticha“, kde kromě praskání dřeva v krbu, můžete vnímat zpěv ptáků a šumění stromů. Celá myšlenka vznikla ve spolupráci s paní Leonou Kling, uznávanou psychoterapeutkou.

Pokud se chystáte i tento rok navštívit Wellness & spa hotel Augustiniánský dům v Luhačovicích, určitě Vás budou zajímat některé novinky, například nové vůně v hotelu, originální nabídka snídaní doplněná o wellness tipy, regionální a home made produkty, naše gastronomické speciality, které si můžete užít na zastřešené terase a v létě to budou tradiční grill & music večery.



est. 1991

# MANUFAKTURA<sup>®</sup>

## HOTELOVÁ ŘADA SEDMIKRÁSKA



**GROUPE GM**  
Produits d'accueil exclusifs  
Exclusive amenities

Od roku 1972, francúzsky líder v oblasti hotelových doplnkov  
[www.groupegm.eu](http://www.groupegm.eu) +421 905 152 607 michaela.kobzova@groupegm.com



# NAJVÄČŠOU VÝZVOU BOLO PREŽIŤ

PRIPRAVILA Alena Reháková FOTO unsplash.com

*Best Western Premier Hotel Slon\*\*\*\* je mestský hotel, ktorý má za sebou takmer 470-ročnú históriu. Na začiatku tohto roka bol jediným hotelom v Lubľane, ktorý bol otvorený. Ako sa im to podarilo, čo pre to museli urobiť, ako sa snažia s následkami pandémie vyrovnáť, nám v rozhovore prezradil Gregor Jamnik, generálny manažér hotela.*



## **Ako ste sa vyrovnali s prvou a druhou vlnou pandémie koronavírusu?**

Hotel sme minulý rok po prvý raz od svojho vzniku museli kvôli pandémie zatvoriť. Na začiatku jari 2021 sme však boli jediným hotelom v centre mesta, ktorý bol otvorený. Naša obsadenosť oscilovala v ostatných mesiacoch medzi 10 až 15 percentami, takže sme boli dosť stratoví. Avšak, naša strata by bola ešte vyššia, keby hotel zostal zatvorený.

## **Prevádzkovať hotel bolo výhodnejšie?**

Jednoznačne. Som presvedčený, že hotel lepšie a rýchlejšie prekoná fázu reštartu keď zostane otvorený. Ľudia, ktorí si plánovali svoje cesty či dovolenky, aj počas krízy hľadali hotely, ktoré boli otvorené, hoci ich rezervácia sa týkala budúcnosti.

## **Ako sa kríza dotkla hotelového personálu?**

Bohužiaľ, museli sme prepustiť 60 percent zamestnancov. Ale tým, že sme hotel otvorili, zvyšný personál zostal v službe, čo je podľa mňa veľmi dôležité. Ak by zamestnanci zostali mesiace v domácom prostredí, bolo by to fatálne, keďže len trénovaný personál je dobrý personál, od ktorého závisí kvalita poskytovaných služieb. Udržať vysokú kvalitu služieb je pre mňa prioritou. Reštart s personálom, ktorý by týždeň „nevstročil“ do hotela, by bol zložitejší a finančne náročnejší. Našťastie, vláda nás v tom čase podporila dotáciou vo výške 100 percent miezd personálu.

## **Ako sa vám darí udržať firemnú kultúru?**

Samozrejme, bolo veľmi ťažké udržať ľudí motivovaných. Usilovali sme sa jeden druhého podporiť, mali sme pravidelné zoom hovory a zdieľali sme súkromné veci. Stali sme sa jednou veľkou rodinou, čo by nebolo možné dosiahnuť v roku 2019, pretože sme boli všetci veľmi vyťažení.

## **Čo vás „naučili“ posledné mesiace a akej najväčšej výzve ste čelili?**

Jednou z najväčších výziev bolo prežiť. Našťastie, naše tržby pokryli fixné náklady. Museli sme však dramaticky znížiť naše náklady, reorganizovať mnohé procesy, ale tak, aby sme hosťom poskytli stále rovnako hodnotný zážitok. Detailne sme prehodnotili všetky naše služby a položili si otázku: Ktoré služby hostia vôbec nevyužívajú alebo len veľmi zriedka? A tie sme potom zrušili. Ale ponechali sme všetky, hoci i malé detaily, na ktoré boli hostia zvyknutí;

napríklad čerstvé kvety v lobby alebo naše vychýrené gurmánske raňajky. Dokonca sme ich ponúkali formou bufetu, samozrejme, pri dodržaní všetkých hygienických a bezpečnostných predpisov. A ohlas hostí bol famózný. Ešte i dnes dostávame najvyššie hodnotenia, obzvlášť na naše raňajky.

## **Aká bola najväčšia zmena, ktorú priniesla kríza?**

Celkom nová klientela. Lubľana bola vždy hojne navštevovaná cudzincami, veľa z nich prichádzalo zo zámoria. Počas lockdownov od minuloročného leta sem cestovali návštevníci maximálne zo vzdialenosti 500 kilometrov, mnohí z nich boli Slovinci. Predtým Slovinci Lubľanu navštevovali viac-menej v rámci jednodňových výletov. Museli sme našu ponuku zatriktívniť pre klientelu, ktorá bola pre nás absolútne nová, rovnako ako noví sme boli my pre ňu.

## **Ako ste to dokázali?**

Zaviedli sme nové produkty. Naším najväčším úspechom bol balíček „Zoo v Lubľane“, keďže sa tu nachádza jediná zoologická záhrada v Slovinsku. Pre návštevníkov sme organizovali plavby loďou po rieke Lublanica s piknikom, živou muzikou a tancom. Dobré sa osvedčili i gurmánske balíčky, ktoré sme pripravili v spolupráci s okolitými high-class reštauráciami. Hostia, ktorí si u nás rezervovali ubytovanie, ako darček získali voucher na nákup v miestnych obchodoch, s ktorými sme rovnako kooperovali.



Lubiana je vyhľadávanou destináciou zahraničných turistov. Počas lockdownu sem zavítalo viac Slovincov.

***Ste členom poradného orgánu Best Western Hotel Group Central Europe i zástupcom tejto siete vo vašom regióne. Ako hodnotíte vzájomnú komunikáciu v posledných mesiacoch?***

Som v pravidelnom kontakte s centrálou BWH Hotel Group v Eschborne a Viedni. Hotelová sieť sa počas uplynulých mesiacov veľmi intenzívne zaujíma o naše problémy. Pre nás to boli ruky, na ktorých sme sa mohli vyplakať alebo objatia, ktoré nám poskytli veľa spolupatričnosti a empatie. Pomáhali nám v mnohých veciach a rozumeli našim problémom, najmä v súvislosti s finančnými stratami.

***Ste v kontakte aj s inými hoteliermi z vášho regiónu?***

Som v pravidelnom spojení s Best Western Hotel Kranjska Gora, jediným ďalším sieťo-

vým hotelom v Slovinsku a s Best Western Hotel Astoria v Záhrebe. Ale je ťažké s ľuďmi dnes komunikovať, všade je to o prežiť. Ľudia totiž nevedia či budú mať aj zajtra prácu. Je pre mňa veľmi ťažké počúvať takéto príbehy, pretože niektorí hotelieri sú skutočne v zlej situácii. Nejedem z nich dokonca už svoj hotel ani neotvorí. Musíme byť všetci realisti.

***Aké sú vaše tipy na úspešný reštart?***

I keď financií nie je nazvyš, budeme musieť investovať do našich produktov a nášho personálu, aby sme prekonali krízu a dosiahli úspešný reštart. Dôležité je, že personál je trénovaný. Zamestnanci musia byť vzájomne zosúladení, zostať motivovaní, pretože cestovný ruch sa začne rozbiehať pozvoľna. Inovatívny a kreatívny marketing bude zohrávať dôležitú úlohu. My sme

v tomto našim partnerom BWH Hotel Group dostatočne podporovaní prostredníctvom medzinárodných kampaní a marketingových aktivít.

***Aká bude budúcnosť hospitality po odznení pandémie?***

Bohužiaľ, priamemu ľudskému kontaktu sa budeme musieť ešte nejaký čas vyhýbať, ale ľudia budú stále hľadať iné formy vzájomnej interakcie. I my sme aplikovali mnohé digitálne vymoženosti, ako napríklad online check-in pred príchodom do hotela alebo WhatsApp chat, dostupný nepretržite. Zavedieme aj aplikácie, ktoré budú spravovať našich hostí nielen počas ich pobytu v hoteli, ale i v destinácii. Myslím, že budúcnosť hospitality bude o nepretržitom digitálnom kontakte s hosťami v režime dvadsaťštyri hodín denne, sedem dní v týždni.









# SMĚR JE JEŠTĚ DŮLEŽITĚJŠÍ, NEŽ RYCHLOST

TEXT Milan Pavelka FOTO Proper Hotel Santa Monica, The Hide Hotel Flims  
*Neznamená to ale, že rychlost není důležitá. Je zásadní. Tento článek píšeme ve snaze pomoci hoteliérům orientovat se v krizi Covid-19 a podpořit tak obnovu našeho byznysu. Ačkoliv jej píšeme exkluzivně pro časopis TOP Hotelierstvo/Hotelnictví, sdílejte jej prosím a dejte nám vědět, pokud je zde dle vašeho názoru něco nesprávně, něco chybí nebo pokud byste chtěli něco dodat. Rádi vše budeme sdílet i s ostatními hoteliéry, například v diskusní skupině #československý cestovní ruch na Facebooku.*



## Rozjezd hotelu P\*\*\* \*arlový Vary po Covid-19 ★

Přeměna hotelu za nejkratší možnou dobu nejlepším způsobem. Velice efektivní a také úsporné. Optimalizovaný systém vám zaručuje, že nebudete platit nikomu za stejnou činnost dvakrát. Všichni zade mají potřebné a kompletní podklady při ruce, 24 denně 7 dnů v týdnu a kdekoli na světě s přístupem k internetu.

Všichni vědí co a s jakým očekávaným výsledkem mají udělat. Pokud nevědí jak, tady to zjistí. Vy máte přehled nad tím, jak na tom pracují.

[See Less](#)

Last seen Invite / 1 Activity [+ Add to board](#)

Integrate Automate / 3

Now Item Search Person Filter IT Sort

### Obchod a marketing v roce 2021

	Subite...	Supervize	hotelmax	Executive	hotel	Návody a šablony	Časová linka	Type	Link to Projects	Activity timeline
Zadáni majitele			Dokončeno		Čekáme na...		Feb 7 - 21	Administrative	-	
Shnutí			Dokončeno		Jedli jsme nezačali		Feb 13 - 20	Administrative	Activity 1	
Analýza hotelu			Dokončeno		Pracujeme na tom		Feb 15 - 21	Marketing	Activity 2	
Analýzy businessu Leisure/MICE			Dokončeno		Čekáme na...		Feb 13 - 28	Marketing	Activity 3	
Analýzy zákazníků			Dokončeno		Zasekli jsme se na...		Jan 2 - 6	Logistics	-	
Analýzy konkurence			Dokončeno		Čekáme na...		Jan 13 - 15	Marketing	-	
Strategický plán			Dokončeno		Pracujeme na tom		Jun 18 - 20	Operations	-	
Nové trhy			Pracujeme na tom		Pracujeme na tom		Mar 1 - 5	Operations	-	
+ Add							Jan 2 - Jun 28			

### Kritické obchodní termíny po COVIDu

	Subite...	Supervize	hotelmax	Executive	hotel	Návody a šablony	Časová linka	Type	Link to Projects	Activity timeline
Zásadní změny			Prezentováno		Čekáme na...				-	
Povolení, ohlášení a licence			Pracujeme na tom		Jedli jsme nezačali			Administrative	Activity 1	
Nájemní vztahy			Pracujeme na tom		Pracujeme na tom			Marketing	Activity 2	
Investice a údržba			Pracujeme na tom		Čekáme na...			Marketing	Activity 3	
Tréninky a mentoring			Pracujeme na tom		Zasekli jsme se na...				-	

Ačkoli každý z nás doufá, že se situace již brzy zlepší, realita ukazuje, že Covid-19 tu nevyhnutelně i v tom nejlepším případě zůstane s námi a je čas se připravit na měnící se svět.

### Ke startu připravit – tři, dva, jedna. Nebude už pozdě?

Ve chvíli, kdy vlády opět rozhodnou a uvolní zakázky cestování a omezení pohybu mimo naše domovy, bude to pro všechny signál návratu k podnikání. Všimáme si ale, že mnoho hotelů a restaurací nečeká na signál, a i v nejtěžších dobách se zaměřují na způsoby, jak navzdory nízké poptávce a tvrdé konkurenci maximalizovat obsazenost či příjmy z různých činností. Zkoušejí různé strategie. Podnikají. Už rok otevírají výdejní okénka, rozvážejí jídlo, dávají svým lidem práci a umožňují ostatním v této těžké době vydělat nějaké peníze. Často balancují na hraně nesmyslných opatření a nařízení vlád a změn, které se vzájemně popírají. Jako odpovědní podnikatelé v odvětví, které ne-

ní nedotknutelné, jako například montovny anebo vládou privilegované fabriky, prostě jen hledají cestu ven. Tyto hotely, restaurace, kavárny a bary vedou manažeři a majitelé, kteří vědí, že se nemohou spolehnout na pomoc státu, protože ve státní pokladně jsou jen ty peníze, které jsme tam odložili z našich výdělků, nebo ty, které jsme si půjčili a budeme je brzy muset i s úrokem vracet. Právě proto nás tyto podniky a jejich lidé fascinují a každý z nich si zaslouží maximální podporu svých vlád. Ačkoli jsme všichni „tak nějak“ připraveni zahájit své obvyklé marketingové aktivity, některým majitelům a manažerům hotelů začíná být jasné, že na cestovních trzích bude „tak trochu těsně“ a že by vůbec nebylo od věci mít v zásobě několik akčních plánů na zotavení. Protože už teď víme, že zvedat poptávku nízkou cenou, je past. A chcete se snad vy podruhé chytit do stejné pasti? Pokud ne, pokračujte ve čtení.

Jakmile se poptávka začne zlepšovat, budou

mít právě tyto podniky silný náskok a větší kontrolu nad situací. Budou mít za sebou zkušenost s novým chováním zákazníků, s přijetím a zaváděním bezpečných postupů a nových strategií. **Tím nejdůležitějším motivem pak bude hledání nových trhů, získávání nových zákazníků a stabilizace.** Proto jsme společně s partnery vloni v létě spustili restartovací program Masterplan pro hoteliery, který zavádí stále větší množství hotelů. Program je na těchto třech motivech postaven. Program se na míru přizpůsobuje každému hotelu a ty jsou tak již po třech měsících připraveny ve vteřině spustit efektivní prodej. Proč to dělají? Jednoznačně proto, že chtějí mít náskok. A v čem konkrétně se tyto hotely liší od hotelů ostatních a jak se vše projevuje ve výsledcích jejich práce?

### 1. Produkt a investice

**Tito majitelé mají efektivnější kontrolu nad svými financemi.** Pandemie způsobila zmatek po celém světě a nutí nás do zcela

bezprecedentních situací. Hoteliéři dnes musí každou smlouvu projít mnohem přísnější optikou a smířit se s tím, že s novými strategiemi a plány se také mění chování partnerů, zákazníků, investorů a věřitelů. Postupně jednají s každým partnerem. Od některých mají nové podmínky, platební kalendáře a některé vztahy naopak skončily. Bude totiž trvat několik dlouhých let, než se dostaneme na parametry, na které jsme byli zvyklí. Proto jen hotely, které denně porovnávají výkaz zisku a ztrát s nastaveným rozpočtem a ihned přijímají účinná opatření, mají šanci na úspěch. Postavili jsme několik vzorových výsledovek a popsali scénáře, se kterými už hotely uspěly. Ať už to bylo výrazným snížením výdajů, mzdových nákladů, nabízených služeb, úpravou provozu či provozní doby atd.

Pokud by se situace ještě zhoršila, bylo by dobré mít v záloze i strategii „exitovou“ a znát hodnotu svého podniku. Například příprava memoranda pro budoucí investory je aktivita, na kterou české a slovenské hotely zvyklé nejsou. Což je škoda. Myslíme si, že podnikatel by sice měl být připraven bojovat do poslední kapky krve, ale nemělo by k tomu nikdy dojít. Dobrý podnikatel prostě musí včas poznat, že „exit“ není to nejlepší, ale to jediné rozumné řešení. Před rokem bychom ještě nesouhlasili s tím, že zrovna v tomto budeme hoteliérům průvodcem a oporou. Nicméně zvládnout boj s vlastním egem jsme už několika hoteliérům pomohli a jejich hotely připravili k úspěšnému prodeji ještě včas, bez negativního vlivu změny majitele na provoz. Taková situace je pokaždé velmi osobní a choulostivá a řešení nebývá snadné. Není však pochyb, že když se do toho pustíme, nakonec ze všeho vyjdeme silnější. Někteří ekonomové prognózují, že poptávka po hotelech a důvěra investorů poroste velmi pomalu.

**2. Lidé, služby, management a procesy**  
**Manažeri, zaměstnanci i hosté využívají technologie.** Současná krize má pozitivní vliv na zavádění nových technologií, digitalizaci a automatizaci. Pro začátek jsme

společně s experty na digitální grafiku, mailing, sociální sítě, remarketing, výkonnostní marketing a Revenue Management pro hotely připravili v programu Masterplan jednoduchý návod, s jakými digitálními aplikacemi začít. Většinu z nich už naši klienti ovládají, některé jsme nahradili novějšími a s celým týmem stále pracujeme



## MILAN PAVELKA

Je inspirativní muž činu a myslí si, že by člověk měl zkusit všechno, co chce. Pracuje 27 let v cestovním ruchu, otevřel několik hotelů, 15 let vedl obchod největšího hotelového řetězce v ČR, rozjíždí hotely po celém světě. Celý život je zvyklý dělat věci jinak než ostatní. Specializuje se na zlepšování hotelových a restauračních procesů. Provozních, finančních, obchodních i manažerských. Je zakladatelem projektu [www.hotelmax.cz](http://www.hotelmax.cz), který pomáhá hotelům a restauracím dosahovat lepších výsledků. Je členem manažerských rozvojových programů a vyhledávaným mentorem.

na další aktualizaci návodu. Za tímto účelem jsme se spojili s lidmi z Google, Ogilvy nebo nejnověji z T-Mobilu. Máme radost z toho, že tyto digitální nástroje pomáhají hoteliérům překlenout těžká období. A jací jsou ti nejoblíbenější digitální pomocníci? Vedle e-shopu, o kterém jeden ze zákazníků říká, že je to „samoobsluha s návody, jak co nejlépe vést hotel“, je to naše přednastavená projektová aplikace, která navíc pomáhá vést tým lidí v daném hotelu. Nebo třeba digitální případové studie v mentoringovém programu pro hoteliéry či aplikace, díky nimž vytvářejí 3D reklamu a grafiku snadno a úplně sami. Vše je použitelné i pro mobily a tablety, protože velmi výrazně se zvýšilo využití smartphonů u managementu i zaměstnanců, například v housekeepingu.

**Hotely proaktivně zavedly ochranné protokoly.** Každý v hotelu pak ví, jaká opatření proti šíření viru jsou zavedena. Ta se mohou lišit podle typu a velikosti, ale hotely, ve kterých to vzali vážně, poznáte na první pohled. Lidé v nich udržují vzdálenost 2 metry od kohokoli, což je zásadním krokem v prevenci. Není to vůbec těžké. Každý si tu vzdálenost umíme představit. Je však důležité,

abychom toto pravidlo zavedli. Pomůže to soustředit se na další kritické kroky, které je třeba podniknout pro udržení zdraví a bezpečnosti. Výčet ochranných protokolů nebo raději rovnou dosažené výsledky pak hotely sdílí na svých webech a hosté mají tyto informace i v pokojích.

**Provozovatelé dbají na bezpečnost svých zaměstnanců i hostů.** S měnící se dobou se hoteliéři musí zaměřit na zdraví a bezpečnost svých zaměstnanců. Zaměstnanci používají rukavice, roušky či respirátory, a tyto pomůcky jsou dostupné i hotelovým hostům. Měří zaměstnancům i hostům teplotu, řeší bezpečnost vzduchotechniky či klimatizace. V hotelu se v souvislosti s úklidem a hygienou také objevují nové metody a technologie. Omezuje se počet kontaktních míst, check-in a check-out probíhá bezdotykově, housekeeping probíhá téměř neviditelným způsobem (v nepřítomnosti hostů) za intenzivního větrání a proaktivita v tomto směru se stává součástí hodnocení, protože lidé si toho více všimají. Cestovní kanceláře, které posílají hosty například na Maledivy nebo Zanzibar, se hoteliérů dotazují na plochu přepočtenou na hosta při plné obsazenosti. Vyhrávají tak malé resorty na rozsáhlých pozemcích. V recepci, v hotelových pokojích, v každém středisku, ale i v zázemí hotelu, jsou dostupné aktuální informace a pravidla. Velké resorty stahují z webu fotografie bufetových stolů s hromadami jídel. Hotely po letech zavádějí pokojovou službu a není výjimkou, že 80 % hostů večeří ve svých pokojích.



**3. Komunikace, marketing a prodej** Hoteliéři sdílejí se svými lidmi jasné a konkrétní plány a checklisty. Spočítali si reálné tržby a příjmy a adekvátně tomu plánují svůj provoz. Někdy je to sice těžká matematika, ale mnohem náročnější stále zůstává komunikace jako taková. Sestavili jednoduchý a reálný plán, stanovili pravidla bezpečného provozu a tyto důležité informace sdílí se svými zaměstnanci. Nejlépe prostřednictvím cloudového zařízení tak, aby k nim měli přístup všichni, stále a odkudkoliv. Na všechno jsou sepsány jednoduché postupy. Není čas pouze zaučovat, potřebujeme ihned konat. Hotely, které využívají Masterplan od Hotelmax.cz, tak mají k dispozici software a mobilní aplikaci, aby měl jejich management kontrolu a personál správné informace včetně konkrétních návodů. Každý se tak včas dozví vše, co je důležité udělat a jaký je očekávaný výsledek.

**Dobývají nové trhy s novými produkty v novém „Workfram“ – pracovním pořádku.** Vysvětlíme to jednoduše. Kam se podíváte, všude někdo hotelům radí, že mají mít více přímých rezervací. Jako řešení jim nabízejí různé rezervační a Channel Management systémy. My jsme ale v destinacích, které již jsou za vrcholem pandemie a vyzkoušeli si, že to nestačí. Že ještě před tím, než začnete stavět cenové plány, rozesílat mailing a zadávat mapování do systémů, musíte mít skvělou marketingovou strategii a jistotu, že získáte nejlepší možné výsledky a návratnost své investice. Jistotu získáte jen ověřenou metodou. A protože cestovní ruch, co se marketingu týká, je taková ušmudlaná Popelka, podívali jsme se do firem, jako jsou Amazon a Google. Inspirovali jsme se a vytvořili model, podle kterého pokud hotel připraví strategie a realizuje akční plány, je v obsazování nových trhů o 50 % úspěšnější než konkurence. Stejně tak jako jsou autoři těchto metod úspěšnější v digitálním světě. Teď je správný čas na přípravu, načasování a spuštění kampaní. Až se věci začnou vracet k normálu, budeme taktiky jen lehce upravovat, zatímco konkurenti budou panikařit a ve zmatku a pod tlakem vytvářet něco, co budou na špatném trhu prodávat za nejnižší cenu. A u toho být nechcete.



### **Tři zlaté zkušenosti z hotelového marketingu z míst, kde se už byznys rozběhl:**

**1. „Poptávka nesouvisí s cenou. Lidé cestují proto, že chtějí nebo musí a vybírají si hotely podle jiných faktorů, než je cena.“** Toto není cenová válka a konkurenti nejsou nepřátelé. Je to společný trh, na kterém prodáváme i nakupujeme. A nemůžeme nakupovat draž než prodávat.

**2. „Blížejší košile než kabát.“** To není jen české lidové rčení, ale zkušenost z Malediv, Zanzibaru a Indonésie. Osvědčilo se nám zvýhodnit flexibilní stornovací podmínky pro přímé rezervace a doporučujeme se o tom chlubit v sociálních sítích a na vlastním webu. A zdůraznit, že to platí jen pro přímé rezervace. Přestaňte řešit, co je fér nebo kdo má pravdu. Rozhodněte se a konejte. Globální partneři, jako je Booking a Expedia, ať nabídnou jinou incentivu, než je naše rezignace na zisk nebo zvýšení rizika, že za storno ponese ztrátu sami. Tam, kde jsme aktualizovali distribuci a udělali pořádek v cenách, jsme zaznamenali růst vlastních rezervací v desítkách procent právě na úkor OTA's.

**Booking a Expedia nebyly před krizí vašim nejlepším aktivem a nebudou jím ani teď.** Ujistěte se, že děláte vše pro to, abyste na nich nebyli závislí a že vaše přímé kanály poskytují hostům tu nejlepší nabídku. Dejte si práci s tím, že si

u nich vyzkoušíte rezervace jako „preferovaní zákazníci“, „Géniové“ atd. a zjistíte víc, než různé Rate shopper a srovnávací aplikace. Budete nemile překvapeni tím, jak OTA's podrážejí paritu, ke které nás tak rádi tlačí. Proto je správné používat Booking.com a Expedit jako billboardy, na které bohužel nemůžeme explicitně napsat, že přímá rezervace je výhodnější, ale měli bychom to rozumně naznačit.

**3. „Vše zvládnete rychleji a s menším rozpočtem.“** Ukázalo se, že pokud s námi správně aktualizujete nebo změníte web hotelu, zvýšíte konverzi (z více návštěv webu bude ještě více rezervací a budete to umět změřit), zapojíte již výše zmíněné digitální pomocníky, aktualizujete digitální profily na Google a v sociálních sítích, zkontrolujete SEO a cenové plány na upravené produkty, oslovíte stávající i nové zákazníky, tak zjistíte, že jste toho s novým Workframem (pracovním pořádkem) schopni mnohem efektivněji než dříve.

Naše vůle zkrátka překonává překážky a pomáhá nám v tom otevřený akční přístup. Svědčí o tom i nejstahovanější položka našeho e-shopu – Creative Skills for Innovation od Google. Cílem workshopu nejen pro hoteliéry je uvést v život „Out of box thinking“, tedy realizovat více a inovace. Česká i slovenská pobočka Google jej v rámci projektu The New Generation of Founders nabízí zdarma.

# PENZIÓN ALŽBETA PONÚKA LUXUSNÚ WELLNESS DOVOLENKU

TEXT A FOTO Penzión Alžbeta

*V jednom z najčarovnejších kútov Slovenska, na malebnom Liptove v obci Demänová, sa nachádza ubytovacie zariadenie Aqua & Wellness Resort Alžbeta. Kvalitou a širokým spektrom ponúkaných služieb sa vymyká všetkým ubytovacím zariadeniam tohto typu na Slovensku.*



Dnes čoraz viac vyhľadávané súkromie spoločne s komfortným ubytovaním a možnosťou relaxácie v bazénoch, saunách i vírivke, ktoré sú k dispozícii výlučne pre ubytovaných hostí, robí z penziónu jeden z najvyhľadávanejších priestorov na výnimočnú dovolenku.

Ubytovanie hosťom ponúkajú v rezorte vo viacerých kategóriách. Priamo v penzióne sa nachádzajú vkusné, komfortné, moderné izby s vlastným sociálnym zariadením, mini chladničkou, wifi pripojením a LCD televíziou so satelitom. Pre rodiny s deťmi sú k dispozícii apartmány, niektoré s vlastnou kuchynkou. Každá izba ponúka výhľad na rozsiahlu upravenú záhradu. V areáli penziónu nájdete aj samostatný depandance, v ktorom hosťom ponúkajú ubytovanie v izbách i apartmánoch.

Pre ľudí, ktorí uprednostňujú ubytovanie v absolútnom súkromí je možnosť ubytovania v troch útulne a luxusne zariadených chatách, každá pre dve až osem osôb. V chatách s dvoma kúpeľňami, kompletne zariadenou kuchynou, spálňou, obývacou izbou,

miestom na parkovanie a vonkajšou terasou s možnosťou grilovania môžete stráviť dovolenku i dlhodobý pobyt. Wifi pripojenie v objekte je samozrejmosťou. Benefitom tohto ubytovania je aj bezplatný vstup do bazénov a saun v penzióne Alžbeta, ktoré majú hostia počas pobytu k dispozícii.

Aká by to bola dovolenka bez relaxácie vo vírivom bazéne, oddychu v saune alebo zaplávania v bazéne so slanou vodou? Len pre hostí rezortu sú k dispozícii štyri bazény s vyhrievanou vodou. Vonkajšia jacuzzi s teplotou vody 38 °C, vonkajší termo bazén s 30 °C a vnútorný relaxačný bazén a vonkajší vyhrievaný bazén so slanou morskou vodou. Možnosť relaxovať je aj v troch druhoch saun, aktívne sa postarať o svoje fyzické zdravie môžete cvičením na fitness strojoch umiestnených v rozľahlej záhrade.

Priestor na grilovanie, dve detské ihriská, posedenie na terasách s kvalitne namiešaným drinkom; penzión hosťom ponúka toľko možností na relax, oddych i aktívne trávenie voľného času, že možno máte pocit, že už nič viac nepotrebujete. Nezabúdajte však, že sa

nachádzate v najkrajšej lokalite na Slovensku. Krásna príroda, turistické a cykloturistické trasy, bobová dráha, Demänovské jaskyne, lyžiarske svahy, vodné športy na neďalekej Liptovskej Mare, áno, to všetko sa nachádza a je pre vás k dispozícii v bezprostrednom okolí Aqua & Wellness Resortu Alžbeta.



\*\*\* RESORT ALŽBETA  
**AQUA & WELLNESS**

**Penzión Alžbeta**  
Demänová Dížiny 480, Slovakia  
031 01 Liptovský Mikuláš  
[www.penzion-alzbeta.sk](http://www.penzion-alzbeta.sk)



# DOVOLENKA POD TATRANSKÝMI KONČIARMÍ PRE RODINY S DEŤMI

TEXT A FOTO Penzión Zora

*Túžite sa ráno prebudiť vyspatí a po otvorení očí vidieť majestátne tatranské štíty? Dať si kvalitné raňajky a priamo z penziónu vyraziť na neďalekú, ale aj náročnejšiu vysokohorskú túru? Zavítajte do Penziónu Zora Family v Tatranskej Lomnici, kde vám splnia tieto a ešte oveľa viac vašich dovolenkových snov.*



Komfortné ubytovanie v dvojlôžkových, trojlôžkových izbách a rodinných suitách je k dispozícii pre menšie i väčšie rodiny s deťmi, páry i skupiny priateľov. V izbách je vlastné sociálne zariadenie, toaleta, televízia so satelitným príjmom a WiFi pripojenie. Pre ubytovaných hostí ponúkajú v penzióne možnosť stravovania vo vychýrenej reštaurácii Fiaker.

„Naša reštaurácia má svoj príbeh viažuci sa na rodinnú históriu. Chceli sme si aj takto uctiť našich starých rodičov, na ktorých stále spomíname. Reštaurácia bola aj v minulosti typická kočmi, po rekonštrukcii sme sa rozhodli, že sa ich nevzdáme a situovali sme ich do zimnej záhrady. Fotografia nášho dedka,

ktorý bol posledným furmanom na Chatu Zeleného plesa je aj dnes výzdobou našej reštaurácie,“ hovorí Martina, ktorá vedie Penzión Zora Family spolu s bratom a rodičmi. S tým súvisí aj ponuka tradičných jedál, ktoré v rodine varievala ich stará mama, a ktoré sú vychýrenými pochúťkami širokoďaleko. Spomenúť môžeme pečené pirohy či domáce lievance.

Po dlhej túre, návšteve neďalekého Skalnateho Plesa či Lomnického štítu dobre padne šálka voňavej kávy, kvalitného horského bylinkového čaju či iného drinku, ktorý si môžete vychutnať v kaviarni penziónu, ktorá je na tento účel ako stvorená. Tatry sú ideálnym miestom aj na rodinnú dovolenku.

Na svoje si tu prídu dospelí i deti, milovníci športu i zástancovia relaxačnej dovolenky. Práve deti sú v Penzióne Zora Family špeciálne vítané. „Pre deti máme pripravený darček na privítanie, máme vonkajšie aj vnútorné detské kútiky, samozrejmosťou je detský nábytok v jedálni, príbory a špecialitou sú detské prekvapenia na večeru vo forme jedál,“ približuje atmosféru Martina.

Ak máte radi pocit, že sa o vás na dovolenke dobre postarajú, a okrem ubytovania a stravy máte k dispozícii aj ďalší program, v Penzióne Zora Family sú pre vás pripravené špeciálne pobytové balíčky s rôznymi zľavami a benefitmi.

[www.penzion-zora.sk](http://www.penzion-zora.sk)

# POBYT V PENZIÓNE ZLATÁ PUTŇA S POHÁROM KVALITNÉHO TOKAJSKÉHO VÍNA

TEXT A FOTO Penzión Zlatá putňa

*Miesto, kde sa stretávajú tradície slovenského a maďarského národa. Miesto, kde sa to najlepšie z obidvoch krajín snúbi v kráse prírody, vo výnimočnej chuti tokajského vína a v srdečnosti tunajších pohostinných ľudí. Vitajte v regióne Dolného Zemplína, v rodinnom penzióne Zlatá Putňa, v ktorom hostí doslova rozmaznávajú. Penzión založili Gejza a Anna Nagyovci, dnes už v penzióne pracuje tretia generácia rodiny.*



Prichádzate sem ako hostia a odchádzate ako priatelia. Dovolenka s príbehom je presne to, čím sa pobyt v Zlatej Putni odlišuje od iných. Relax, aktívny oddych, turistika, poznávanie krás prírody, nové priateľstvá a ochutnávky vín, to všetko majú zamilované páry, rodiny s deťmi i skupiny priateľov k dispozícii.

Okrem komfortného ubytovania v izbách penziónu si milovníci súkromia a dobrodružstva môžu objednať pobyt v apartmánovom alebo sudovom domčeku priamo vo vinohradoch. Zážitok z pobytu podporí aj výborné jedlo, ktoré pripravuje domáci šéfkuchár Andrej Révay v spolupráci so známym slovenským šéfkuchárom Danielom

Širotom. Menu kombinuje tradičné jedlá slovenskej a maďarskej kuchyne.

Neodmysliteľnou súčasťou pobytu v tomto regióne je zoznámenie sa s fenoménom tokajského vína. Hrozná na výrobu tohto prirodzene sladkého vína možno dopestovať len v piatich oblastiach sveta. A práve toto je jedna z nich. Súčasťou penziónu je rodinné vinárstvo so stredovekou pivnicou Zlatý Strapec. História presiaknutý priestor je miestom na degustáciu vína, ktoré vzišlo z jedného z najstarších vinárstiev v regióne. Oboznámiť sa môžete s históriou a technologickými postupmi, ktoré sa využívajú pri výrobe tokajských vín. Pohár tokajského vína vám nikde nebude chutiť tak lahodne ako

práve tu, na mieste, kde sa „pestuje“ i vyrába. Okolie penziónu je pretkané turistickými a cykloturistickými chodníkmi. Údolím preteká rieka Bodrog, ktorá vytvára romantické zákutia ako stvorené na prechádzky a potulky v prírode. Plavba loďou, výstup na neďalekú vyhliadkovú vežu, adrenalínový park v susednom Maďarsku – možnosť, ako užiť voľný čas je tu nepreberné množstvo. Posedenie vo vinici s pohárom lahodného tokajského vína je takmer povinnosťou.

**Penzión Zlatá Putňa**  
Hlavná 414  
076 31 Viničky, Slovakia  
[www.zlataputna.sk](http://www.zlataputna.sk)





# KAŠTIEĽ PÁLFFY VO SVÄTOM JURE ZAŽÍVA ZNOVUZRODENIE



Elegantný Salónik Habsburgovcov poskytne priestory gurmánskym zážitkom, ktoré poznáte z Hotela Lomnica.

TEXT A FOTO Kaštieľ Pálffy

*Patrí nielen k najstarším pamiatkam starobylého mestečka Svätý Jur, ale zároveň je aj významnou súčasťou jeho viac ako 700-ročnej vinohradníckej tradície. Kaštieľ Pálffy v súčasnosti doladuje posledné kontúry, aby jeho impozantné historické priestory mohli pulzovať spoločenským životom. Po mnohých rokoch konečne docenia jeho historickú hodnotu.*

Kaštieľ prešiel počas dlhej histórie rukami viacerých majiteľov. Niektorí z nich v ňom zanechali hlboké stopy, ktoré sa vpísali nielen do jeho podoby, ale najmä do jeho príbehu. Podľa stavebno-historických výskumov pochádzajú základy kaštieľa pravdepodobne už z prvej polovice 13. storočia, teda samotných počiatkov mestečka Svätý Jur.

## TAKMER ZABUDNUTÁ KRÁSA OPĀŤ OŽÍVA

Renesančný kaštieľ sa opäť stáva pýchou mestečka Svätý Jur a okrem svojej krásnej siluety, ktorá dáva Svätému Juru jedinečný

ráz, prináša do súčasnosti i kus vinárskej histórie a tradície pálffyovských vínnych pivníc. Tieto pivnice ukrývajú stáročia poctivej vinárskej práce a umenia, ktoré dnes zúročuje vinárstvo VIAJUR.

**PODMANIVÉ HISTORICKÉ PRIESTORY A KULINÁRSKE UMENIE**  
Od komorných obchodných stretnutí po veľkolepé firemné akcie a eventy s kapacitou až do 800 hostí. Priestory Kaštieľa Pálffy vyhovejú najnáročnejším požiadavkám. Vďaka jeho genius loci, profesionálnej organizácii a kreativite vznikajú zážitky na mieru nielen pre účastníkov,

ale aj pre organizátorov. Kaštieľ Pálffy je najnovším projektom, ktorý patrí do rodiny úspešne etablovaných značiek v oblasti slovenskej gastronómie a hospitality ako Hotel Lomnica, Selaví či vinárstvo VIAJUR. Váš event získa vďaka ich synergii punc prvotriedneho kulinárskeho zážitku.

**KAŠTIEĽ PÁLFFY SA STANE DOMOVOM KULINÁRSKÝCH ZÁŽITKOV**  
Ponorte sa do sveta chutí, ktorý ponúka kuchyňu bohatú na rakúsko-uhorskú kultúru a špeciality s espiritom modernosti a fine diningu. Už čoskoro si budete môcť





Historické pivnice Kaštiela Pálffy, v ktorých sídli vinárstvo VIAJUR

- Elegantné priestory kaštiela zo 16. storočia sú rekonštruované s dôrazom na zachovanie historickej hodnoty. Poskytujú vysokú kvalitu a funkčnosť.
- Bezprostredná blízkosť k hlavnému mestu; len 15 km od Bratislavy a Letiska M. R. Štefánika.
- S kapacitou do 400 osôb v interiéri a až do 800 osôb v exteriéri.
- Vysoká úroveň služieb a gastronómie, ktorou je známy sesterský projekt Hotel Lomnica.

vychutnať vynikajúce gurmánske špeciality a atmosféru, ktorú zažívali členovia rodu Habsburgovcov či Pálffyovcov. Ochutnajte tradičnú kuchyňu v Hostinci Palatín alebo súzvuk extravagantných kulinárskych kombinácií v modernom šate v Salóniku Habsburgovcov.

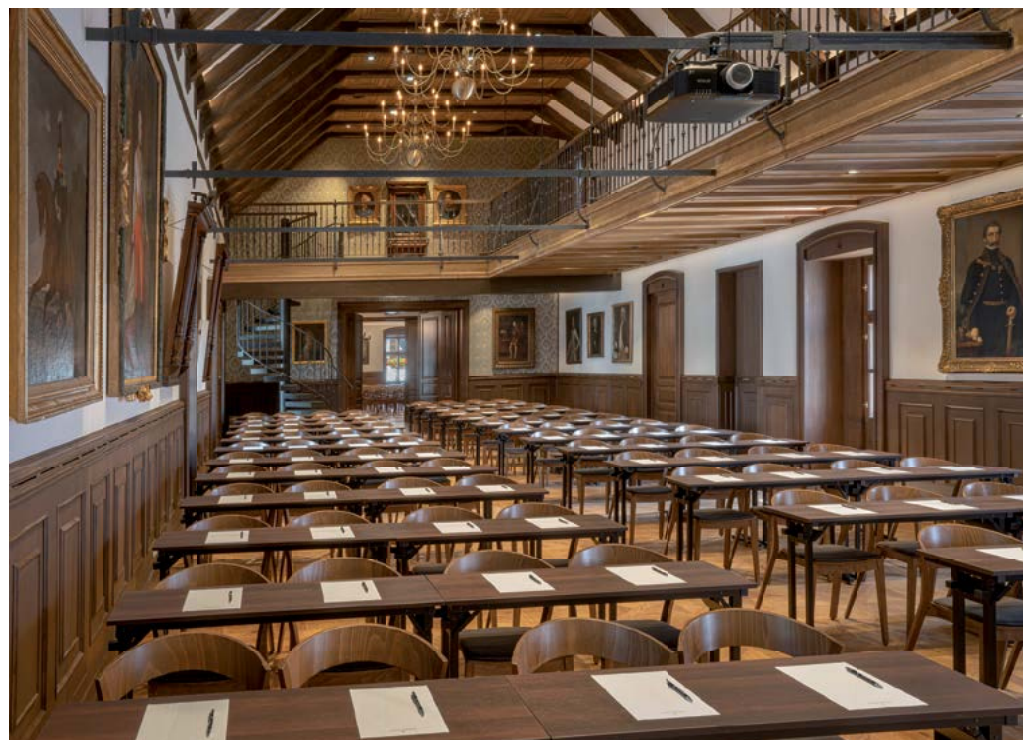
ZÁŽITOK Z PRIESTORU A CHUTÍ Noblesa a elegancia interiéru inšpirovaná 18. storočím a portréty členov dynastie Habsburgovcov dokonale ladia s rakúsko-uhorskou kuchyňou.

BUDÚCNOSŤ KAŠTIEĽA PÁLFFY MÔŽETE SVOJÍM PRÍBEHOM NAPLNIŤ I VY

Zapíšte mílnik vašej lásky do histórie Kaštiela Pálffy. Nenechajte počas svojho veľkého dňa nič na náhodu a vložte svoju dôveru a očakávania do rúk profesionálov v oblasti gastronómie, špičkového servisu. Symbióza kulinárskeho majstrovstva a umenia organizácie zaručí váš nezabudnuteľný deň D.

Predpokladaný termín otvorenia je júl 2021. Všetky aktuálne informácie nájdete na sociálnych sieťach @kastielpalffy a na webovej stránke [www.kastielpalffy.sk](http://www.kastielpalffy.sk)

„KAŠTIEĽ PÁLFFY JE NAJNOVŠÍM PROJEKTOM, KTORÝ PATRÍ DO RODINY ÚSPEŠNE ETABLOVANÝCH ZNAČIEK V OBLASTI SLOVENSKEJ GASTRONÓMIE A HOSPITALITY AKO HOTEL LOMNICA, SELAVÍ ČI VINÁRSTVO VIAJUR. VÁŠ EVENT ZÍSKA VĎAKA ICH SYNERGII PUNC PRVOTRIEDNEHO KULINÁRSKEHO ZÁŽITKU.“



Aktuálna podoba Sály pro rege et patria





# IVETA PUPIŠOVÁ:

## NAJLEPŠÍ MARKETING JE, AK HOSTĚ ODCHÁDZA SPOKOJNÝ

TEXT Alena Reháková FOTO pexels.com, AdobeStock, pixabay.com

*Na pozíciu recepčnej nastúpila ešte za minulého režimu. Hotelom zostala verná, dnes pracuje ako konzultantka a mentorka, ktorá hotelierom pomáha profesijne rásť. V rozhovore sme zistili, čo je pre prácu v recepcii dôležité a že hotelová recepcia nie je žiadna vrátnica...*

**Na úvod si trochu zaspomínajme. Ako to vyzeralo v recepcii v čase, keď ste začínali?**

Keď som začínala ako recepčná, písal sa rok 1987 a v tejto pozícii som pracovala do roku 1994. Hotel patril do hotelovej siete INTERHOTEL a bol jedným z najlepších. V recepcii sme robili rôzne činnosti súvisiace s ubytovaním hosta, čiže dnešný check-in a check-out. Samozrejme, vtedy sme to tak nenazývali. Rezervácie hostí sme zaznamenávali v papierovej forme, do tzv. „štafle“. Mali sme kartotéku hostí podľa izieb a každá izba mala svoj účet. Ubytovanie a ostatné služby sme každý deň popoludní ručne účtovali do hotelového denníka. O počítačoch sme vtedy ani nechýrovali. Jednopostelová izba stála vtedy na noc 72 korún, prístelka 28 korún, double room 108 korún. Zahraniční hostia si mohli objednať dvojpостelovú izbu za 270 korún. Obsluhovali sme aj telefónnu centrálu, prepájali sme telefónne hovory na všetky strediská a hotelové izby. Vtedy nebolo možné volať z izby priamo, a tak sme na požiadanie hosti poskytovali služby telefónnej centrálky. Poplatky sme účtovali podľa dĺžky volania a krajiny, do ktorej hovor smeroval. Telefóny sa prepájali do telefónnej kabínky, ktorá bola pri recepcii alebo priamo do hotelových izieb. Samozrejme, hosťom sme

poskytovali rôzne informácie, predávali doplnkový tovar, suveníry, základné hygienické potreby. Mesačné inventúry sme robili ručne. Dnes si to už neviem ani predstaviť. Hlavné bolo sústrediť sa na servis pre hosta. Pracovali sme v osemhodinových zmenách – ranná, poobedná, nočná. Recepcia mala zázemie a oba tieto priestory sme si sami upratovali vrátane vysávania. Dôraz sa kládol na presnosť, včasný príchod do práce v predpísanej uniforme, upravený zovňajšok, vždy prítomný úsmev a dôkladné preberanie/handover služby a pokladne. Platby sa realizovali hotovosťou, šekmi, k dispozícii bola zmenáreň. Platobné a kreditné karty ešte neexistovali.

Po mojom nástupe do práce som absolvovala tvrdý tréning od kolegyň. Host bol vždy na prvom mieste! Oni ma naučili, že je veľmi dôležité mať dobrý základ, pravidlá a systém. Host musel vždy odchádzať spokojný. Všetko muselo byť tip-top. Keďže som bola vychovaná k poslušnosti a rešpektu voči nadriadeným, rýchlo som sa zapracovala. Samozrejme, vložila som do toho všetko a na nič som nefflala. Kolegyne ma nešetřili, začo som im dodnes vďačná. Prvý deň v práci ma poslali presádzať muškáty, druhý deň zbierať cigaretové ohorky okolo hotela a tretí deň vysávať recepciu, pričom vedenie sledovalo, ako k tomu pristupu-

jem. Všetko som bez reptania urobila, a tak moja skúšobná lehota trvala krátko. Vedela som, že musím najprv ukázať, že mám záujem pracovať a až potom môžem mať pripomienky napríklad k výmene služby a podobne. Dnes mladí ľudia často zabúdajú, že najprv treba „dať a až potom môžeš dostať“.

**Aké sú predpoklady na prácu v recepcii, aké vlastnosti by mal mať recepčný/á a čo by mal/a ovládať? Je potrebné odborné vzdelanie a prax?**

Vždy som si myslela, že v 4\* hoteli nemôže v recepcii pracovať recepčná bez praxe. Mýlila som sa. Základným predpokladom je orientácia na hospitality. Za roky praxe som dospela k názoru, že človek pracujúci v hospitality sa buď pre túto prácu narodí, alebo ho motivuje oduševnený profesor v škole, alebo sa mu táto práca zapáči počas odbornej praxe. Poznám veľa ľudí, ktorí s hotelierstvom nič nemali spoločné a pri hľadaní práce „narazili“ na tento odbor a sú z nich skvelí hotelieri. Tiež poznám ľudí, ktorí pracovali v hoteli s vášňou a neschopní manažéri alebo majitelia bez skúseností v odbore ich od tejto práce odradili, dokonca niektorí im túto prácu znechutili. Počas mojej praxe v pozícii riaditeľky hotela pracovali v recepcii študenti vysokej školy. Po absolvovaní



tréningu z nich boli skvelí recepční, ktorí mali nakoniec aj manažérske zručnosti. Recepcia bola pre nich „školou života“, dnes už úspešne vedú svoje firmy. Personál pracujúci v recepcii by mal mať príjemný vzhľad a milé vystupovanie, alebo jednoducho povedané charizmu. Host musí nadobudnúť pocit, že recepčný má záujem s ním komunikovať. No recepčný, a môže byť akokoľvek šikovný, keď príde do hotela, kde nie je systém, kde je manažér bez riadiacich zručností, kde recepcia nemá vypracovaný štandard manuál a každý pracuje tak, ako si myslí, že je správne, nemôže byť úspešný.

Čo sa týka vzdelania, postačuje stredoškolské, ale nie vždy odborné vzdelanie, ako napríklad hotelová akadémia, je zárukou kvality práce recepčného/recepčnej. Uvediem príklad. Počas práce konzultantky som v jednom hoteli bola svedkom situácie, keď majiteľ sa rozhodol, že vzhľadom na situáciu – výpadok personálu na housekeepingu – študentku hotelovej akadémie vykonávajúcej odbornú prax a recepčnú pošle v ten deň upratovať izby a majiteľ zostane v recepcii. Na druhý deň prišla rozzúrená matka aj s dcérou robiť „poriadky“, že čo to má znamenať, že jej dcéra študuje hotelovú akadémiu a manažment a nebude robiť upratovačku. Nedalo mi nezapojiť sa do rozhovoru a matky som sa spýtala, ako chce jej dcéra manažovať ľudí, keď nerozumie ich práci. Alebo pri mojej ďalšej práci na pozícii front office managera sme spolupracovali s hotelovou školou. Do recepcie mi personálne oddelenie pridelo slečnu, ktorej výzor – viac mužskej energie ako ženskej, zamračení a nepriateľský pohľad smerom k hosťom – hovoril: neopovázajte sa ma osloviť. Keďže som cítila ohrozenie, stiahla som dievčinu do BackOffice a chcela som sa o nej dozvedieť viac. Zistila som, že dievča rado jazdí na koni a chcela študovať na poľnohospodárskej škole, no rodičia jej to nedovolili a ona sa rozhodla takto rebelovať. Nakoniec som zistila, že dievčina sa vie aj pekne usmiať, a tak som ju v rámci „bezpečia“ nechala u mňa, kde mi pomáhala s agendou, rovnako aj kolegyniam v rezerváčnom oddelení. Každú zverenú úlo-



## IVETA PUPIŠOVÁ

Hotely patria k jej profesionálnemu životu. Pracovala ako recepčná, front office manažérka i riaditeľka hotela. Po 24 rokoch práce v hotelovom sektore dnes odovzdáva skúsenosti formou školení a poradenských služieb hotelierom a pracovníkom v segmente HoReCa a pomáha im profesionálne rásť a vytvárať príjemné prostredie pre hostí. [www.ivetapupisova.sk](http://www.ivetapupisova.sk)

hu urobila spoľahlivo.

### Čo všetko sa deje v recepcii? Čo je najdôležitejšie?

Recepcia je miestom prvého kontaktu a zrkadlom celej spoločnosti, ktorej ubytovacie zariadenie patrí. Môže si hneď získať dôveru hosťa, ale, samozrejme, aj ju rýchlo stratiť. Ak hosť hneď na začiatku naďabí na neochotnú a nepríjemnú recepčnú, bude podľa nej očakávať takýto servis aj v ostatných oddeleniach. Pri práci sú dôležité dva procesy: check-in a check-out, pri prvom z nich získavame dôveru, pri druhom sa staráme, aby hosť, aj keby sa niečo nepríjemné počas jeho pobytu stalo, finálne odchádzal spokojný. Tým si zabezpečíme jeho návrat. Ak sa nám podarí, že hosť sa vráti, vyhrali sme. Ak nie, je to naša prehra. Ak je hosť spokojný, určite o tom povie svojim blízkym, priateľom, známym a vráti sa. To je ten najlepší marketing. V recepcii je veľmi dôležitá komunikácia. Verbálna i neverbálna. Slová alebo obsah hovoreného majú len sedempercentný vplyv na dojem z celkovej komunikácie, rétorika a melódia hlasu 38 percent a reč tela až 55 percent. Recepčný okrem hostí komunikuje aj s kolegami, nadriadenými, dodávateľmi. Tu sú veľmi dôležité vzťahy medzi kolegami, nadriadenými, pretože hostia aj podľa tejto komunikácie vidia, ako to v danom hoteli funguje. Každý, kto prichádza do hotela, sa spolieha, že recepcia je centrom informácií, a preto práve sem smerujú so žiadosťou o ich poskytnutie. Často sa recepčné sťažujú, že sú informačné centrum. Ak by sme to chceli všeobecniť, recepčná je v podstate informátorka, predavačka, psychologička, asistentka, a keď nie je v práci nikto z nadriadených (napríklad v noci) tak aj manažérka, ktorá musí

vedieť, ako sa správať v krízových situáciách, musí vedieť prijať rozhodnutie, samozrejme, ak má na to kompetencie.

Recepční musia dokonale poznať produkt, ktorý predávajú. Musia poskytovať pravdivé informácie a musia byť presvedčení, že produkt, ktorý predávajú, je kvalitný. Rovnako dôležité je ich pracovné nasadenie, úprava zovňajšku, uniforma vhodná pre dané ubytovacie zariadenie a podobne. Odborné a jazykové vedomosti sú na prvom mieste. Každý recepčný musí mať aj dobré organizačné schopnosti, aby si vedel zdeliť prácu tak, aby mal dostatočný čas venovať sa hosťovi, mal by byť empatický, ale na druhej strane aj asertívny. Pri nástupe do práce by mal byť zaučenný šéfom recepcie, ak táto pozícia v hoteli či penzióne nie je, tak manažérom. Neznamená to, že keď nový zamestnanec predtým pracoval v hotelovej recepcii, bude v inom hoteli, ktorý má napríklad inú koncepciu, pracovať dobre. Často sa stáva, že recepčný odmietne robiť niektorý z úkonov a ohradí sa: „My sme to v hoteli, kde som pracoval, robili inak.“ Tu nastáva problém. Vždy treba novému kolegovi povedať: toto je iný koncept a tu funguje takto. Vyhňeme sa tak problémom.

### Aký je optimálny počet pracovníkov, aká hierarchia a kedy je potrebné už vytvoriť rezerváčné oddelenie? Pracujú tu prevažne ženy? Aké sú právomoci, delegovanie, zodpovednosť?

Všetko závisí od koncepcie. Tu často robia prevádzkovatelia chybu a obchod a marketing podceňujú a dávajú to na starosť recepčným so slovami: „Veď popri práci môže nejaký ten príspevok vytvoriť a postovať na



facebooku“. Ideálom je, ak recepcná ma dostatok času venovať sa hostovi. Čo sa týka počtu zamestnancov, ak má recepcia vykonávať nočné služby, mali by to byť minimálne štyri osoby. Plus vedúci recepcie alebo front office manažér. No v menších hoteloch, penziónoch, je táto pozícia zahrnutá už v počte štyroch osôb. Dobre funguje aj model 4+1 šéf recepcie s pol úväzkom recepcia, pol úväzkom manažérske pozície. Existuje viacero modelov, pri ktorých šéf nepracuje v recepcii, len ju riadi a stará sa aj o obchod a marketing a skupinové rezervácie. Tiež model, keď šéf recepcie alebo manažér ubytovacieho zariadenia je na pol úväzku prevádzkový manažér. Ono je jedno, či je to hotel, alebo penzión, všetky pozície potrebné na fungovanie prevádzky musia

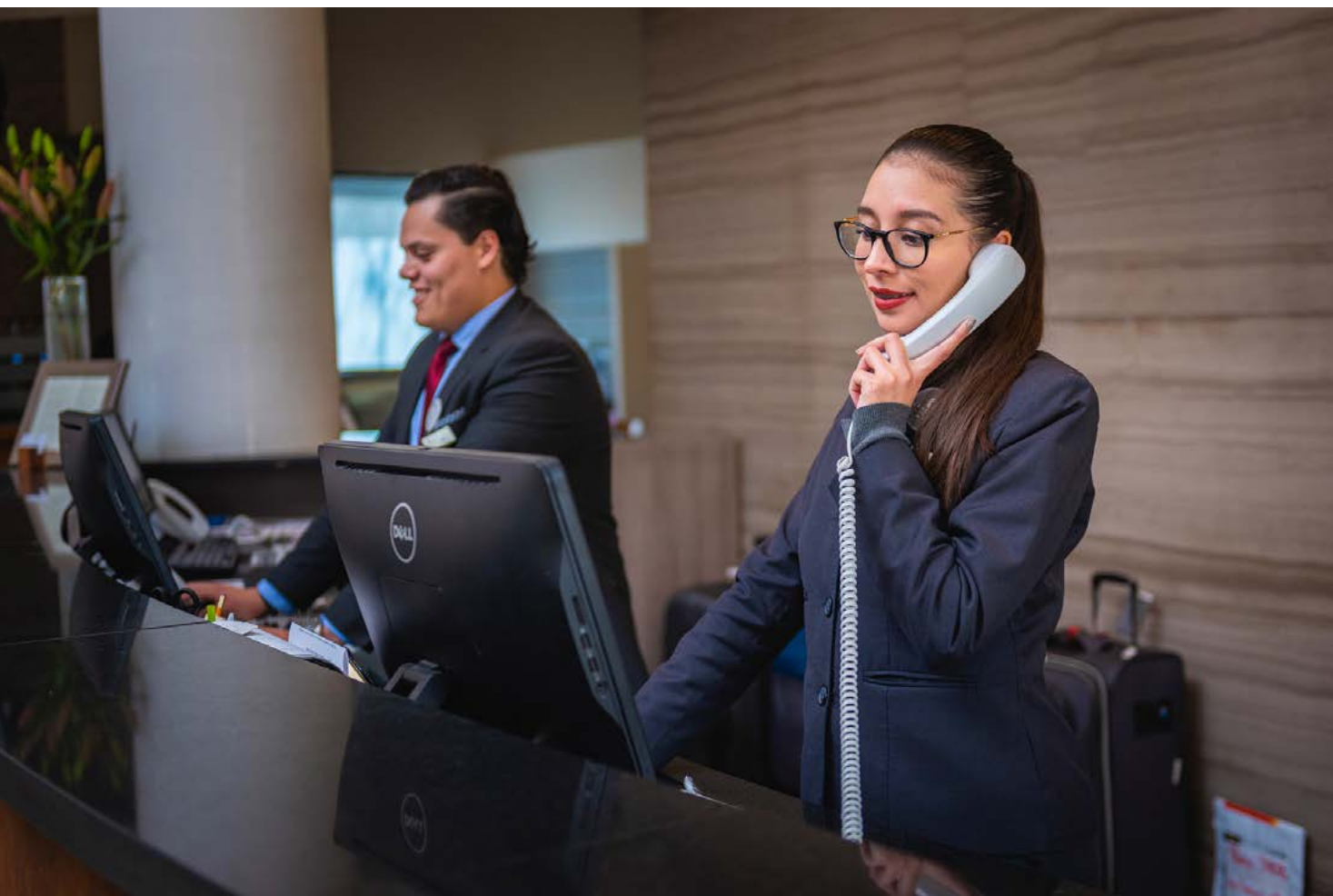
byť zastrešené, len v menších zariadeniach sú kumulované. Niektoré činnosti sa dajú delegovať aj recepčným. Napríklad, keď recepcia nie je plne vyťažená hosťami povedzme po check-oute a pred check-inom. Alebo ak hoteloví hostia zostávajú nejaký čas mimo hotela – na lyžovačke, túre, na kongrese a pod. Je dobré, keď o zadelení a nastavení kumulovaných funkcií rozhoduje človek z praxe. Práca v recepcii je náročná a zodpovedná. Spokojnosť hosťa nie je len o úsmeve recepčných a ich ochote. Je o veľkej zodpovednosti. Recepční pracujú s množstvom techniky, rôznymi rezervačnými on-line systémami, systémami na sledovanie revenue manažmentu a, samozrejme, s finančnou hotovosťou, platbami kartami či na faktúru a podobne. Pri praxi v hoteli mi jedna re-

cepčná, študentka vysokej školy, po troch dňoch tréningu povedala, že by radšej odišla, lebo táto práca je náročná a ona si myslela, že bude len podávať kľúče...

#### ***Akú úlohu a právomoci má vedúci/manažér recepcie?***

Manažér by mal dokonalo poznať prácu recepcného a housekeepingu. Toto oddelenie úzko súvisí s recepciou. Ideálne je, keď každý recepčný absolvuje crosstraining s chýžnou. A keď šéf recepcie si občas zaradí do harmonogramu aj službu na „fronte“, nielen v BackOffice, aby vedel ako „stojí“ jeho tím. Rovnako je dôležité, aby pri veľkých akciách – nástupoch, v nárazových časoch bol recepčným nápomocný, prípadne pri výpadku recepcného ho vedel zastúpiť. Manažér recep-





cie by mal poznať svoj tím, jeho silné a slabé stránky a správne ho viesť. Rozvíjať potenciál tímu, zaškoliť nového kolegu. Komunikovať s recepčnými, oni sú jeho ušami a očami. Komunikovať o hostoch a ich požiadavkách.

***Ako by malo vyzerat' zaučenie/tréning nového recepčného/recepčnej?***

Rozhodne by mal zaškolenie viesť vedúci oddelenia. Recepčný musí mať prehľad o celkovej ubytovacej kapacite. Musí vedieť, aká je orientácia izieb, aké typy izieb hotel ponúka. Mal by vedieť ako, s prihliadnutím na obsadenosť, prideliť tu najlepšiu či najvhodnejšiu izbu hosťovi. Ak hosť príde na týždňový pobyt snažiť sa napríklad, aby mal z izby pekný výhľad. Ďalej recepčný musí ovládať informácie

z webovej stránky a byť informovaný o všetkých marketingových ponukách, mať prehľad o eventoch v hoteli, poznať organizačnú štruktúru hotela. Odporúča sa, ako som už uviedla, crosstraining na oddelení housekeepingu, aby vedel odhadnúť, ako dlho trvá upratanie izby a kde sa čo v izbe nachádza a ako sa používa. Aj v prípade neprítomnosti chýznej si musí vedieť recepčný poradiť a reagovať na požiadavky hosťa. Recepčia úzko spolupracuje s housekeepingom, preto je potrebné, aby tieto oddelenia mali dobré vzťahy a bola medzi nimi synergia. Recepčný by sa mal zoznámiť aj o ostatnými oddeleniami/strediskami hotela, ako sú napríklad F&B, wellness centrum, konferenčné centrum a podobne. V sieťových hoteloch je súčasťou vstupného tréningu aj

IN-HOUSE EXPERIENCE, t. j. zamestnanec strávi noc v hoteli, kde absolvuje aj večeru a raňajky. Takto sa najlepšie vcíti do pozície hosťa a vie potom lepšie odovzdať tento zážitok potenciálnemu hosťovi.

***Mali by byť k dispozícii štandard manuály?***

Tak to rozhodne. Štandard manuály sú základom úspechu a určujú systém práce, obsahujú dôležité informácie potrebné na bezproblémové fungovanie oddelenia recepcie. Zamestnanci ich majú poznať nielen preto, aby vedeli čo obsahuje ich práca, aké majú povinnosti, ale aj kvôli informáciách, ktoré od nich vyžadujú hostia. Tak ako dom musí byť postavený na pevných základoch, aj oddelenie recepcie potrebuje štandard manuál.

### **Aké sú najčastejšie nedostatky v prevádzke recepcie, práci recepčných? Ako sú hodnotení recepční v recenziách a ako často sa ich recenzia týkajú?**

Nie všade pripisujú recepcii takú dôležitosť, akú má. Každý si myslí, že recepcia je nejaká vrátnica, ktorá podáva kľúče. Ak nefunguje dobre recepcia, následky to má na všetky oddelenia. Recepční sú hodnotení mzdou, ktorú dostali pri nástupe. Niektoré hotely majú pre motiváciu nastavený tzv. upselling, kde predajom služieb navyše si môže recepčný „privyrobiť“ k platu. Čo sa týka prepitného, hostia ho nezvyknú nechávať, aj keď sú so službami spokojní. V období pred pandemiou (ťažko povedať, ako to bude po znovuotvorení všetkých hotelov), keď skoro každý hosť bol „špecialista“ na gastronómiu a top špecialista na hotelierstvo, nastávali situácie, keď sa hostia v hoteloch vyhrážali zamestnancom zlými recenziami, len aby dostali niečo navyše. Manažéri často ustúpili, aby sa vyhli negatívnej recenzii, hoci hotel bol v práve. Zamestnanci boli z toho často frustrovaní. S recenziami je to tak, že aj keď máte desať pozitívnych, nemôžete prestať byť obozretný lebo či chcete, alebo nie, nevyhoviete každému hosťovi. To, čo je dobré pre mňa, nemusí vyhovovať inému. Čo sa týka hotelov, väčšina negatívnych recenzií sa týka gastro sektora. Niekedy je to však len nevedomosť hostí. Stredisko recepcie má najmenej negatívnych recenzií. Ak sú, tak väčšinou je to požiadavka na skorší check-in, ktorej nebolo možné pre vysokú obsadenosť hotela vyhovieť.

### **Ako v recepcii riešiť konflikty a sťažnosti?**

Konflikty sú bariérami v komunikácii. Pri nástupe recepčného do práce pri vstupnom zaškolení je veľmi dôležité určiť právomoci a definovať pracovné postupy. V štandardoch musí byť uvedené, čo má recepčný robiť, ak nastane krízová situácia (vypadne elektrina, netečie voda alebo akákoľvek situácia, keď sa hosť dostane mimo komfort a hotel mu neposkytne služby, ktoré si objednal), alebo napríklad ak už vopred vieme, že hosť si objednal double room a dostane

tween, alebo apartmán a dostane executive room. Tieto situácie musí personál recepcie vedieť riešiť, hoci ich priamo nespôsobil. Ak sa v prevádzke hotela momentálne nenachádza manažér alebo vedúci recepcie, recepčný musí mať kompetenciu situáciu riešiť. Recepční často riešia arogantných hostí a hostí pod vplyvom alkoholu. Alebo hostí, ktorí chcú sťažnosťami dosiahnuť zľavu. Tu je dôležitý tréning, aby za každých okolností vedeli ako postupovať.

### **Čo je na práci recepčného/recepčnej najťažšie, čo býva problém?**

Recepční musia mať vysoké pracovné nasadenie, všeobecný prehľad, byť flexibilní, diskretní, promptne reagovať na požiadavky hostí. Ak aj niečo nevedia, ukázať hosťovi, že to vedia zistiť, že urobia všetko čo bude v ich

on-line systémami, niekedy riadia aj oddelenie housekeepingu, niekde aj pomáhajú servírovať raňajky.

### **Je mzdové ohodnotenie recepčných adekvátne? Ako ich motivovať?**

Mzdové ohodnotenie nie je vysoké a má určitý limit. Dôležité je, aby manažér poznal svoj personál, aby vedel, kto má aké ambície, či zobral prácu v recepcii len dočasne a plánuje kariérne rásť. Väčšinou šikovní recepční sa posúvajú a postupujú v hierarchii hotela smerom hore. Ako som už uviedla predtým, vyššie ohodnotenie recepčných je možné dosiahnuť upsellingom. Motivovať je možné aj rôznymi benefitmi – napríklad formou výmenných voucherov s inými hotelmi rovnakej kategórie, kde recepční môžu porovnať nielen kvalitu služieb, ale aj prácu kolegov.

---

” PRÁCA V RECEPCII JE VHODNÝM ŠTARTOM, JE TO DOBRÁ ŠKOLA ŽIVOTA. “

---

silách. Ak sú neochotní, nevrli, môžu tak degradovať biznis majiteľa, ako aj prácu celého tímu. Predsa len, prvý dojem je prvý dojem.

### **Čím sa líši práca recepčnej menšieho rodinného hotela, stredne veľkého mestského hotela, či sieťového hotela?**

Recepčná vo veľkom sieťovom hoteli vykonáva väčšinou iba check-in a check-out, maximálne rezervácie v neprítomnosti pracovníka rezervačného oddelenia. Málokedy je v službe sama, takže vždy sa môže s niekým poradiť a v službe je zvyčajne aj „Manager on Duty“, ktorý vzniknutý problém vyrieši. V menšom hoteli musí byť recepčná multifunkčná, často je v recepcii sama, a tak si musí vedieť poradiť aj v náročných situáciách. V menších hoteloch a penziónoch, ako som už spomenula, býva táto funkcia kumulovaná. Recepční pracujú s rezerváciami, ponukami, rezerváčnými

### **Je na trhu práce dostatok pracovných síl čo sa týka obsadenia recepcii? Je o túto prácu záujem?**

Do pozícií recepčných sa hlásia študenti vysokých škôl, ktorí potrebujú zamestnanie. Tiež absolventi rôznych študijných odborov, ktorí sa nevedia zamestnať, a potrebujú začať niekde pracovať. Práca v recepcii je vhodným štartom. Je to dobrá škola života. Počas mojej praxe sa veľa študentov konfrontovalo s prácou v recepcii, a tak získali pracovné návyky a skúsenosti, čas na rozmyslenie kam sa chcú posunúť, či už v oblasti hotelierstva, alebo v iných oblastiach. Raz mi jedna manažérka ľudských zdrojov z medzinárodnej spoločnosti povedala, že vždy uvíta, keď sa na niektorú z pozícií hlásia záujemcovia, ktorí pracovali v hoteli, lebo títo kandidáti sú „použitelní“. Vedia byť flexibilní a nemajú problém poradiť si aj v neštandardných situáciách.



# DOVOLENÁ S PŘÍCHUTÍ BIZARNOSTI

PŘIPRAVILA Anna Salvová

*Hotely a restaurace můžete najít i na místech, kde byste je určitě nečekali. Některé z nich čerpají náměty z různých neobvyklých témat, na první pohled neslučitelných se světem hotelnictví. A přece, bizarní zážitky čekají na své objevitele ve všech částech světa. Přesvědčte se sami...*

## PTAČÍ HNÍZDA

Chcete-li se alespoň na chvíli vžít do „kůže“ opeřenců, pak zamiřte do Peru. V blízkosti města Cusco, v údolí Urubamba najdete obytné tobolky zavěšené na strmých skalnatých stěnách. Skylodge Adventure Suites sice nejsou hotelem v pravém slova smyslu, ale nabízejí vskutku neuvěřitelný a během noci téměř kosmický zážitek, a to ve výši 366 metrů. Kapsle mají stěny z průhledného polykarbonátu, takže velkorysým panoramatickým výhledům nic nestojí v cestě. Každá obytná „skořápka“ poskytuje čtyři postele, jídelní kout, osvětlení na solární energii, a dokonce skromnou koupelnu. Samozřejmě, takové ubytování není pro žádné padavky – musíte se k němu hezky šikovně vyšplhat.

FOTO Airbnb









### ✓ NASTUPE, PROSÍM!

Stravovat se zřejmě dá na všech možných místech. Ale večeřeli jste už v metru? Jedním z taháků londýnské gastronomické scény je také restaurace Supper Club Tube, která třikrát týdně servíruje jídla ve staré soupravě metra z roku 1967. Kdysi brázдила podzemní železnice modré linky Victoria Line. Připravte se však na to, že to nebude žádný staniční fast food, kromě přípitku vás čeká degustační menu o šesti chodech, sestavené z kulinařských specialit Latinské Ameriky.

FOTO [eatwith.com](http://eatwith.com)



### ↑ CHALOUPKA NA CHALOUPE

Co by se stalo, kdybyste typické holandské domy navrstvili na jednu kopy? Taková originální stavba skutečně existuje – najdete ji v Amsterdamu a slouží jako hotel. Tvoří ji téměř 70 naskládaných obydlí, od farmářských chalup, až po městské domy. Zatímco fasáda hotelu Inntel vzdává poctu historii místního stavitelství, interiéry jsou zařízeny moderně a nadčasově. Uvnitř se dokonce nachází wellness centrum s bazénem, tureckou parní lázní a saunou.

FOTO [inntelhotelsamsterdamzaandam.nl](http://inntelhotelsamsterdamzaandam.nl)



### ↑ ADRENALIN NA POČKÁNÍ

Má sice pouze tři apartmány, zato nabízí vskutku nevšední a zejména adrenalinový zážitek. Crane Hotel Faralda v nizozemském Amsterdamu je totiž zřízen v rekonstruovaném jeřábu, díky čemuž nabízí neopakovatelné výhledy na město. Atypická „stavba“ stojí v lodním přístavu plném kontejnerů s hipsterskými bary a restauracemi, který svým charakterem připomíná východní Berlín. Ve vstupní části hotelu nenajdete recepci ani lounge, od manažera rovnou dostanete instrukce, klíče a rozvrzaným stavebním výtahem vyjedete do svého originálního a komfortního apartmánu. Využít můžete vířivku na nejvyšším podlaží, nebo pokud se nebojíte, i bungee jumping.

FOTO [Diederik van der Laan / Dutch Photo Agency](http://Diederik van der Laan / Dutch Photo Agency)

## → NA PLNÝ PLYN

Pokud patříte k milovníkům automobilů, určitě byste si měli rezervovat alespoň jednu noc v prostorách V8 Hotel, který zřídili v německém Stuttgartu. Tématu čtyř kol se zde rozhodne nevyhnete, ať už budete v baru, lobby, restauraci nebo apartmá. Nábytek i zařízení hotelu reflektují všechny epochy vývoje automobilů i rozličné způsoby jejich využití. Najdete zde fotografie, ilustrace i originální kousky, od vintage vozidel, až po závodní auta. Postele jsou speciálně vytvořeny z karoserií historických i moderních vozů.

FOTO [Booking.com](#)



## ↓ V LETECKÉM STYLU

Pokud dopravní letadlo doslouží, může být použito na různé účely. Vedle letiště Arlanda ve švédském Stockholmu se jeden takový Boeing z roku 1976 rozhodli přestavět na originální zařízení s příznačným názvem Jumbo Stay. Přespat zde můžete v pokoji s vlastní koupelnou, levnějších hostelových prostorách či ve dvoulůžkových pokojích. Nejluxusnější bydlení zřídili v kapitánském kokpitu, ze kterého si můžete vychutnat panorama letiště s přistávajícími a odlétajícími stroji.

FOTO [Jumbo Stay](#)

## ↗ RANDE V HLUBINÁCH

Pokud se vám nelíbí ve výšinách, zkuste to opačně. Maledivský resort Hurawalhi zve hosty do největší podmořské restaurace na světě, situované více než pět metrů pod hladinou. I proto dostala název 5.8 The Undersea Restaurant. Jelikož klenby podniku jsou celé vytvořeny ze skla, můžete během obědu či večere pozorovat pozoruhodný podmořský svět nad svou hlavou. Jídelníček pětihvězdičkového podniku je fúzí evropské a asijské kuchyně, ale nabízí také veganské pokrmy.

FOTO [Hurawalhi.com](#)





### → ŽIRAFÁM VSTUP POVOLEN

Jedním z nejfotografovanějších a zároveň nejzvláštnějších hotelů současnosti je určitě Giraffe Manor v keňském Nairobi. Tento objekt si dal už v roce 1930 postavit Sir David Duncan – v dobách, kdy safari dobrodružství nalákala do Afriky první evropské turisty. Na hotelu by v podstatě nebylo nic zvláštního, kdyby se po jeho okolí volně nepohybovaly núbijské žirafy, takzvané Rothschildovy, které patří k ohroženým druhům. Uvádí se, že v současnosti jich žije na zemi jen několik stovek. Vznešená zvířata mají taky dovoleno nakouknout dovnitř, a tak není nic výjimečného, když se před vámi v okně skutečně objeví hlava zvědavé žirafy.

FOTO [rhinoafrica.com](http://rhinoafrica.com)



### ← A BYLA TMA...

Představit si život slepce zřejmě umí málokdo z nás. Londýnská restaurace Dans Le Noir vám takovou zkušenost zprostředkuje alespoň během večere. Vychutnat si ji totiž můžete v absolutní tmě a obsluhovat vás budou nevidomí číšníci. Kromě toho, že se můžete lépe vcítit do kůže slepců, zažijete úplně jiný pocit i ze samotných pokrmů, o kterých předem nic nevíte. Restaurace také nabízí specializované senzorické workshopy a objevila se i ve filmu About Time (Lásky čas). Nelze se proto divit, že Dans Le Noir si vydobyla místo v desíctce nejzajímavějších londýnských podniků.

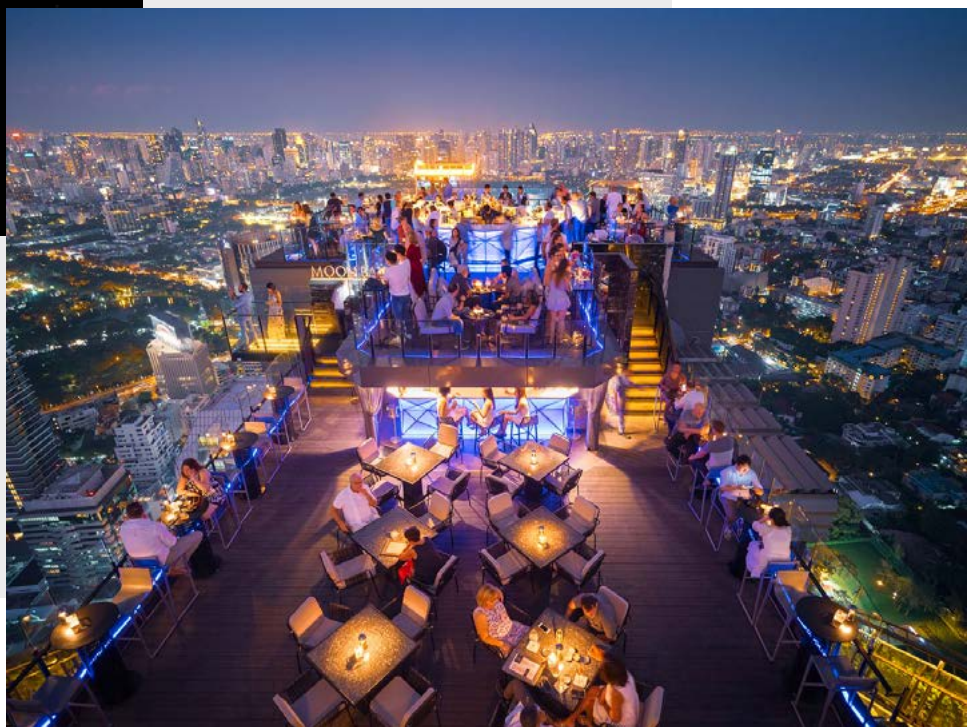
FOTO [Dans le noir](#)



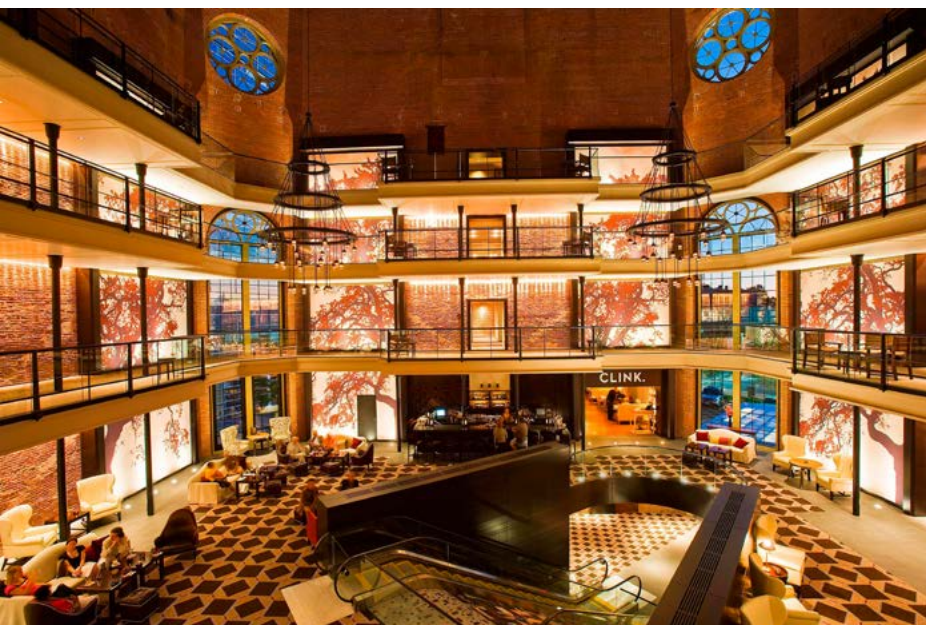
### → PŘÍCHUŤ ZÁVRATĚ

Pokud máte strach z výšek, z této restaurace se vám jistě zvedne žaludek. Nachází se až v 61. patře, na střeše luxusního výškového hotelu Banyan Tree v thajském Bangkoku. Terasa restaurace je tvarovaná jako loď, takže v určitých okamžicích vyvolává dojem, že plave volně ve vzduchu. Pokud se vám při vstupu na „palubu“ zatočí hlava, je to naprosto v pořádku. Když však překonáte první závrat, můžete se těšit na prvotřídní gastronomický zážitek.

FOTO [Tripadvisor.com](http://Tripadvisor.com)







## ← SVOBODA I VE VĚZENÍ

Na ulici Charles Street v Bostonu bylo kdysi vězení, dnes byste ho však hledali marně. Cely a tlusté zdi totiž vytvořily základ pro luxusní hotel Liberty, což v překladu znamená svoboda. Tento vězeňský objekt postavený v roce 1851 byl, vcelku překvapivě, mistrovským architektonickým dílem. O jeho výstavbu se zasloužili architekt Gridley James Fox Bryant, toho času jeden z nejuznávanějších tvůrců, a Louis Dwight, absolvent univerzity Yale a slavný vězeňský reformátor. Současný hotel se pyšní impozantním atriem s charakteristickými obloukovými okny, sahajícími do výšky tří podlaží.

FOTO **The Liberty Hotel**

## → V OBJETÍ LEDU A SNĚHU

Chcete si vyzkoušet spánek v arktické zimě? Není nic lehčího. Už před dvaceti lety otevřeli ve švédském městě Jukkasjärvi první ledový hotel na světě. Obnovovali ho každý listopad ze zmrzlé vody řeky Torne smíšené se sněhem, přičemž tento „stavební materiál“ nazvali „snice“. Tým, který stojí za neobvyklým projektem, se v roce 2017 rozhodl vybudovat první ledový hotel otevřený permanentně po celý rok. Icehotel 365 není pro žádné citlivky. Teplota v interiéru se pohybuje v rozmezí -5 °C až -7 °C, takže na pohodlné přenocování se hostům poskytují pořádně zateplené spací pytle.

FOTO **Asaf Kliger**/© ICEHOTEL [www.icehotel.com](http://www.icehotel.com)



## ← JÁMA JAKO SVĚT

Působí jako by velký vodopád v jednom okamžiku zamrzl a zformoval se do podoby ohromné, organicky tvarované stavby. Hotel InterContinental Shanghai Wonderland, který je nekonvenčně zabudovaný do stěn opuštěného lomu v čínském pohoří She Shan, ukazuje, kam až může zajít stavitelský um. Považují ho za první „podzemní“ pětihvězdičkový hotel na světě, i když by se mohl spíše označit za hlubinný. Sahá totiž do hloubky 90 metrů pod úroveň terénu – na okraji vyhloubené lomové jámy, která je napuštěna vodou. Architekti tento fakt využili a dvě nejnížší podlaží situovali pod hladinu.

FOTO **Vondom**



# HOTEL ESTREL BERLÍN

## WELLNESSOVÝ RÁJ V SRDCI HLAVNÍHO MĚSTA

TEXT Kaldewei FOTO Kaldewei/Schumann & Partner, Estrel Berlin

*Kaldewei dodal největšímu hotelu v Německu v rámci rozsáhlé rekonstrukce vysoce kvalitní koupelňová řešení.*



↑ Koupací vany Puro Duo, mimo jiné vybavené Kaldewei Sound Wave, umožňují načerpat novou energii z blahodárné koupele s účinky na všechny smysly.

← 4,5hvězdičkový hotel nabízí na celkové ploše 25 000 m<sup>2</sup> místo pro 1125 pokojů a apartmá, čtyři restaurace, tři bary, letní zahradu s vlastním přístavištěm a moderní wellnessovou a fitnessovou zónu.

↓ Díky odolnosti povrchu z ušlechtilé smaltované oceli nejsou ani po mnoha letech intenzivního používání a čištění vidět na koupelňových řešeních od Kaldewei sebemenší stopy po používání.

### KOUPELNY HOSTŮ: INDIVIDUÁLNÍ KOMFORT NA NEJVYŠŠÍ ÚROVNI

Hosté Estrelu se mohou těšit na extra ploché sprchové vaničky, umyvadla a koupací vany z udržitelné smaltované oceli Kaldewei, jež díky nejmodernějšímu doplňkovému vybavení slibují jedinečný relaxační zážitek. Pod osvěžující proud vody zvou ve více než 1000 koupelnách hotelu extra ploché sprchové vaničky Cayonoplan, Superplan a Superplan Plus. Hosté se kromě toho mohou ponořit do koupacích van Puro Duo, mimo jiné vybavených Kaldewei Skin Touch nebo Sound Wave, a načerpat tak novou energii z blahodárné koupele s účinky na všechny smysly. Zatímco wellnessový systém Skin Touch poskytuje přirozený efekt „živé vody“, nabízí koupelňový audiosystém Sound Wave požitek z oblíbené hudby zcela jiným způsobem: stačí se ponořit do vody a užít si zvukových vibrací – to vše v srdci Berlína. Wellnessový zážitek završuje v koupelnách elegantního a estetického designu ještě 500 ladících zápustných umyvadel Puro. Kaldewei tak jako vždy dokázal vyhovět vysokým nárokům hotelové branže, která vyžaduje estetická a udržitelná řešení s dlouhou životností.

### SMALTOVANÁ OCEL: PRO UDRŽITELNOST V KOUPELNĚ

Díky odolnosti povrchu z ušlechtilé smaltované oceli nejsou ani po mnoha letech intenzivního používání a čištění vidět na koupelňových řešeních od Kaldewei sebemenší stopy po používání. A když po dlouhé době používání doslouží, lze je 100 % recyklovat, takže dokonale vyhovují současnému trendu udržitelného plánování v hotelích.

[www.kaldewei.cz](http://www.kaldewei.cz)





FOTO pexels.com

*Tourism*



# POKLADY BODAMSKÉHO JEZERA



TEXT Pavla Apostolaki FOTO Pavla Apostolaki, Insel Mainau Peter Allgaier

*Mezi skvosty největšího německého jezera patří ostrovy Lindau, Mainau a Reichenau. Každý z nich je úplně jiný a spolu s Kostnicí tvoří atraktivní výletní cíle na jihu Německa.*









Mohutná socha bavorského Iva a třicet šest metrů vysoký maják vítá všechny lodě, které přijíždějí do Lindau.



Turisté v Lindau obdivují i nádherné hrazděné domy s malovanými fasádami.





Mainau, třetí největší ostrov Bodamského jezera, je květinovým rájem. Záslogou zdejšího klimatu se zde daří středomořským rostlinám a palmám.

Přesně na rozmezí čtyř zemí – Německa, Rakouska, Švýcarska, a Lichtenštejnska leží okouzující Lindau. Jeho tvar připomíná lipový list a byly to právě lípy, které daly tomuto ostrovu jméno. Malá rybářská osada z devátého století se postupně proměnila v prosperující město. Díky své poloze na hranicích s ostatními státy zde kvetl obchod, poštovní služby a cestování. Měšťané bohatli, stavěli si nádherné hrázdné domy s malovanými fasádami. Městu přál i bavorský král Maxmilián II., na jehož žádost byla u vjezdu do přístavu vybudována mohutná socha bavorského lva. Ten společně s třicet šest metrů vysokým majákem vítá všechny lodě, které přijíždějí do Lindau. Čas na ostrově plyne ve středomořském duchu. Turisté nikam nespěchají, užívají si pohodové posezení u kávy, u jídla nebo korzují městem, v němž v létě kvete na sto patnáct tisíc rostlin. V klidu si prohlížejí malebné uličky nebo zvedají hlavu, aby spatřili věže, domovní výzdoby a střešní zahrádky. Ti, kteří se rozhodnou pro delší procházku či vyjížďku na kole, míří za město, kde se na břehu jezera táhne šestikilometrová Bavorská prome-

náda. Cesta obklopená stromy skrývá třicet starobyklých šlechtických vil, a některé z nich (například Villa Alwind a Villa Lindenhof) jsou přístupné veřejnosti. Koupání v jezeře umožňují přírodní pláže a plovárny, přičemž ta nejkrásnější, secesní Parkstrandbad leží u hotelu Bad Schachen.

#### HRABĚCÍ PÝCHA

Mainau, třetí největší ostrov Bodamského jezera, je květinovým rájem. Záslogou zdejšího klimatu se zde daří středomořským rostlinám a palmám. Toho využil bádenský velkovévoda Fridrich I. a na svém letním sídle nechal v devatenáctém století vybudovat nádherné zahrady, aleje a arboreta. Unikátní zeleň přilákala první návštěvníky. Ti se nejprve museli nahlásit u dvorního zahradníka, který pak pokorně žádal velkovévodu o povolení ke vstupu. Po smrti Fridricha I. přešlo Mainau díky příbuzenským vztahům do rukou švédské královské rodiny. Správu převzal v roce 1932 princ Lennart Bernadotte, odstěhoval se do Německa a z ostrova udělal svůj domov. Inicioval obnovu zahrad a vytvořil květinový ostrov. Srdce Mainau reprezentují

## VODNÍ VÝLET

Turisté mohou Bavorskou riviéru poznat i z hlady „Švábského moře“. Stačí, když si pronajmou plachetnici, motorový, veslovací člun nebo šlapadlo. Riviéru také uvidí z velkých výletních lodí, které se z přístavu v Lindau vydávají na různé plavby. Mezi nejpůsobnější patří Panoramatická plavba tří zemí.

## SPÁNEK VE ŠKOLE

V Lindau se zachovala spousta nádherných, historických domů. V některých jsou umístěny restaurace, v jiných hotely. To je i případ hotelu Alte Schule, který sídlí v budově ze čtrnáctého století. Ve středověké stavbě kdysi existovala škola pro patricijské dcery z Lindau. Před pěti lety byla památka renovována a vznikl zde překrásný hotel s historickou atmosférou. Hosté tak ve svých pokojích naleznou poklady z minulých staletí, například kamenné sloupy s filigránskými kamennými fezbami či typický dřevěný trámový strop z Lindau.



historické budovy – zámek, kde bydlí rodina Bernadottova, kaple a věže.

Květinový rok začíná koncem března ve skleníku Palmenhau velkou přehlídkou orchidejí. Poté rozkvétá „jarní avenue“ s tisíci tulipány, narcisy, hyacinty, maceškami, pomněnkami a petrklíči. Od května do června se objevují květy dvě stě padesáti druhů rododendronů, azalek a růží. Ty hýří barvami jak v růžové zahradě (komplex s pergolami, sochami a fontánami), tak i po celém ostrově, kde roste přibližně třicet tisíc růžových keřů. V létě zkrášlí Mainau palmy, agáve, kaktusy, ibišky, fuchsie a mučenky, aby je na podzim vystřídaly citrusové plody a jiriny. Radost přináší od září do října na dvanáct tisíc dahlií dvě stě sedmdesáti odrůd. V zimě nahradí pestrou flóru oslava adventu a Vánoce se švédskými tradicemi a gastronomií. Soukromý ostrov šlechtické rodiny Bernadottů láká turisty i na Motýlí dům, v němž žije zhruba tisícovka tropických motýlů (sto dvacet různých druhů) z Afriky, Asie, Střední a Jižní Ameriky. V Schmetterlinghausu panuje devadesátiprocentní vlhkost a teploty se pohybují mezi 25

a 30 °C. Sedmdesát procent motýlů pochází přímo ze speciálních chovných farem v jejich zemi původu. Na ostrov Mainau přicházejí každý týden jako kukly. Dalších třicet procent se rozmnožuje přímo v Motýlím domě, kde lze pozorovat celý životní cyklus od vajíčka přes housenku, kuklu až po dospělého motýla.

#### OSTROV OKUREK A ROMÁNSKÝCH KOSTELŮ

Když sv. Pirmin založil v osmém století benediktinský klášter Augia Dives na Reichenau, netušil, že k němu přibudou kostely sv. Jiřího a sv. Petra a Pavla. Ty se společně s konventem staly významnými náboženskými a kulturními centry. Unikátní památky v románském stylu se zachovaly do současnosti a v roce 2000 byly zapsány na seznam UNESCO. Včetně bylinkové zahrady u Münsteru, která poskytovala první zahradní poradenství v Německu. Ve své didaktické básni ji opěvoval opat Walahfrid Strabo. Ve čtyři sta čtyřiceti čtyřech verších podrobně popsal dvacet čtyři léčivých, kulinářských bylin a okrasných rostlin, které u konventu pěstoval.

Možná i proto je Reichenau zeleninovou velmocí, ročně se zde například sklídí více než deset milionů okurek. Zelenina se pěstuje na polích a ve sklenících, které zabírají území více než dvaceti fotbalových hřišť. Turisté se tak na ostrově setkají s početnými stánky zeleniny a dalšími lokálními produkty včetně vína.

Vinice jsou soukromé a na většině z nich se od devátého století rodí odrůda Modrá burgunda (Pinot noir) a Müller Thurgau. Místní vinaři svoje produkty na ostrově propagují a prodávají je v novém obchodě s vínem, který vznikl v historickém prostoru u kostela Münster. Nicméně nejlepší je ochutnat Dionýsův mok přímo uprostřed vinic na nejvyšším vrchu ostrova, na Hochwartu. Odtud je krásný výhled na celou krajinu, na západní část Bodamského jezera, Kostnici a na Švýcarské Alpy.

#### NA VODĚ I NA SOUŠÍ

Přestože je Reichenau ostrovem, spojuje ho s Kostnicí silnice a dvanáct kilometrů dlouhá cyklistická stezka. Příznivci cykloturistiky si tedy mohou ve městě zamluvit kola

Srdce Mainau reprezentují historické budovy – zámek, kde bydlí rodina Bernadottova, kaple a věže.







→ Reichenau je zeleninovou velmocí, zelenina se pěstuje na polích a ve sklenících, které zabírají území více než dvaceti fotbalových hřišť. Turisté se tak na ostrově setkají s početnými stánky zeleniny a dalšími lokálními produkty včetně vína.

v půjčovně (Kultur-Rädle, Bahnhofplatz 29), dojet na Reichenau a projet ho celý na kole. Večer se vrátí zase stejnou cestou nebo se s bicykly nalodí v přístavu na loď a doplují do Kostnice.

#### KOREJCI MÍŘÍ ZA HUSEM

Pomyslnou korunu Bodamského jezera tvoří Kostnice, která je významně spjatá s českými dějinami díky Janu Husovi. Ve městě existuje několik míst připomínající středověkého reformátora. Hus dorazil do Kostnice v listopadu 1414, aby před koncilium obhájil své učení. Ubytoval se v domě U Červené konve (nezachoval se), ale za pár dní byl obviněn z kacířství a uvězněn v kobce dominikánského kláštera. Odtud byl několik měsíců před svou smrtí převezen na nedaleký biskupský hrad Gottlieben. Samotné zasedání koncilu se konalo v dvoupatrové budově tehdejší radnice. Budova, jež byla vystavěna na břehu jezera na stovkách dubových pilotů, dodnes existuje. Jednu polovinu zabírá výborná restaurace a v druhé se konají koncerty, výstavy, rauty či oslavy. Tuto část si může pronajmout každý, kdo má zájem o historicky lukrativní místo. V Konzilgebäude byl totiž zvolen papež a je jediným místem na světě, které si lze s touto výsadou pronajmout. Hus i přes nátlak své teze neodvolal a svůj rozsudek si vyslechl



← Pomyslnou korunu Bodamského jezera tvoří Kostnice, která je významně spjatá s českými dějinami díky Janu Husovi. Na fotografii Husův pamětní kámen a Husův dům.



v Münsteru (je otevřený pro veřejnost). V biskupské katedrále byl zbaven svěcení a vydán šestého července 1415 na smrt. Jeho poslední cesta pak vedla za hradby města, na hranici, na níž byl upálen.

Dnes toto místo leží uprostřed činžáku a událost připomíná velký ledovcový balvan, který byl vytažen z Bodamského jezera při stavbě železnice. Nejvíce tak v Kostnici českého kazatele připomíná Husův dům v Husově ulici, o němž se původně soudilo, že zde kněz bydlel. Nemovitost u brány Schnetztor zakoupilo v roce 1922 konsorcium českých bank a věnovalo ho československému státu. V současnosti expozici věnovanou rodákovi z Husince spravuje Společnost Husova muzea v Praze. Stálou výstavu ročně navštíví šestnáct a půl tisíc lidí. Nejvíce jich pochází z Německa, ze

Švýcarska, z Čech, ale jezdí také turisté z Jižní Koreje, Japonska a Jižní Afriky. I tam Husa znají. Samotná Kostnice pak bere Husa jako významnou historickou postavu a společně s krajanskými spolky a s delegacemi z Čech se každý rok podílí na vzpomínkové akci u pamětního kamene.

#### ŠVÁBSKÁ KUCHYŇĚ

Při poznávání ostrovů Bodamského jezera a Kostnice dělá turistům doprovod vynikající švábská kuchyně. Historický kraj Švábsko (dnes území Bádensko-Württemberska a západní části Bavorska) si po staletí udržuje svoji specifickou kuchyni. Dominuje v ní maso, uzeniny, zelí, a pokrmy z bramborového či vaječného nudlového těsta. Suverénně první místo zaujímají Spätzle a plněné nudlové taštičky Maultaschen. Gurmáni najdou znamenité typické švábské jídlo v restauraci Konzil Konstanz (v budově konzilu) a v Brauhaus Joh. Albrecht v Kostnici a ve Wirtshaus zum Sünzen v Lindau.







# VÁŠEŇ, DOBRODRUŽSTVO, ZDRAVIE

TEXT Eleonóra Bujačková FOTO Lucia Okoličányová, unsplash.com

*Bolí vás chrbát? Keď idete po schodoch, cítite kĺby a nestíhate s dychom?  
Máte nadváhu? Nebodaj reumu? Máte v rodine predispozíciu na  
cukrovku? Cítite sa vyhorení a nevládzete „žiť“? Možno vám chýba pohyb  
a pobyt v prírode.*



**AKÉ PALICE ZVOĽIŤ**

Palice sú neodmysliteľnou súčasťou nordic walkingu, preto by sme nemali používať klasické trekové, ale zaobstarať si špeciálne chodecké s patentovaným systémom úchopu. Pri výbere vhodných palíc je dôležité dbať na ich dĺžku, aby sme pri chôdzi mali predlaktia v pravom uhle (max. 1 – 2 cm) k paži. Palice majú mať:

- » nastaviteľnú výšku (teleskopické palice sú vhodné pre začiatočníkov, tí pokročilejší ich môžu vymeniť za stabilné);
- » špeciálne držadlo – „rukavičku“;
- » vymeniteľné nástavce na rôzny typ terénu;
- » prispôsobenie pre pravú a ľavú ruku.



Civilizačných ochorení pribúda, hrozia nám choroby, o ktorých sme kedysi ani nechyrovali. Zaručeným pomocníkom, a aj liekom, je často pohyb. Ak sa mu venujeme v prírode a v každom ročnom období, tak si vďaka nemu budujeme zdravie a psychickú pohodu. Dnes je stále viac tých, ktorí za jednu z najlepších metód považujú nordic walking. Zdôrazňujú, že im zmenil život. ... som spokojná a vyrovnaná, mám skvelú kondičku... užívam si relax v prírode... neviem, čo je to nádcha či bolesť v kolenách... To je iba časť z výhod, ktoré preferujú všetci, ktorí sa tejto metóde venujú.

#### ZMENA PRIORÍT

Nordic walking nie je iba šport, je to životný štýl, podpora sebavedomia. Mení pohľad na život, priority. „Je to čosi úžasné, ten pocit by som dožičila všetkým. Je to tak veľa pozitívnej energie, že sa nestačím čudovať,“ vyslovila svoje pocity Irenka, ktorá chodeniu s paličkami prišla na chuť pred dvoma rokmi. Začína sa to rovnako; frustrácia zo zamestnania, zlé medziľudské vzťahy, chýbajúca podpora, stále väčšia únava, chuť čosi zmeniť, ale nevedieť ako. A naraz je tu okamih, keď je nevyhnutné z tohto večného kolobehu vystúpiť. Všetci vieme, že príroda má pre naše zdravie podstatný význam. Hľadáme v nej stratenú energiu, pohodu, relax. A vtedy mnohí objavia aj čaro nordic walkingu. Obujú si kvalitné tenisky, zoberú správne paličky a vyberú sa ťukať s nimi do prírody. Nie je to tak dávno, čo „čudní“ ľudia, ktorí rýchlo kráčali po lesnej cestičke a za sebou tak zvláštne ťahajú paličky, vystretí ako podľa pravítka, vyvolávali otázky. Dnes už vieme, že sú to vyznávači nordic walkingu, alebo ak chcete, chôdze s paličkami, či severskej chôdze. A rýchlo pribúdajú noví a noví záujemcovia, ktorí objavujú výhody tejto aktivity.

Všeobecne sa športu venuje čoraz viac ľudí, pretože si začíname uvedomovať, že pohyb je základ. Nordic walking zažíva vo svete obrovský boom, čo sa odzrkadľuje aj u nás. O jeho pozitívnych účinkoch informujú lekári, ktorí svojim pacientom neraz odporúčajú práve túto metódu na zmiernenie ich zdravotných problémov. Nordic walking je všeobecne po-

važovaný za ideálnu pohybovú aktivitu aj pre seniorov, celkom určite je ideálny pre niekoho, kto sedí celý deň pri počítači, trávi veľa času v uzavretých priestoroch alebo napríklad väčšinu času strávi za volantom v automobile alebo inom dopravnom prostriedku. Možno hlavným plusovým bodom je, že okrem palíc už nič ďalšie nepotrebujete. A vyraziť môžete v akomkoľvek ročnom období.

#### EFEKT AJ V PANDÉMII

Nordic walking je ideálnym „liekom“ pre telo i dušu. Dokonca aj v tomto neľahkom období keď musíme zvládať koronakrízu, môže byť prostriedkom, ako to zvládať. Práve vonkajšie prostredie je ideálne na to, aby ste si „vyvetrali“ hlavu a zároveň urobili čosi pre svoje zdravie. Pri nordic walkingu človek zapája viac ako 90 percent svalov v tele. Praktizovať sa dá v každom ročnom období, no práve teraz je jednou z ideálnych alternatív pohybu. Je to totiž aktivita, ktorú môžete robiť aj vzdialení od ľudí. Pohyb vonku je popri fyzických benefitoch jedným zo spôsobov psychohygieny a pomáha k zlepšovaniu mentálneho stavu. Táto pohybová aktivita má mnohé modifikácie, napríklad aqua nordic walking, zimný nordic walking, plážový nordic walking, aerobik nordic walking, nordic running, teda beh s palicami.

Nordic walking dokážu inštruktori prispôsobiť na mieru každému, od pacientov, ktorí potrebujú kompenzačné cvičenie, až po vrcholových športovcov. Blahodarne pôsobí na pohybový aparát, kardiovaskulárny systém a človek pri ňom odbúrava tuk. Zapájanie ľavej aj pravej mozgovej hemisféry pozitívne pôsobí pri prevencii neurologických ochorení. Nordic walking pomáha aj deťom s poruchami učenia, pozitívny účinok má napríklad na pacientov s leukémiou, so sklerózou multiplex, Alzheimerovou chorobou, onkologickými ochoreniami či mozgovou obrnou.

Neváhajte, vyskúšajte. Lebo nordic walking je bežná chôdza so špeciálnymi palicami, z ktorej majú radosť všetky vekové skupiny. Môžete začať v ktoromkoľvek veku a s celkom minimálnou investíciou do potrebného príslušenstva.



#### ČO JE NORDIC WALKING:

- » chôdza so špeciálnymi chodeckými palicami, realizovaná správnou technikou;
- » bezpečná, jednoduchá, efektívna a zábavná cesta ku zdokonaleniu kondície bez ohľadu na vek, pohlavie alebo telesnú zdatnosť;
- » pre každého kto sa chce hýbať na čerstvom vzduchu počas celého roka (aj pre ľudí vyššieho veku aj so zdravotným obmedzením);
- » aktivita pozitívne ovplyvňujúca psychiku – uvoľňuje psychické napätie, napomáha k lepšiemu zvládnutiu stresu a odpútava od starostí každodenného života;
- » aktivita, ktorá prináša veľa zdravotných benefitov.

#### CHÔDZA A FAKTY:

- » pravidelná chôdza, bez ohľadu na jej intenzitu, je pre budovanie kondičky vhodnejšia než návšteva fitness centra jeden - dvakrát do týždňa;
- » pred chôdzou je dobré rozcvičiť sa niekoľko minútovým strečingom;
- » aby pri chôdzi netrpela vaša chrbtica, došliapnite na pätu a vzápätí ťažisko prenášajte smerom k špičke. Kráčajte vzpriamene, dýchajte zhlboka a pravidelne;
- » výdaj energie pri chôdzi závisí od množstva prijatého kyslíka. Rýchlejšia chôdza = vyšší energetický výdaj.





## ZAČNIME VIAC CHODIŤ

*Odporúča oceňovaná inštruktorka, zakladateľka, a dnes prezidentka Slovenskej asociácie nordic walking na Slovensku, Lucia Okoličányová (na fotografii). Slovenskú asociáciu, z ktorej si berú príklad aj okolité štáty, založila v roku 2013 a odvtedy sa jej podarilo vybudovať po celom Slovensku dokonalú sieť akreditovaných inštruktorov.*

### **Nie je nordic walking iba módnou vlnou? Prečo by sme ho mali preferovať?**

Nordic walking vznikol na začiatku 20. storočia vo Fínsku, ako letná tréningová príprava bežeckých lyžiarov. Odvtedy, samozrejme, prešiel vývojom až do dnešnej podoby, moderného nordic walkingu. Pri správnej technike získavame viacero zdra-

votných benefitov. Nemýľme si to však s obyčajnou chôdzou s turistickými paličkami. Základom sú palice so špeciálnym pútkom a správny – zdravý, aktívny postoj, v ktorom kráčame. Pri nordic walking riešime ako sú umiestnené chodidlá, kolena, panva, brucho, ramená, hlava. Pohyb rúk vychádza z ramena a nie z lakťa (ako si to mnohí zamieňajú s trekkingom – turistikou). Rozsah pohybu rúk je viac za chrbtom ako pred (aby nám horná polovica tela rotovala a zapájali sme vnútorné svaly). Prsty rúk vpredu zatvárame a vzadu otvárame (aby sme si prečistili lymfatický systém). Je toho však oveľa viac. K nordic walkerovi so správnou technikou sa dopracujete za rok a pol. Keď sa naučíme správnu techniku, získame veľké množstvo zdravotných benefitov.

### **TECHNIKA CHÔDZE:**

- » telo je v miernom predklone;
- » pohľad smeruje k horizontu;
- » ramená tlačíme dolu a počas pohybu sa hojdajú spredu dozadu;
- » pohyb ruky sa začína za telom pri odraze, keď je lakeť prepnutý. Presne vtedy sa otvára dlaň a palička drží vďaka nasadenej rukavičke;
- » po odraze zohneme ruku do pravého uhla a pokračujeme smerom dopredu až dotedy, keď sa ruka zaprie o paličku;
- » palice sú po celý čas šikmo vzad ťahané za telom približne v uhle 60 stupňov.

### **Pre koho je vhodný?**

Vhodný je pre každého od 4 – 5 rokov, nezávisle od pohlavia, kondičky, ochorenia či ročného obdobia. Máme rôzne cvičenia na spevnenie tela a na balans a tiež mnohé modifikácie, akými sú zimný nordic walking, nordic walking vo vode, aerobik s paličkami, atď.

### **Čo je najväčším benefitom tejto pohybovej aktivity?**

Zdravotných benefitov, ktoré sa dajú získať pri zdravej, aktívnej chôdzi je obrovské množstvo. Ale treba dôsledne dodržať techniku! Pri aktívnej chôdzi s paličkami zapájame vyše 90 percent svalov tela. Blahodarne pôsobíme na pohybový aparát a aj pri pooperačných stavoch. Rozhýbeme celé telo. Kráčame v aeróbných tepoch, spalujeme tuk. Preventívne pôsobíme na kardiovaskulárny systém a choroby s ním spojenými. Zapájame ľavú aj pravú mozgovú hemisféru, čo pozitívne pôsobí pri prevencii neurologických ochorení a aj porúch učenia u detí. Naštartujeme lymfatický systém, pomáhame pri chorobách dýchacích ciest, reumatologických ochoreniach, alergiách, zlepšujeme imunitu. Hýbeme sa vonku v prírode, čím blahodarne pôsobíme na psychiku.

### **Potrebuje záujemca nejaký „tréning“?**

Odporúčame aspoň 6 – 7 hodín s inštruktorom / inštruktorkou. Pretože naučiť sa chodiť aktívne a zdravo je náročné. Paličky nám pomáhajú udržať si pri chôdzi aktívny postoj a získať zdravotné benefity.

# OMLADZUJÚCA STAROSTLIVOSŤ SO SPIRULINOU



## Profesionálne ošetrovanie

Súčasťou profesionálneho ošetrovania je masáž tváre inšpirovaná tvárovou jogou, ktorá viditeľne vyhladzuje vrásky a poskytuje relaxáciu!

Pocítite všetky výhody Spiruliny posilnenej pomocou prírodných výťažkov, väčšinou pochádzajúcich z morských živočíchov (ekosystém), aby ste na svojej pleti dosiahli tie najlepšie výsledky a viditeľné omladenie!

[www.bcparis.sk](http://www.bcparis.sk)

B E R N A R D  
**CASSIERE**  
P A R I S

## VÝSLEDKY NA PLETI

Pevnosť pokožky = + 14% \*

Tón pleti = + 24% \*



PRED



**PO 3 OŠETRENIACH** > Vylepšený vyhladzovací efekt o +21% \*\* 24 hodín po 3. ošetrení



PRED



**PO 3 OŠETRENIACH** > Počet vrások vylepšený o -18% \*\* 24 hodín po 3. ošetrení



\* Instrumentálne meranie na 11 modeloch, ktorí absolvovali 3 ošetrenia (1 ošetrenie týždenne). Výsledky získané vďaka kutometru, 24 hodín po 3. ošetrení.  
\*\* Instrumentálne meranie na 11 modeloch, ktorí absolvovali 3 ošetrenia (1 ošetrenie týždenne). Výsledky získané vďaka visioscanu 24 hodín po 3. ošetrení.



# HOSPICE, „BOŽÍ DOMY“ MEZI HORSKÝMI ŠTÍTY

TEXT Pavla Apostolaki FOTO Pavla Apostolaki, Termální lázně Brigerbad

*Švýcarsko je země průsmyků, v nichž ubytování poutníkům přecházejícím přes hory poskytly hospice. Tato stará tradice pohostinnosti se udržela dodnes i na dvou alpských přechodech ve francouzském kantonu Valais.*









## PŘES HRANICE NA BĚŽKÁCH

Součástí hospice je také barokní kostel, veřejnosti přístupný poklad (dary vděčných osob za záchranu života), muzeum a venkovní kotce bernardýnů. Cesta přes průsmyk je otevřena pouze čtyři a půl měsíce, od června do října. Po zbytek roku sye dá projít pouze na běžkách či na sněžnicích.

Ve výšce 2469 metrů nad mořem spojuje Velký Svatobernardský průsmyk západní Švýcarsko (Martigny) s Itálií (údolí Aosta). Důležitý alpský přechod od dob Římské říše, dostal své jméno podle sv. Bernarda z Aosty, který zde v roce 1050 založil hospic. Tento prostý, kamenný komplex uprostřed pustin byl jedním z prvních, který poskytoval ubytování a záchranu v horách. Od počátku jeho vzniku jej spravovala komunita kanovníků Velkého sv. Bernarda. Cesta přes průsmyk rozhodně nebyla jednoduchá, navíc ji často komplikovalo rychle se měnící počasí a v zimě hluboký sníh se silným mrazem. Hranici mezi Švýcarskem a Itálií bylo až do dvacátého století možné přejít pouze pěšky, na koni nebo na mule. Proto mnoho lidí uvázlo v horách či v lavinách. Na pomoc se jim pak vydávali bernardýni.

Plemeno, které kanovníci získali křížením horských a pasteveckých psů, bylo dostatečně silné pro chůzi v hlubokém sněhu a mělo schopnost nacházet ztracené lidi. Bernardýni byli pro laviny trénováni do roku 1977, pak je při záchranných akcích nahradila lehčí psi plemena a helikoptéry. Před šestnácti lety převzal psy od kanovníků Barryland, nadace pro chov a využití švýcarských bernardýnů. Chovatelská stanice se nachází čtyřicet kilometrů od průsmyku v městečku Martigny, kde bernardýni každou zimu přezimují. Na léto se pak stěhují zpátky do hor, do venkovních kotců. O psy pečují v průsmyku ošetřovatelé, kteří kromě krmení a venčení rozvíjejí mentální schopnosti bernardýnů pomocí her. Turisté si také mohou pa-

desáti až devadesátikilového pořízka „pronajmout“ a vypravit se s ním společně s ošetřovatelem na vycházku do hor.

### SVATOBERNARDESKÉ POSLÁNÍ

Dnes hospic, který stále spravují kanovníci, zabírají dvě budovy z let 1560 a 1898. Jedna část patří věřícím poutníkům (tomu odpovídá i výzdoba, například kříže na zdech a program se mší), druhá běžným turistům. Ubytování je prosté (pokojík obložený dřevem se sociálním zařízením), avšak útulné. Ráno je k dispozici snídaně formou bufetu a během dne až do večera funguje malá restaurace v hospici. K večeri na menu bývají jen tři jídla (polévka nebo salát, hlavní jídlo a dezert), ale strava je velmi chutná. Navíc má restaurace k dispozici i vynikající víno z Valais. Hospic má patnáct zaměstnanců různých národností. K nim se pak každé léto připojují dobrovolníci, kteří si na měsíc přicházejí užít „jiný život“ v horách. Všechny zisky zůstávají hospici, který z nich financuje veškeré náklady. Přespáním tedy hosté zařízení podpoří a umožní mu pokračovat v jeho několik století dlouhé misi.

### PO STOPÁCH KUPCŮ

Způsob, jak překonat Simplonský průsmyk, hledali již staří Římané, obchodníci a vojáci. Spojnici mezi Švýcarskem a Itálií přecházeli po pašeráckých či kupeckých stezkách. Jednu z nich vybudoval v sedmáctém století podnikavý obchodník Kaspar





↗ Hospice poskytovaly poutníkům přecházejícím Alpy útočiště před špatným počasím, nocleh a stravu (minimálně chleba, víno a vodu). Měly za povinnost příchozí ubytovat, přičemž se nesměly ptát, za jakým účelem dotýčný cestu váží.







← Trasa Simplonský průsmyk – Alter Spittel – Engloch – Egga končí v malebné vesničce Simplon Dorf, která skýtá příjemné gastronomické překvapení.

↓ V Brigu se nachází největší barokní rezidence ve Švýcarsku, zámek Stockalper



↑ Turisté si mohou pedesáti až devadesátikilového bernardýna „pronajmout“ a vypravit se s ním společně s ošetřovatelem na vycházku do hor.



← Lázně v Brigerbadu poskytují také aktivní odpočinek. Plavání ve sportovním bazénu, výšlap desítek schodů na sto osmdesát dva metrů dlouhý tobogan nebo bazén s vodním parkúrem. Na jeho hladině jsou za sebou umístěny gumové, nafukovací překážky, které účastníci musí zdat.

Stockalper, který dovážel zboží z jihu Evropy. Švýčari tuto historickou trasu obnovili a dnes se lze pěšky vydat po Via Stockalper v rámci tří až čtyřdenních etap přes Simplonský průsmyk až do Gonda k italským hranicím. Trasa začíná v Brigu, v městě působivé historické architektury, k níž náleží i největší barokní rezidence ve Švýcarsku, zámek Stockalper. Poté stoupá kolem soutěsky Saltina, opuštěného údolí Taverntal s volně pasoucími se koňmi a kravami až do Simplonského průsmyku. Tomu vévodí ve výšce 2005 metrů nad mořem osmimetrový kamenný orel. Památník postavila během druhé světové války jedenáctá horská brigáda švýcarské armády strážící toto strategické místo.

Pozornosti však neunikne ani hospic vybudovaný na příkaz Napoleona I. Bonaparta v devatenáctém století. Původní ubytovací zařízení vybudované Kasparem Stockalperem bylo totiž ve špatném stavu a přestalo sloužit svému účelu. Proto nechal francouzský vojevodce postavit třípodlažní budovu, jejíž provoz dostali na starost kanovníci sv. Augustina. Její funkce i se správou řeholního společenství zůstala do současnosti zachována a v hospici najdou ubytování všichni zájemci (i ateisté). Modernizované zařízení je otevřeno po celý rok a najednou pojme až sto třicet hostů. Hospic nemá statut hotelu, funguje jako tichý „boží dům“ v horách, kde se lidé mohou zklidnit, odpoutat od stresu či načerpat novou energii. Věřící zde najdou také duchovní útěchu. K tomu jim slouží modlitba nebo mše v kostele. Druhý úsek trasy (Simplonský průsmyk – Alter Spittel – Engiloch – Egga – Simplon Dorf) pak prochází modřínovými lesy kolem samot na alpských pastvinách a typických walliských domů s břidlicovými střechami.

Samotný cíl etapy, malebná vesnička Simplon Dorf, skýtá příjemné gastronomické překvapení. Poutníci zde mají možnost ochutnat typické valaiské produkty. Proslulý žitný chleba, který vydrží čerstvý několik dní, sýr raclette a vynikající víno. Kanton na jihozápadě Švýcarska je totiž proslulý svými vinicemi a zdejší produkty patří k evropské špičce. Bohužel se však díky tomu, že Švýcarsko není součástí Evropské unie, vyvážejí do ostatních států velmi málo. Většinu jiskřivého moku tak převážně zkonsumují domácí. Poslední den putování (Simplon Dorf – Gabi – Alte Kaserne – pevnost Gondo – Gondo) zavádí turisty

do soutěsky Gondo. Cesta se svažuje dolů a vede přes historické mosty a dopravní cesty. Včetně těch, které na rozkaz Napoleona I. Bonaparta vybuďoval inženýr Nicolas Céard pro přesun francouzské armády i s jejími děly. Ostatně vývoj dopravy v Simplonu je hodně zajímavou kapitolou švýcarských dějin, kterou právě přibližuje výstava v Alte Kaserne. Muzeum je už nedaleko italských hranic, kde Via Stockalper končí. Z vesnice Gondo se vrací poutníci poštovním autobusem a míří zpátky do Brigu.

#### KOUPÁNÍ POD ALPAMI

Po horské túře přijde vhod příjemná relaxace v Brigerbadu. Malá vesnička vzdálená necelých patnáct minut od Brigu (ze zastávky u železničního nádraží sem zajíždí autobus číslo 511, směr Saas-Fee) je rájem všech milovníků wellnessu. Brigerbad s vodní plochou dva tisíce šest set metrů čtverečních patří k největším venkovním termálním lázním v Alpách. Návštěvníci zde odpočívají v teplé léčivé vodě a zároveň pozorují impozantní panorama Bernských Alp. V padesátých letech minulého století koupil Hans Kalbermatten místní pozemky, včetně termálního pramene a společně se svojí manželkou Cécilií zde vybuďoval unikátní areál. Ten se skládá z dvanácti vnitřních a vnějších bazénů lišících se od sebe velikostí, teplotou (od 29 do 37 °C) a masážními tryskami. Venkovní vodní plochy jsou zasazené v kvetoucích zahradách a na sluncem zalitých kamenných terasách. Bazény pak doplňují dvě jeskyně. První je naplněná vodou horkou až čtyřicet dva stupňů Celsia a v druhé prýští chladný pramen ze skal. Samotná termální voda lehce proniká pokožkou a díky své teplotě rozšiřuje cévy. Tím zlepšuje prokrvení tkání a aktivuje kardiovaskulární systém. Chemické složení termální vody s vysokým obsahem lithia pak léčí degenerativní choroby pohybového aparátu (například artrózu, revmatismus) a neurologická onemocnění. Nicméně v rámci prevence či regenerace po sportovních aktivitách prospěje každému člověku. Vlhké a teplé klima v jeskyni zase umožňuje lepší dýchání lidem s chronickou bronchitidou a astmatem. Kromě blahodárných účinků termální vody se o revitalizaci těla postará i Kneippův chodník, tři druhy saun (finská, bio, solná) a parních lázní s cukrovým či solným peelingem.

## KUFR VEZOU POŠŤÁCI

Turistická kancelář v Brigu zajišťuje pro poutníky jdoucí po Via Stockalper perfektní servis v podobě ubytování, stravy, obědových balíčků či přepravy zavazadel mezi jednotlivými ubytovacími zařízeními. Ta je v zemi helvétského kříže perfektně zabezpečena prostřednictvím poštovních autobusů. Ráno turisté odevzdají kufr na recepci a po příjezdu jej najdou uschovaný v dalším hotelu, kde složí hlavu. Přes den tedy putují jen s malým batohem.

## JEDNA JÍZDENKA, STOVKY MOŽNOSTÍ

Velmi rychlé a pohodlné spojení mezi Českou republikou a Švýcarskem poskytuje Swiss International Air Lines (let z Prahy do Curychu trvá zhruba osmdesát minut). Pro Slovenskou republiku je nejlepší spojení z Vídně stejnou leteckou společností. Letiště v Curychu je pak přímo napojeno na železniční terminál, kde vlaky do Martigny (s přestupem) či do Brigu jezdí několikrát za hodinu. V případě Martigny je však rychlejší letět přímo do Laussane a odtud pak pokračovat vlakem. Z Martigny pak vede spojení po železnici do Orsières, odkud jede autobus do Velkého Svatobernardského průsmyku. Švýcarský dopravní systém umožňuje cestovat po celé konfederaci s jedinou jízdenkou. Prostřednictvím Swiss Travel Pass turisté získají jeden lístek platný na všechny vlaky, autobusy, lodě, městskou hromadnou dopravu v devadesáti švýcarských městech, padesátiprocentní slevu na většinu horských železnic a lanovek a volný vstup do pětistovky muzeí. Platnost jízdenky je na tři, čtyři, osm nebo na patnáct po sobě jdoucích dnů. Swiss Travel Pass lze zakoupit na internetu, na švýcarských nádražích, letištích a také v turistických kancelářích ve velkých městech.



# ZA KOŇSKOU TURISTIKOU NA PARDUBICKO

TEXT Pavla Apostolaki FOTO Pavla Apostolaki, Archiv Národního hřebčína  
v Kladrubech nad Labem, Destinační společnost Východní Čechy

*Žádná jiná oblast České republiky se nemůže pyšnit tak dlouhou a bohatou koňskou tradicí jako Pardubicko. Koně se v tomto kraji chovají skoro pět set let a šíří českou slávu po celém světě. Tuto bohatou historii můžete poznat nejen z koňského hřbetu, ale i na kole a pěšky.*









Součástí koňských stezek jsou také památky spojené s chovem koní, kam mohou zavítat i ti, kteří na ušlechtilých zvířatech nejezdí. Jednou z nich je Národní hřebčín v Kladrubech nad Labem.



Jste-li milovníci koní, bude pro vás Pardubický kraj tím pravým rájem. Křížuje jej šest set kilometrů jezdeckých turistických stezek, včetně těch hlavních páteřních. Severojižní vede z Vídně, přes Vysočinu, východní Čechy do Podkrkonoší. V budoucnu by se měla spojit s Baltickým mořem. Východozápadní stezka spojuje střední, východní Čechy, Orlické hory a severní Moravu. Třetí trasa pak míří ze Železných hor na jižní Moravu. Atraktivní jsou také regionální trasy v okolí Pardubic a Chrudimi. Linou se například kolem Sečské a Křižanovické přehrady, hradu Lichnice a hřebčína ve Slatiňanech. Jediněčná je pak stezka „Napříč Pardubicemi“, která vede z Jezbořic do Dražkova a kolem Labe prochází centrem Pardubic. Turisté v rajkách mají tedy bohatý výběr a v sedlech mohou absolvovat krátké výlety, dlouhé trasy i několikadenní putování.

Koňská turistika na Pardubicku nabývá čím dál víc na popularitě, proto je otázka ochrany přírody a bezpečnosti turistů velmi důležitá. Jezdecké stezky mají zvláštní značení (bílý čtverec s modrým, červeným nebo žlutým kruhem uprostřed) a jsou vždy navrženy tak, aby co nejméně zasáhly do cest pro pěší a cyklisty. Zázemí na nich zajišťuje zhruba padesátka koňských stanic, které jsou od sebe vzdáleny pětadvacet až třicet kilometrů. Poskytují ustájení, pronájem, přepravu koní, ubytování, průvodce po stezce či další doprovodné služby (například výuku jízdy či pobytové jezdecké tábory). Během výletu vede skupinu účastníků (maximálně deset lidí) vedoucí s mobilním telefonem. Na výchozí stanici dostane itinerář trasy a aktuální informace o průjezdnosti cesty. Zároveň také proško-

lí jezdce a sdělí jim, že nesmí putovat mimo stezku, jezdit tryskem a skákat překážky (ty mohou jen překročit nebo obejít).

#### CÍSAŘSKÉ PRIVILEGIUM

Součástí koňských stezek jsou také památky spojené s chovem koní, kam mohou zavítat i ti, kteří na ušlechtilých zvířatech nejezdí. Jednou z nich je Národní hřebčín v Kladrubech nad Labem. V lokalitě vzdálené pětadvacet kilometrů od Pardubic chováli koně již Pernštejnové. Pak ale císař Rudolf II. povýšil v roce 1579 koňskou oboru na císařský dvorní hřebčín, a tím předurčil jeho slavnou budoucnost. Základem chovu se staly domácí klisny zkrížené s dovezenými starošpanělskými a staroitalskými hřebci. Vzniklo tak starokladrubské plemeno, které bylo jako jediné speciálně vyšlechtěné





revných variantách (v Kladrubech jsou ustájeni bělouši, ve Slatiňanech vraníci).

Od počátku svého vzniku funguje hřebčín jako osobitě městečko, kde si kromě stájí s jízdnou, mohou turisté prohlédnout zámek, kočárovnu, postrojovnu, muzeum, kostel a hřbitov. Na něm spočívají někteří ředitelé a zaměstnanci hřebčína, jejichž náhrobky zdobí položené podkovy nebo vytesané reliéfy koňských hlav. Za vidění rovněž stojí krajina kolem hřebčína, jež byla v roce 2019 zapsána na Seznam světového dědictví UNESCO. Kráší ji louky, aleje, pastviny, remízy, živé ploty, zbytky lužního lesa a slepá ramena Labe. Rozloha se shoduje s původní koňskou oborou, kde dříve lidé polodivokým způsobem chovali koně. Okolí hřebčína je tedy jako celek formováno chovem vysokých, mohutných zvířat přes pět set let, což činí světový unikát.



k ceremoniím na císařských a královských dvorech. Kladrubský hřebčín tak tři sta třicet devět let zajišťoval koně s majestátním vzhledem pro císařský dvůr v Praze a ve Vídni. Po zrodu samostatného Československa v roce 1918 však chov skoro zanikl. Spousta lidí vnímala koně jako přežitek doby a symbol Habsburků. K záchraně plemene a hřebčína kromě chovatelů přispěl také prezident Masaryk. I přes negativní postoj veřejnosti jezdil v kočáře taženém starokladrubáky a jízdu začlenil do ceremoniálu přijímání velvyslanců v Lánech. Nakonec se po velkých nesnázích podařilo v Kladrubech kmenové stádo udržet. Dnes je jeden z nejstarších hřebčínů na světě příspěvkovou organizací. Od ministerstva zemědělství dostává roční příspěvek, přičemž na provoz si ještě přivydělává prodejem svých koní ve dvou ba-



Zámek Slatiňany





V hřebčíně v Slatiňanech chovají vraníky.

## KOŇSKÉ KRÁLOVSTVÍ

Celý areál hřebčína v Kladruzech nad Labem má celkem velkou rozlohu (1200 hektarů). Chcete-li si vše v klidu prohlédnout, rezervujte si na výlet celý den.

## ZÁMEK

Dvanáct pokojů šlechtického sídla poskytovalo ubytování všem příslušníkům císařské rodiny při jejich návštěvách hřebčína. Včetně Františka Josefa I. a jeho manželky Alžběty Bavorské, kteří zavítali do Kladruhu několikrát. Jejich pobyt vám přiblíží prohlídka pseudorenesanční budovy, která byla majetkem císaře až do roku 1918.

## KOČÁROVNA, POSTROJOVNA A MUZEUM

V kočárovně nahlédnete do světa historických dopravních prostředků. Poznáte, jakým kočárem jezdil Prahou císař Ferdinand V. nebo prezident Masaryk. V životní velikosti vás ohromí

dokonalý model císařského osmispřeží a v sále muzea získáte informace o více než pětisetleté historii chovu koní v Kladruzech.

## ROZHLEDNA

Bývalá vodárenská věž poskytuje z výšky sedmnácti metrů dokonalý výhled na rozsáhlý komplex hřebčína.

## LESOVNA

Jedna z nejstarších barokních roubenek v kraji sloužila jako úřadovna c. a k. lesního správce. Dnes je sídlem stále fungující sedlářské dílny, do které lze nahlédnout. Za Lesovnou také objevíte unikátní simulátor jízdy. Nastoupíte do kočáru, nasadíte si brýle pro virtuální realitu a vydáte se na projížďku Kladrubským Polabím.

## MUZEUM PLNÉ PODKOV

Třicet šest kilometrů od Kladruhu jsou pak vzdáleny Slatiňany, kde v místním hřebčíně

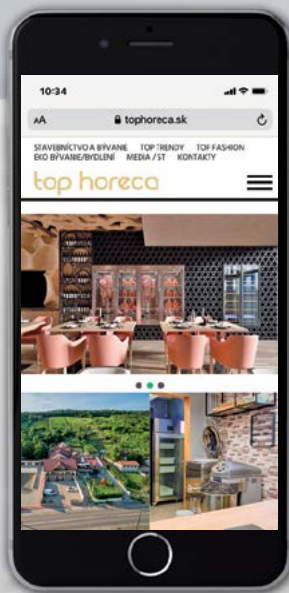
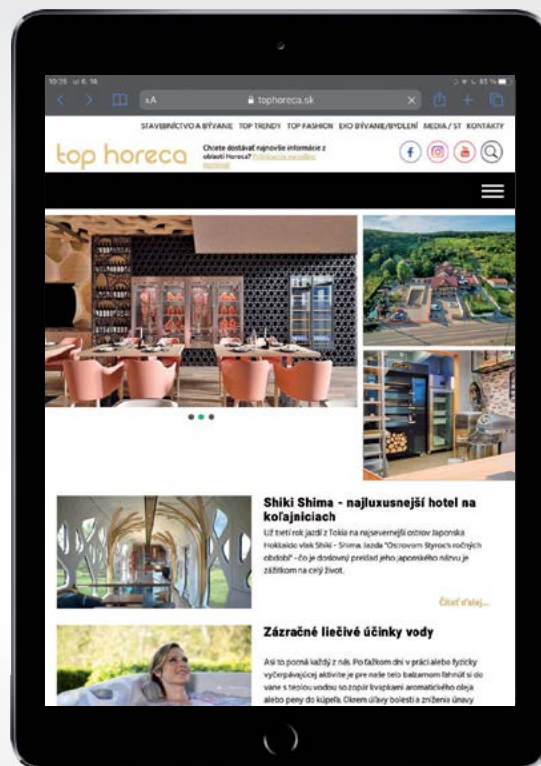
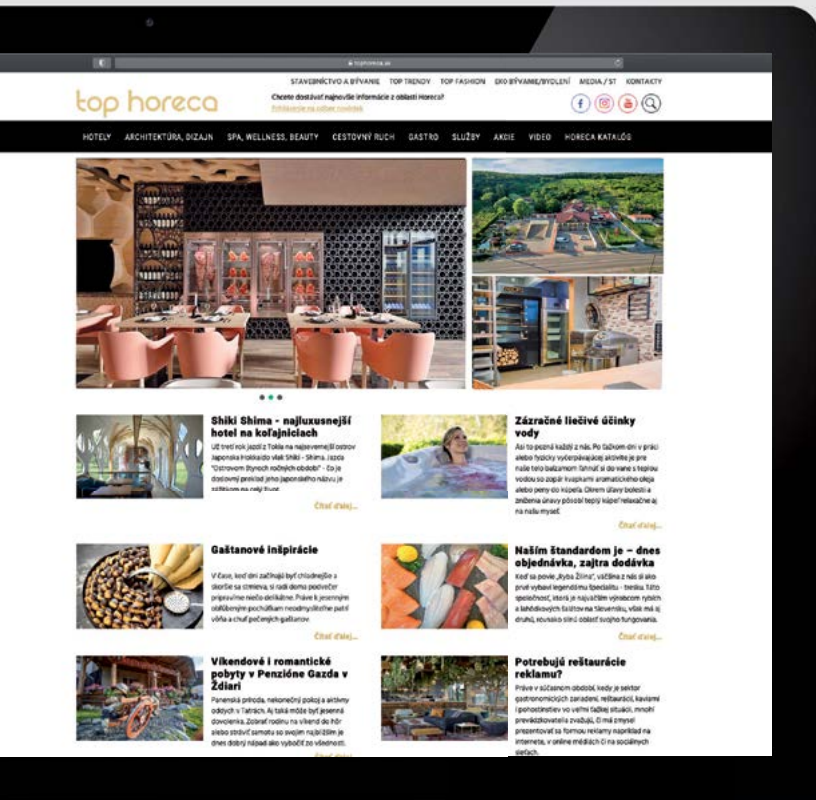
nu chovají vraníky. Bývalý zámecký hřebčín vznikl v roce 1898 z původních stájí pro koně na parfosní hony a pro dostihové koně, které spolu se zámek patřily knížecímu rodu Auerspergů. Když šlechtické sídlo připadlo na základě Benešových dekretů státu, vzniklo zde hipologické muzeum. Založil jej profesor František Bílek v roce 1950 jako poděkování za věrnou službu a přátelství koní. Jedna z největších hipologických sbírek na světě představuje evoluci a historii koní, jejich anatomii, chov a využití ve společnosti. Umělecká díla s motivy koní pak ukazují koně při mnoha různých činnostech, v armádě, zemědělství, poštovních službách, dopravě, lovu či ve sportu. Další expozici pak příznivci ušlechtilých lichokopytníků naleznou ve Švýcarsku. Salaš, jež vznikla v polovině devatenáctého století přestavbou myslivny, sloužila pro občasný pobyt panstva v přírodě. Dnes je v ní Muzeum starokladubského koně, kde si návštěvníci mimo jiné vyzkouší sedláni a uzdění plyšového koně, sezení v kočáru nebo si mohou prohlédnout unikátní sbírku bičičšťat, bičů, sedel a chomoutů. Hřebčín ve Slatiňanech je otevřený veřejnosti v rámci komentovaných prohlídek. Ty zahrnují stáje plemenných hřebců, klisen, (v jarních měsících i hříbat), kočárovnu, historickou sedlovnu rodu Auerspergů a výcvikové středisko.

## K TAXISU PĚŠKY

Mezi lokality spojené s koňskou turistikou patří i Pardubické závodiště, kde se běží Velká pardubická a další dostihy. Jejich historii a atmosféru přibližují odborné komentované prohlídky. Účastníci si pěšky projdou závodní plochu, jednotlivé překážky (včetně Taxisova příkopu) a poznají zázemí slavné steeplechase. Na prohlídky je však potřeba registrace předem na e-mailu [racecourse@zavodistepardubice.cz](mailto:racecourse@zavodistepardubice.cz)

# NAVŠTÍVTE NÁŠ PORTÁL

top horeca.sk  
top horeca.cz



- » DENNE AKTUALIZOVANÝ OBSAH
- » ODBORNE SPRACOVANÉ ČLÁNKY
- » DOPLNOK PRINTOVEJ PREZENTÁCIE
- » PODPORA PROSTREDNÍCTVOM NEWSLETTERA A SOCIÁLNYCH SIETÍ
- » PRIAZNIVÝ POMER INZERCIE A REDAKČNÝCH MATERIÁLOV

*Myslíte na propagáciu – všetko je o informáciách!*







# FUNERÁLNÍ TURISTIKA ANEB KDE SE DOTKNOUT VLASTNÍ POMÍJIVOSTI



TEXT Pavla Apostolaki FOTO Římskokatolická farnost Kutná Hora - Sedlec; TIC Brno - Františka Foto; Prague City Tourism, prostejov.cz, unsplash.com, Shutterstock, pexels.com

*V poslední době čím dál více lidí vyráží za nekroturistikou. Navštěvují významné hřbitovy, hrobky, kostnice, putují za hroby slavných osobností. Stejně je tomu i v České republice, kde zájemci najdou spoustu významných funerálních památek.*

Asi nejpůsobivější setkání se smrtí přináší Kostnice v Sedlci u Kutné Hory. Je podzemní kaplí hřbitovního kostela Všechny svatých. Pohřebiště bylo původně součástí cisterciáckého opatství založeného ve dvanáctém století. Po morové ráně a hladomoru v letech 1315–1318 zde bylo pochováno na třicet tisíc zesnulých, dalších deset tisíc mrtvých pak pojal hřbitov během husitských válek. Zemřelí byli pohřbeni v hromadných hrobech nad sebou nejméně v pěti vrstvách, v největším hrobě

dokonce ve dvaceti šesti. Po zrušení hřbitova v patnáctém století byly exhumované kosti uloženy vně a uvnitř podzemní kaple, kde je poloslepý sedlecký mnich poskládal do velkých pyramid. Když císař Josef II. zrušil kláštery, zanikl i ten sedlecký a hřbitovní kostel se dostal do držení rodu Schwarzenbergů. Karel III. Schwarzenberg pak vyzval Františka Rinta, aby se podílel na přestavbě svatostánku. Stavební mistr nabídku přijal a roku 1870 vytvořil mimořádnou instalaci z kostí a lebek. Kostí, které

k tvorbě svého díla použil, dezinfikoval a vybělil chlorovým vápnem (s touto činností mu pomáhala jeho manželka a dvě děti). Doplnil výzdobu schwarzenberským erbem a zakomponoval do ní i své jméno. Rint tak vytvořil v kostnici bizarní výzdobu, například lustr složený ze všech velkých kostí lidského těla, girlandy, monstrance, poháry či dekorace z lidských lopatek a kyčlí. Dnes jsou v Sedlci umístěny ostatky šedesáti tisíc lidí a kostnici lze navštívit v rámci pravidelných prohlídek.





Hrobka pod brněnským kapucínským kostelem Nalezení sv. Kříže.



### BARONOVA MUMIE

Další unikátní funerální památka přístupná veřejnosti se nachází na jihu Moravy. Pod kapucínským kostelem Nalezení svatého Kříže v Brně leží hrobka, jež v letech 1656–1784 sloužila k pohřbívání bratří a dobrodinců řádu. Důmyslný systém ventilace, díky kterému byla krypta po staletí odvětrávaná, způsobil přirozenou mumifikaci těl zesnulých. Místo posledního odpočinku zde našlo více než sto padesát kapucínů a padesát dobrodinců. Členové řádu měli velmi prostý způsob pohřbívání. Zemřelého bratra oděného do řeholního roucha, uložili do dubové rakve s výsuvným dnem a po obřadu v kostele ho snesli do hrobky. Zde ho položili na holou zem, pouze s kameny či cihlami pod hlavou. Bratři byli pochováni bez náhrobků a všichni stejně. Jen ti, kteří v řádu prožili více než padesát let, se po smrti dočkali drobné výsady, byli pohřbeni s jednoduchým dřevěným křížem. Kapucíni si dodnes velmi

pečlivě vedou knihu svých mrtvých (nekrologium) a každé poledne se modlí za bratry, jejichž úmrtí na ten den připadá. Nejslavnějším „obyvatelem“ kapucínské hrobky je ale vojenský velitel baron Franz Trenck. Tento impulzivní a krutý vojenský velitel byl soudem v roce 1745 odsouzen za své činy. Svůj trest si odpykával na brněnském Špilberku, kde také zemřel. Pohřben byl v kapucínské hrobce a dnes je mumie k vidění v proslulé rakvi.

### KOMIKS NA HROBĚ

Vyšehrad byl vždy významným místem českého národa. Na více než dvě stě metrů vysoké skále nejprve vzniklo panovnické sídlo, kostel, kapitula a ve třináctém století i hřbitov. Ten byl posléze rozdělen na několik částí. Kněží, jeptišky a vyšší duchovní hodnostáři byli pohřbíváni v západním úseku, východní měli vyhrazený jezuité. Další celek, který je ohrazen mříží, pak patřil ošetřovatelům malomocných



a obětím moru. Proměnu hřbitova v národní pohřebiště navrhl o šest set let později politik František Ladislav Rieger a o realizaci se zasloužil člen vyšehradské kapituly Václav Štulc. V mládí udržoval kontakty s Boženou Němcovou, Karlem Hynkem Máchou a chtěl Vyšehrad znovu povznést na výsluní. V té době se totiž nad Vltavou rozkládala jen vojenská pevnost s posádkou. Štulc svoji myšlenku stále nosil v hlavě, a když se stal proboštem, svůj nápad zrealizoval. Na ploše 0,81 hektaru tak vznikly hrobky a hroby nejvýznamnějších osobností české kultury, umění, vědy a techniky. Celkem zde návštěvníci najdou přes šest set jmen, například Bedřicha Smetanu, Antonína Dvořáka, Vlastu Buriana či Karla Čapka. Pohřbívání probíhá i v současnosti, a přichodí mohou vidět motiv kytary na náhrobku Waldemara Matušky, charakteristický komiksový obrázek na hrobě Káji Saudka, „roztrhaný“ bronzový míč fotbalisty Josefa Masopusta





Vyšehradský hřbitov

nebo nerezovou kouli na místě posledního odpočinku architekta Jana Kaplického. Kromě jednotlivých hrobů je však na Vyšehradském hřbitově jeden společný. Vznikl po roce 2000 z aktivity nadace Život umělce. Do hrobu se pohřbívají známí herci nebo zpěváci, kteří zemřeli bez příbuzných. Spočinula zde třeba Ljuba Hermanová a Zuzana Navarová.

#### POSLEDNÍ MÍSTO PRO NEJVÝZNAMNĚJŠÍHO ČECHA

Součástí běžně otevřeného hřbitova je i monumentální hrobka Slavín, ve které jsou uloženy významné české osobnosti. Slavín vznikl v roce 1889 díky spolku Svatobor, přičemž hlavním iniciátorem byl obrozenec František Palacký. Hrobku s žulovým schodištěm zdobí okřídlená socha Génia vlasti a tři desky. Na nich jsou uvedena jména prvních umělců pochovaných ve Slavíně. Včetně básníka Julia Zeyera, kterému se v roce 1901 dostalo této pocty jako prvnímu. Při



zakládání hrobky vyslovil Svatobor jasné pravidlo, že do Slavína budou pochováváni pouze osobnosti z oblasti kultury. Tedy literáti, historici, jazykovědci, architekti a hudebníci (jedinou výjimku tvoří František Křížík, významný technik a vynálezce). Návrh na pohřbení ve Slavíně předkládal jednotlivec či úctyhodná společnost a schvalovalo jej ředitelství Svatoboru společně s vyšehradskou kapitulou. Ta měla jako duchovní správce jednu podmínku. Všichni pochovaní museli být katolíci. Postupem času v souvislosti se sekularizací společnosti, došlo k tomu, že tento požadavek nebyl zcela dodržován. Během desítek let se tak Slavín stal posledním odpočinkem velikanů českého národa, například Emy Destinové, Alfonse Muchy, Jaroslava Marvana či Rafaela Kubelíka. Poslední pohřeb se uskutečnil v září 2013, kdy na žádost rodiny, podpořenou ředitelem Českého rozhlasu a dalšími institucemi, byla do Slavína přenesena urna s popelem herce Karla Högera. Kapacita Slavína je v současnosti téměř naplněna. V kryptě je čtyřicet čtyři hrobek. V jednačtyřiceti z nich jsou uloženi jednotlivci a ve dvou hrobkách je dohromady čtrnáct uren. Poslední hrobka tak zůstává prázdná a zřejmě čeká na nejvýznamnějšího Čecha.



#### ODPOČINEK NA VENKOVĚ

Mnozí ze známých Čechů ale dle svého přání spočívají úplně jinde, třeba v malých vesničkách. Herec Pavel Landovský v hrobě svých rodičů na Vysočině v osadě Dobronice a Vlastimil Brodský, ve své milované Slunečné v podhůří Lužických hor. Rodina Masarykova má zase hrobku v Lánech a kromě T. G. Masaryka a jeho ženy, zde leží syn Jan, dcera Alice a vnučky Anna a Herberta.

#### PEPIN V BEDNĚ OD PIVA

Spisovatel Bohumil Hrabal je pohřben kousek od své milované chalupy v Kersku, uprostřed hřbitova v Hradištku. Hrob je nápadný díky náhrobku (opírající se kamenné ruce), který si umělec zřídil sám. Z blízkého Nymburka, kde byl jeho otec správcem pivovaru, sem Hrabal nechal přenést ostatky svých rodičů a upovídáného strýce Pepina. Jejich urny do hrobu vložil jak jinak než v bedně od piva.

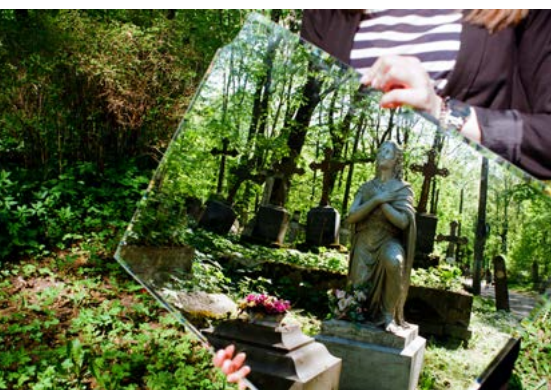




Hřbitov v Prostějově



Krematorium Pardubice



## FILMAŘI MEZI RAKVEMI

Režisér Juraj Herz natáčel v roce 1968 v pardubickém krematoriu film *Spalovač mrtvol* s Rudolfem Hrušínským v hlavní roli. Realizace byla velmi rychlá, neboť každý člen štábu ji chtěl mít co nejdříve za sebou. Rakve se skutečnými zesnulými kvůli nedostatku místa ležely venku a místnostmi se v letních měsících (byl červenec a srpen) šířil zápach. Proto produkční rozléval po krematoriu vodu s aromatem lesní vůně. Snímek byl za Československo navržen na Oscara v kategorii Nejlepší cizojazyčný film za rok 1969, do nominálního výběru se však nedostal. Film se v prostředí, kde vznikl, také několikrát promítal a o projekce diváci projevíli obrovský zájem.

### POSLEDNÍ SLOVA BÁSNÍKA

Pietní místo může být pozoruhodnou kombinací umění a zeleně. To je i případ hřbitova v Prostějově, kde se nachází největší městský park a umělecká galerie. Hřbitov, který vznikl v roce 1900, má krásnou parkovou úpravu. Podél cest byly vysázeny desítky dřevin a bylin včetně neobvyklých, exotických druhů. Tuto malou „botanickou zahradu“ z velké části vytvořil městský zahradník a první hřbitovní správce František Havránek. Umění pak zastupuje nádherný vstupní portál s anděly, velké množství honosných pomníků či novorenesanční arkády s čestným prostorem pro slavné Prostějovany. Zde je také hrobka rodiny Wichterlových. Z jejich rodu pochází spoluzakladatel proslulé strojírenské továrny Wikov, avantgardní sochařka Hana Wichterlová a chemik Otto, vynálezce kontaktních čoček. K nejnávštěvovanějším místům hřbitova však patří prostý hrob básníka Jiřího Wolкера s jeho vlastním epitašem, který ve věku třiačtyřiceti let zemřel na tuberkulózu.

### EXKURZE V KREMATORIU

Kromě hřbitovů jsou cílem nekroturistů také významná krematoria. Třetí, které začalo v Československu fungovat (po Liberci a Praze), leží v Pardubicích, a svojí podo-

bou trochu připomíná barevnou perníkovou chaloupku. K vypsání soutěže na budovu krematoria došlo až po roce 1919, kdy bylo zpopelnění zákonně povoleno zákonem nazývaným *Lex Kvapil*. Krematorium bylo postaveno ve stylu rondokubismu (obloučkový dekorativismus). První kremace se v něm konala 29. září 1923. Jednalo se o slečnu Marii Řezáčovou a zpopelnění trvalo jednu a tři čtvrtě hodiny. V době svého vzniku patřilo pardubické zařízení mezi nejmodernější svého druhu v zemi. V přízemí se nacházel dostatečný prostor pro technické zázemí. Architekt Pavel Janák sem situoval osm umrlčích komor, jejichž řadu zakončovala pitevna. Byly zde také horní roštové vstupy moderních spalovacích pecí, systém vozíků, kolejnic a na ně navazující hydraulická plošina katafalku obřadní síně. Zadní trakt budovy vyplňovaly sklady rakví, příslušenství pro zaměstnance a byt správce. V prvním patře se pak rozkládala obřadní síň, na jejíž úroveň smuteční hosté vystupovali po schodišti. Krematorium, které spravují Služby města Pardubic, a. s., stále funguje. Zájemci si ho mohou prohlédnout zvenku (uvnitř jen při smutečním obřadu) a jednou do roka, obvykle během Dušiček se koná speciální prohlídka (včetně zázemí) pro veřejnost.





FOTO pexels.com

*Wellness, Beauty, Spa*



← \ Kráľovský hotel v Hornom Savojsku postavil Evian ako súčasť kúpeľov. Dnes patrí do vlastníctva inej francúzskej, potravinárskej spoločnosti. Spolu so značkou pramenitej vody. FOTO Guillaume de Laubier



# SENSORY BRANDING V. JEDNODUCHO NA ZJEDENIE

TEXT Ján Krajč

*Pri správnej voľbe vhodných prísad môžu sympatie voči značke narastať pravidelne. Je však dôležité, aby ste všetko robili s chuťou. Ideálne takou, ktorú oceňujú vaši zákazníci.*

Chuťovému brandingu sa zatiaľ veľa pozornosti nevenuje. Zrejme preto, že jedlo je podstatou gastropriemyslu a tak všetko, čo ponúkate hosťom, musí byť aj chutné. Táto časť zmyslového marketingu sa však dá poňať aj kreatívnejšie a vôbec sa pritom nemusíte spoliehať na jedálny lístok. Dostatok príkladov ako to dosiahnuť, nájdeme v histórii. Veď nebyť bombardovania v prvej svetovej vojne, možno ešte dnes by mohli hostia popíjať šampanské v hoteli Clauda Moëta, v ktorom trávil noc aj Napoleon Bonaparte.

sa značka pripomínala ľuďom počas celého ich života. V porovnaní s Pragerom sa talianski dizajnéri Domenico Dolce a Stefano Gabbana pripomínajú zákazníkovi obzvlášť vo výnimočných životných momentoch. Napríklad takých, ako sú Vianoce. Módne legendy, ktoré charakterizuje ich neúnavná štylizácia sicílskeho života, zaradili panettone do špeciálnej ponuky po prvý raz v roku 2012. Tradičné sviatočné pečivo bolo výsledkom spolupráce s palermskou cukrárňou Fiasconaro. Čokoládová poleva, citrusovo-šafránové, pistáciové či s kandizovaný-

mi gaštanmi – každoročne sa v predvianočnom období objavuje nová, ešte menej očakávaná podoba panettone, ktoré neodmysliteľne patrí k talianskym Vianociam.

## AKÁ RAFINOVANÁ DVOJKA!

Pri navrhovaní chuťovej identity o originálne príchute nebýva núdza. Keď sa napríklad v roku 2019 pri príležitosti vynovenia imidžu rozhodli odstrániť z loga Mastercard slovnú časť a namiesto toho ponechať len bezvýrazné, do seba zapadajúce dva kruhy, pre mnohých bolo

## LUXUS SO SVIEŽOU PRÍCHUŤOU

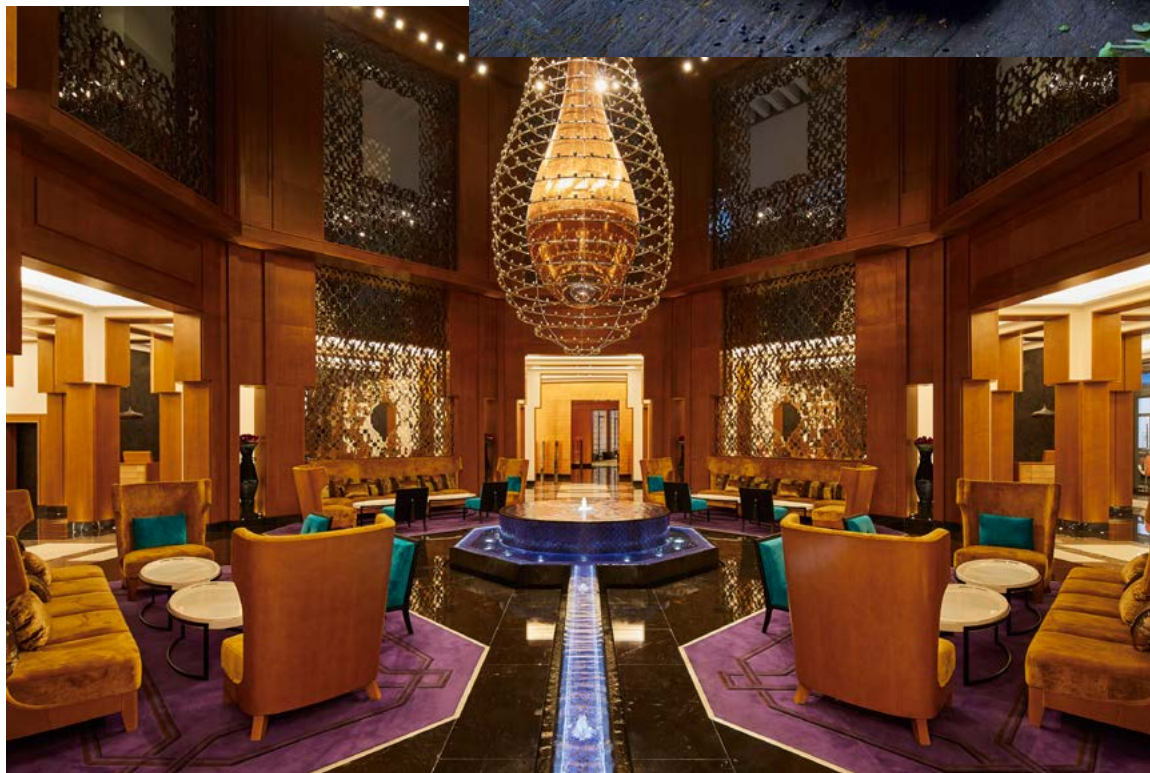
Krátko po tom, čo sa Európa, ako-tak pozviechala z následkov a strát na životoch a domovoch, začali sa objavovať ľudia, ktorí uvažovali, ako čo najskôr postaviť ekonomiku na nohy a poskytnúť druhým prácu. V roku 1948 otvoril Ueli Prager prvú reštauráciu vo Švajčiarsku. Jej unikátny názov tvorilo spojenie dvoch výrazov – nemeckého slova pre čajku a anglického výrazu pre rýchly, prudký pohyb. Mövenpick. Reštaurácia vzbudila záujem a Prager v priebehu ďalších rokov otváral viacero prevádzok, hotelov a expandoval. Prager sa stal uznávaným podnikateľom a vizionárom. Otváral reštaurácie za hranicami Európy, vinárne a ponúkal kávu vlastnej značky. No to, čo sa k verejnosti dostávalo nakoniec najčastejšie, bol dezert. Jedna z jeho prvých zmrzlín mala príchut vlašských orechov v javorovom sirupe. Na trhu sa dá nájsť aj dnes. Prepojenie potravinárskeho odvetvia s hotelovým reťazcom, ktorý má k dnešnému dňu viac ako 125 rezortov, napomáha, aby





## WELLNESS, BEAUTY, SPA

↓ → Ueli Prager si potrpel na tom, aby bolo jeho meno spájané s kvalitou. Preto okrem reštaurácií začal predávať vlastnú praženú arabiku a neskôr aj smotanovú zmrzlinu. Zákazníci ju môžu nájsť dodnes aj v rovnomenných hoteloch jeho siete.  
FOTO Accor Hotels



→ Mukbang komunita prijala, podobne ako verejnosť, aktivitu W Hotel Washington DC s rozpakmi. Jedálny lístok a špeciálny apartmán však W Hotels zaručili dostatočné PR aj bez toho, aby si k sebe priklonilo novú cieľovku.  
FOTO W Hotels





← ↑ V záujme budovať komplexný lifestyle, začal módny dom Mulberry prinášať zákazníkom limitované edície produktov – medzi inými aj na mieru vytvorenú čokoládu s originálnou chuťou horkej čokolády a kúskov moruše. FOTO Ocelot Chocolate, Faye Toogood

toto gesto nepochopiteľné a riskantné. No ďalšie aktivity jednej z najkonickejších značiek dvadsiateho storočia, napomohli, aby úspešne komunikovala budúce ciele spoločnosti. V snahe o udržateľnosť a rozvinutie multisenzorického zážitku sa marketingové oddelenie zameralo na to, aby boli esenciálne hodnoty značky prejavované do nových médií. Kampaň s pracovným názvom Priceless (na nezaplatenie, pozn. red.) sprevádzala imerzívna digitálna výstava a akoby to nestačilo, pre klientov boli pripravené na mieru vyrobené makróny. Ako inak, v dvoch typických farbách značky, precízne poukladané v elegantnom červenom boxe. Chute neboli vybrané náhodne. Na to, aby sa do balenia dostali makróny s náplňou z cherimoye a yuzu, museli reprezentanti spoločnosti vyplniť špeciálny dotazník. Ten mal objasniť, aké kvality bude každá z chutí vyjadrovať. Už oficiálne pomenovanie pre príchute bolo dostatočne veľavravné – Optimizmus a Nadšenie. Jednoduchší postup pri hľadaní na mieru vyvinutej príchute prebiehal medzi malou, remeselnou čokoládovňou Ocelot v Škótsku a anglickým módnym domom Mulberry. Keďže mulberry znamená

v preklade moruša, čokoládieri mali vo výrobe do značnej miery jasno a špeciálnu príchut' 70 % horkej čokolády s kúskami lyofilizovanej moruše vyrobili práve tak, aby štylisticky korešpondovala s ostatnou produkciou, v ktorej sa nachádzajú príchute horkého pomaranča, rakytníka či tmavej višne alebo fialky. Veľkosť, gramáž, obalový dizajn i zloženie čokolády sa tak prispôbili existujúcemu portfóliu čokoládovne, v dôsledku čoho si našli zákazníci butiku cestu k novému niche produktu a Mulberry prejavilo iniciatívu smerom k budovaniu ucelenejšieho životného štýlu lojálneho zákazníka.

#### KÚPELE PRE URODZENÝCH

Firmy vlastníace žriedla minerálnych prameňov postavili impérium najprv na chuti. Budovanie rezortov či kaviarní nasledovalo dodatočne. Vlastné kúpele mal svojho času dokonca aj Ottavio Mattoni, ktorý vďaka prameňu Kyselka rozvinul zahraničný obchod medzi západnými Čechami a ostatnými krajinami vo svete. Podobný príbeh, a dokonca aj v podobnom období, možno nájsť vo Francúzsku, v kúpeľnom meste Horného Savojska. V Évian-les-Bains sa

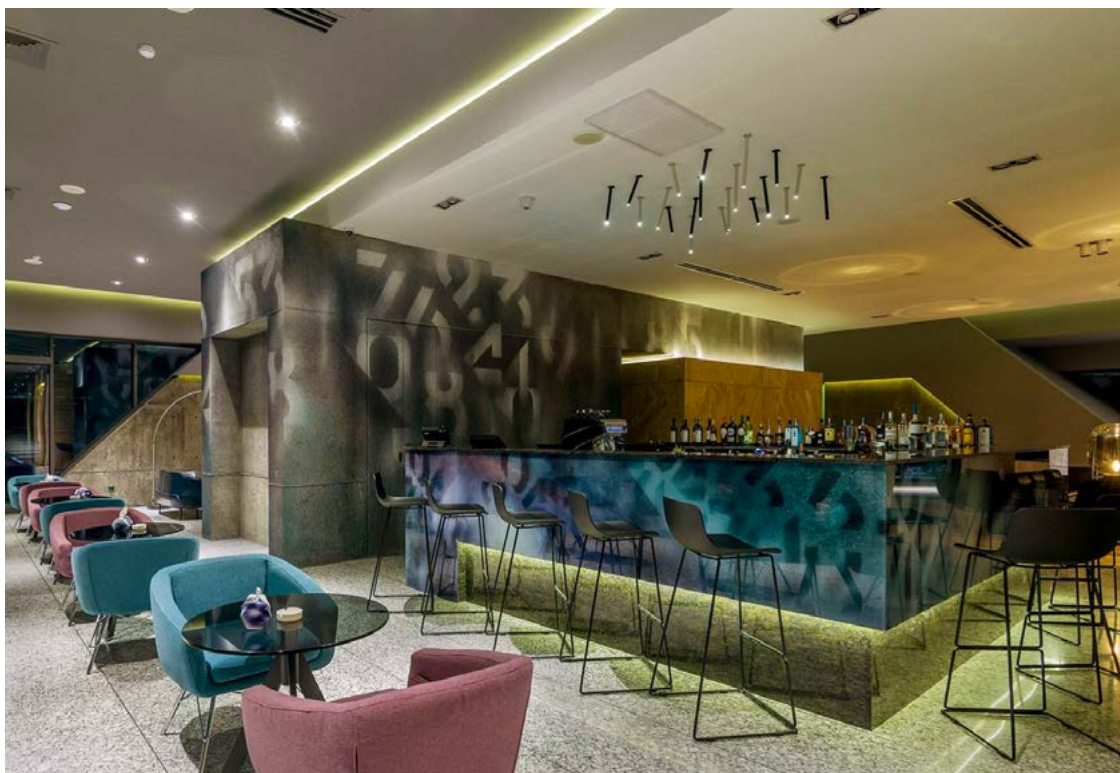
už od roku 1907 oficiálne fľašuje minerálna voda. Objavenie prameňa simultánne sprevádzala výstavba luxusného Hôtel Royal, ktorý je v prevádzke dodnes. V okolí hotela sa navyše nachádzajú aj golfové greeny – a možno to bude prekvapenie, no vznikli v rovnakom čase ako samotný hotel, ktorý bol prvýkrát otvorený v júni 1909. Okrem toho, že minerálnu vodu možno piť, dá sa v nej v rámci tamojších kúpeľov dokonca plávať. Za zmienku stoja limitované edície fliaš, ktoré vznikali počas rokov v spolupráci s významnými dizajnérami – Issey Miyake, Paul Smith či Jean-Paul Gaultier.

#### ŽRÚTI AKO AMBASÁDORI

Mukbang fungoval – a tento trend ešte stále doznieva – prevažne ako fenomén youtuberskej komunity. Išlo o tvorbu obsahu zameraného na veľkolepé hodovanie, často len jedným človekom. Nepochopiteľný a predsa úspešný typ obsahu bol inšpiráciou aj pre W Hotel vo Washingtone DC, ktorý v auguste 2019 zaviedol špeciálne „mukbangové“ menu s názvom Sip & Slurp. Veľkolepým jedálnym lístkom pre gurmánov, v ktorom boli zahrnuté okrem iné-



→ Moderné prostredie jerevanského hotela Messier 53 bolo umocnené množstvom detailov. Na uvítanie hostí pripravili majitelia kolekciu šumivých vín s etiketami označujúcimi príslušné číslo izby. FOTO **Messier 53**



← V hoteloch siete Pacific Resort si hostia môžu pripíjať autentickými vínami, pomenovanými podľa domorodých komún, tvoriacich miestny kolorit Cookových ostrovov. FOTO **Wine**

→ Uvedenie muzikálu Ľadové kráľovstvo v Sydney bolo špeciálne o to viac, že sa na jeho počesť vyrobila exkluzívna edícia dezertov. FOTO **Koi Dessert Bar**



↓ Červená farba makróvov vyjadruje nadšenie. Náplň s príchuťou cherimoye vytvorila agentúra Kreemart na základe dotazníka zameraného na definovanie senzorických vlastností spoločnosti Mastercard. FOTO Mastercard



↑ Zostať aktuálnym aj počas sviatočného obdobia sa snažia mnohí. Taliansky módnny dom Dolce & Gabbana ponúka zákazníkom luxusné panettone, vyrobené v spolupráci s tradičnou cukrárnou v Palerme. FOTO Dolce & Gabbana

ho krevety, zázvorová majonéza či pravá pizza margherita s čerstvou bazalkou sa W Hotel snažil reagovať na ASMR povahu videí, zameraných predovšetkým na zvukovú pestrosť obsahu. Okrem špeciálneho menu sa pre takýchto žrútov vyhradil aj hotelový apartmán. Myslelo sa pritom aj na potrebnú aparatúru. Celý špás, prirodzene, bol promován prostredníctvom youtube kanála vo videu s dĺžkou viac ako sedem minút. A hoci mali špecialisti na komunikáciu veľkolepé očakávania, ich ťah sa dočkal ostrej kritiky na internete, twitteri a dokonca aj v on-line médiách. Video bolo považované za nevydarený PR materiál, ktorý bol až príliš okatý na to, aby sa zaradil medzi trendy a nepresiahol ani hranicu 200 000 videní. To, čo väčšina divákov a kritikov vyčítala tvorcom, bola nezrozumiteľná voľba herca/influencera Antoniho Porowského a ľahko odhadnuteľný zámer scenára – verklíkovať čo najviac jedál v enormnom menu. Primárny zámer sa síce minul účinku, napriek tomu sa W Hotel predstavil s odlišným PR konceptom. V dôsledku tohto počínu sa s odstupom ďalších mesiacov v rámci obsahového vyhľadávania na internete dostal organickým spôsobom do nových kategórií a medzi výrazové spoje-

nia, ktoré dovtedy svojou tradičnou marketingovou činnosťou nezasahoval.

#### EŠTE VÍNO?

Hoci bol Claude Moët tým, kto objavil princíp vinárskych hotelov v bezprostrednej blízkosti vinohradu, nebýva pravidlom, aby mal hotel svoju vlastnú sériu vín len za takých okolností. Jerevanský hotel Messier 53, otvorený len v roku 2017, bol na svoju éru futuristický. Jeho názov bol inšpirovaný menom hviezdy, mal moderný, pritom mladistvý a pohodový vzhľad a identitu loga takú nezameniteľnú, že iné to nemohlo byť ani s vlastným vybavením. Ostatne, málokto myslí na hostí tak, aby pre nich navrhol, jednotlivu do každej izby, osobitú fľašu šumivého vína s etiketou prislúchajúcou číslu dverí. Ligoťavé prvky, metalická fólia a minimalistická typografia sa okrem vína dostali aj na ďalšie produkty hotela. Takáto veľkolepá prezentácia šla ruka v ruku s prevedením interiérov a víno, ktoré bolo pripravené pre hostí na uvítanie, pomohlo tomu, aby si hotel potvrdzoval status prémiového zariadenia. Nielen na uvítanie, ale predovšetkým na definovanie lokálnej atmosféry a kultúrnej autenticity vznikol v júli 2018 rad vín pre rezorty v regióne Cookových ostrovov. Za ich

vznik zodpovedalo novozélandské vinárstvo Longbush, ktoré na základe požiadavky skupiny Pacific Resort Hotel Group vyrobilo tri špeciálne vína odrôd Merlot-Rosé, Rulandské sivé a Merlot. Ich názvy boli odvodené od domorodých komunít, obývajúcich tamojšie súostrovie – menovite Maua, Noku a Ta'au. Okrem toho, že sa vína stali unikátnou súčasťou stravovania v hoteloch, hotelovej skupine sa takým spôsobom podarilo zjednotiť chuťový imidž všetkých okolitých rezortov.

#### TAKÁ DROBNOSŤ

K funkčnému chuťovému marketingu sa dá dostať dômyselnými kolaboráciami. Dá sa využiť ako rozširujúca aktivita k zaužívanému rámcu marketingových činností. Istá cukráreň Koi, nachádzajúca sa vo vychýrenej umeleckej štvrti Chippendale, pred uvedením muzikálu Ladové kráľovstvo v Sydney využila príležitosť a pripravila tematizované dezerty inšpirované piesňami z muzikálu. Cukrárni prospelo, že vzbudila záujem médií a muzikál sa tak dostal aj k návštevníkom podniku. Vďaka instagramu kampaň pretrváva a z limitovanej edície sa stal vyhľadávaný artikel. Pritom stačilo vytvoriť len niekoľko drobných sladkostí navyše.







# ZNOVUZROZENÍ V TRENTINU

TEXT Pavla Apostolaki · FOTO Pavla Apostolaki, Trentino Marketing, Consorzio Turistico Valle del Chiese

*Když se římský bůh vod Neptun rozhodoval, které území obdaruje svojí přízní, vybral si Comano Terme. Obdaroval je termálními prameny, jež nemají v celém světě obdoby. Léčí kožní onemocnění a poskytují úlevu lidem s urologickými potížemi.*







➤ Být v údolí plném lesů, vodopádů, hor a kvetoucích luk, daleko od civilizace, je snem každého dovolenkáře. Takové místo se nachází jen patnáct kilometrů od vodopádu Rio Bianco a jmenuje se Valle del Chiese.

→ Trentino jako tranzitní země mezi střední Evropou a Itálií bylo v dobách Římské říše plné strážních věží a hradů. Jedním z nich je i Stenico, vzdálený pět kilometrů z Comano Terme.







Grand Hotel Terme di Comano je zasazen do nádherného parku.

Historie místa ležícího v severoitalské provincii Trentino se začala psát již v římských časech, kdy zázračné prameny střežila věšt-kyně Sibilla Cumana. První lázeňské budovy zde vznikly ve středověku, ale sesuvy půdy zničily slibně se rozvíjející komplex a zava-lily přístup k pramenům. Ty si však přes su-tiny razily cestu dál v jemných stružkách a postupně plnily přírodní dolíky a prohlub-ně. Když sedláci zpozorovali, že dobytek, který se v nich vykoupal, má zahojená zra-nění na kůži a netrpí svrabem, znovu vyko-pali zdroj léčivé vody.

V osmnáctém století pak vzniklo termální centrum, které se postupem času vypraco-valo na moderní a unikátní lázně. Ty využí-vají lehce mineralizovanou vodu obsahující vápník, hořčík a kyselý uhličitán o teplotě 27 °C. Pramen z nitra hor je požeňnaním pro všechny osoby (včetně dětí) s lupénkou, dermatitidou a kožními alergiemi. Léčivé koupele pokožku doslova zázračně hojí, při-čemž příznivý efekt působí až několik mě-síců po absolvování kúry. Příznivé účinky termálních pramenů si ale užívají i ostatní návštěvníci Comano Terme.

V Grand Hotelu Terme di Comano se mo-hou ponořit do venkovního bazénu se slanou vodou, zpotit tělo v saunách, na-masírovat svaly ve vířivce, osvěžit unavené nohy v Kneippově lázni či pít pramen po-silující funkci ledvin a močového měchýře. Milovníci přírodních terapií pak budou nad-šeni z široké nabídky naturopatie. Jedna z procedur například probíhá v dřevěném sudu, z něhož kouká klientovi jen hlava. Usedne na sedátko a uvnitř začne proudit teplá pára z minerální vody. Otevře kožní póry, prohřeje svaly a společně s éterickým olejem ze smrku prokrví a pročistí organi-smus. Celá procedura se opakuje třikrát (bě-hem přestávek zchladí tělo studená sprcha) a je doplněná masáží obličjeje, zad, paží a pit-nou kúrou z detoxikačních bylinných čajů.

#### PROCHÁZKA SE ŠÁTKEM NA OČÍCH

Grand Hotel Terme di Comano je zasazen do nádherného parku. V zelené oáze ros-te sedm tisíc druhů rostlin, zurčí potůčky, šumí vodopády a v jezírkách plavou ryby. Poby-t v překrásném areálu nabíjí novou ener-gií a dává příležitost absolvovat nevsední

„Perception Walking“. Na začátku procházky zavře zájemce o terapii oči (nebo si je nechá zavázat šátkem) a průvodce ho bude za ruku beze slova vodit po parku. Během pětáctyřičeti minut ucítí dotyčný pod svými chodidly různý terén (trávu, štěrku, dřevo, kameny, písek). Bude se dotýkat stromů, rostlin, vody a vnímat vůně i zvuky z okolí. Zcela jinak tak pocítí prostor kolem sebe a pozná úplně jiné zážitky. Více zapojí svůj čich, hmat, sluch, chuť a svou mysl soustředí pouze na svoje tělo.

#### PŘÍRODNÍ PARFUMERIE

Trentino jako tranzitní země mezi střední Evropou a Itálií bylo v dobách Římské říše plně strážních věží a hradů. Jedním z nich je i Stenico, vzdálený pět kilometrů z Comano Terme. Sídlo na vysokém ostrohu obývala před dvěma tisíci lety Stoni, hrdá alpská populace, která byla vy-hlazena Římany. Hrad poté využívali jako letní rezidenci tridentští biskupové a dnes je kromě historické expozice také dějištěm výstav a koncertů. Od majestátního objektu pak vede sil-nice (směr Tione di Trento) k vodopádu Rio Bianco, jehož voda má po celý rok konstantní teplotu 4 °C. Kaskádu napájí vzdálené prameny





V Grand Hotelu Terme di Comano se hosté mohou ponořit do venkovního bazénu se slanou vodou, zpotit tělo v saunách, namasírovat svaly ve vířivce, osvěžit unavené nohy v Kneippově lázni či pít pramen posilující funkci ledvin a močového měchýře.







z podzemních jeskyní pohorí Dolomity di Brenta, avšak pěnivá tříšť padá z útesu jen dočasně. Vodopád v zimě s chladem pozastavuje svoji činnost a znovu ji obnoví až s příchodem jara. Jeho působivou krásu mohou turisté pozorovat zblízka. Stačí, když projdou návštěvnickým centrem Národního parku Adamello Brenta a vydají se na dva a půl kilometru dlouhou stezku, jež vede botanickou, motýlí, ovocnou zahradou, soutěskou kolem vrcholu vodopádu až do domu Flóry. V něm objeví poutavou expozici o rostlinách vyskytujících se v místním regionu. Interaktivní formou se dozví informace o stromech, keřích, o účincích léčivých bylin a zmáčknutím mechanického rozprašovače také ucítí jejich vůni.

#### KOŇSKÝ ELIXÍR

Být v údolí plném lesů, vodopádů, hor a kvetoucích luk, daleko od civilizace, je snem každého dovolenkáře. Takové místo se nachází jen patnáct kilometrů od vodopádu Rio Bianco a jmenuje se Valle del Chiese.

V jeho hvozdech je pak skrytá farma Malga Nudole, jež chová haflingy (plemeno koní typických pro tuto oblast) a produkuje kobyli mléko. S inovativní myšlenkou přišla veterinářka Tatjana Falconi, která měla zkušenosti už z Německa a z Nizozemí a odstartovala celý projekt. Trvalo však tři roky, než mléko začala farma prodávat. Bylo totiž potřeba vyřídit nutná povolení, získat data z výzkumu a odezvu od nemocných. Nakonec se vše povedlo a nyní již produkce tři roky úspěšně běží. Zájemci si tak mohou zakoupit či po internetu objednat bílou tekutinu, která má výrazné pozitivní účinky na lidský organismus. O lahodné kobyli mléko jeví zájem především lidé s kožními a trávicími onemocněními. Vyhledávají je také onkologičtí pacienti během rekonvalescence a osoby se zánětem ledvin. Nicméně i pro zdravé jedince je pití mléka velmi užitečné. Podporuje imunitu, zabraňuje předčasnému stárnutí a odstraňuje svalovou únavu. U dětí pak zajišťuje lepší růst, sílu a odolnost vůči nemocem.

#### KUKUŘICE NA BALKÓNĚ

Valle del Chiese je proslulé svojí vytříbenou gastronomií a mezi nejznámější produkty patří polenta ze Stora. „Hlavní město kukuřičné kaše“ nadchne každého návštěvníka starobylými domy s dřevěnými balkonky a pavlačemi, na nichž visí kukuřičné palice. Každý rok v říjnu pak ve Storu probíhá Festival della Polenta, na který se sjíždí všichni milovníci dobrého jídla. Kuchařské týmy v historických kostýmech vaří několik druhů polenty (například polenta macafana, cucia či carbonera) a soutěží o nejlepší z nich.

#### NA GRIL I KE KÁVĚ

Žlutá mouka se kromě klasického pokrmu zvaného polenta používá i k přípravě předkrmů a dezertů. Obchod zemědělského družstva Cooperativa Agricola AGRI 90 ve Storu dokonce prodává polentové plátky na grilování, vynikající sušenky či racionální chlebičky z kukuřičné mouky.



# WELLNESS & SPA V DOBE POSTCOVIDOVEJ

TEXT Alena Reháková FOTO pexels.com, Hotel Priesteregg, Hotel Amolaris, Hotel Waldhof Meran

*Ak by sme sa rozhodovali, koho dôležitého posadíme k stolu, pri ktorom sa bude rozhodovať o postcovidovej budúcnosti planéty, určite jednu zo stoličiek by obsadili odborníci z oblasti Wellness & Spa. Práve ona bude v nasledujúcom období zohrávať rozhodujúcu úlohu pri zlepšovaní fyzického i mentálneho zdravia obyvateľstva.*









Covid-19 nás tvrdo zasiahol. Podľa údajov Svetovej zdravotníckej organizácie doteraz naň ochorelo 119 miliónov ľudí z 230 krajín a 2,7 milióna tejto chorobe podľahlo. Dlhé obdobia dodržiavania opatrení a tvrdých lockdownov si vybrali svoju daň – milióny ľudí trpia nielen postcovidovými príznakmi, ktorých paleta sa stále rozširuje, ale aj dôsledkami dlhodobej samoty, poklesu spoločenských aktivít a odlúčenia.

Oblasť Wellness & Spa má teraz jedinečnú, i keď neľahkú úlohu prispieť k ozdraveniu nielen tých, ktorí s koronavírusom bojovali, ale aj tých, ktorým covid-19 zasiahol do života a obrátil im ho celkom naruby. Poskytovatelia kúpeľnej starostlivosti i wellness zariadenia a rezorty už teraz ponúkajú špeciálne postcovidové balíčky. Cieľom liečby je nielen posilnenie imunity, ale aj zmiernenie príznakov po prekonanej infekcii covid-19, ako je únava, bolesti hlavy, dušnosť, bolesti kĺbov,

poruchy chôdze atď. Napríklad Liečebné kúpele Mariánské Lázně majú od minulého roka v ponuke produkty na zlepšenie vitálnej kapacity pľúc a celkovú regeneráciu organizmu. Produkty obsahujú procedúry z prírodných liečivých zdrojov, inhaláciu „Lesného prameňa“, ktorý čistí dýchacie cesty, pitie minerálnych vôd, ktoré dodávajú organizmu stratené minerálne látky, predovšetkým horčík. Súčasťou postcovidovej rehabilitačnej starostlivosti je meranie oxymetrie, spirometria a záťažový test. Bardejovské kúpele pre svojich klientov pripravili individuálny liečebný program s viacerými procedúrami: tréning pamäte, oxygenoterapia, pitné kúry, respiračná fyzioterapia, termoterapia, vodoliečba, elektroliečba, vyplachovanie a konvičkovanie minerálnou vodou z liečebných prameňov, návšteva soľnej jaskyne, ako aj novinka – MLS laserovú terapiu. Ďalšie známe spa, napríklad Chablé v Mexiku, Clinique La Prairie vo Švajčiarsku alebo Sha Wellness

v Španielsku do svojej ponuky pridali programy na posilnenie imunity, fyzického i duševného zdravia a na redukciu rizikových faktorov ochorenia covid-19 akými je obezita, cukrovka a srdcovo-cievne ochorenia.

Potenciál kúpeľov a wellness zariadení je zrejmý. Samozrejme, svoj význam mal i v minulosti, dnes je však žiaduce, aby bol komplexnejší, viac otvorený výzvam a promptne reagoval na zmeny.

A k akým zmenám by malo dôjsť? Pozrime sa na niekoľko trendov, ktoré ohlásila Wellness Tourism Association (WTA):

## 1 BLÍZKO DOMOVA

Už druhý rok zrejme budeme musieť kvôli rôznym reštrikciám a opatreniam uvažovať o dovolenke v blízkosti bydliska, respektíve vo svojej krajine. Nebude to však na škodu, pretože môžeme objaviť miesta, ktoré sme často pre exotické dovolenky vôbec nevnímali. A pritom sme ich mali doslova „za





† Taliansky dodávateľ wellness vybavenia Starpool prezentuje svoju novinku – Zerobody. Ide o multiúčelovú floatačnú posteľ, poskytujúcu 20-30 minútovú chromoterapiu, masáž bedier a celkovú relaxáciu využitím tabletu. Posteľ je zhotovená z dobre čistiteľnej ekokože, k dispozícii sú špeciálne utierky na udržiavanie hygieny. FOTO **Starpool**

rohom“. Cesta na dovolenku nám zaberie menej času, cestovať môžeme autom alebo verejnou dopravou, nečaká nás žiadny „jet lag“. Kúpele a wellness rezorty v jednotlivých krajinách sa už dnes pripravujú na zvýšenie počtu domácej klientely, mnohé preto prispôbujú aj svoju ponuku.

## TÚŽBA PO DOTYKU

Dlhé týždne až mesiace v odlúčení, bez možnosti stretávať sa, zájsť na masáž či kozmetické oštenie. Koronavírus nás pripravil o ľudský kontakt, o dotyk. Na jednej strane cítime túžbu opäť si ho dožiť, na druhej strane pretrvávajú obava či bude osobný kontakt bezpečný. V poslednom období sa vo Wellness & Spa čoraz viac dostávajú do popredia rôzne bezkontaktné technológie – programovateľné hydromasáže, chromoterapia, luminoterapia, floatácia a podobne. Napríklad Four Season Resort na Bali, ktorý má v Healing Village Spa inštalovanú iluminovanú miestnosť, v ktorej farba, svetlo, zvuk a vibrácie prispievajú k upevneniu duševného zdravia hostí. Alebo Vichy, ktorá prišla s novinkou – čakovou sprchou. A pribúda-

jú ďalšie a ďalšie. Samozrejme, pre poskytovateľa predstavujú značnú vstupnú investíciu, ktorá sa však v dlhodobom horizonte, spolu so spokojnosťou hostí, vráti.

## VITAMÍN P

Nie, nemáme na mysli skutočný vitamín P, ktorý predstavuje komplex flavonoidov a bioflavonoidov, ale vitamín, ktorý nám poskytuje pobyt v prírode. A práve ten bude dominovať aj v spojení s Wellness & Spa. Dlhé dni v karanténe a obmedzenie spoločenských aktivít – to všetko prispelo k nárastu pocitu osamelosti, ktorý bol problémom už pred pandémiou. Wellness a spa rezorty budú mať jedinečnú príležitosť ponúknuť hosťom produkty spájajúce ľudí so spoločnými záujmami. A to predovšetkým na čerstvom vzduchu. Ranné či večerné cvičenia, jóga uprostred zelene, výlety do okolia pomôžu rozhybať telo a upokojiť myseľ. Armathwaite Hall Hotel & Spa v Spojenom kráľovstve ponúka hosťom celodenný alebo poldenný balíček pozostávajúci z otužovania v chladnej vode. Lefay Spa Resort pri jazere Lago di Garda pripravil päť balíčkov (trás), zahŕňajúcich outdoorové



† Vlastné spa oštenie priamo v hotelovej izbe ohlásila Aromatherapy Associates. Balíček piatich produktov, ktoré navodia príjemnú relaxáciu, sprevádza videonávod (alebo jednorázový návod v tlačenej forme) na ich správne použitie. Hostia si produkty môžu aj kúpiť a ďalej využívať ich benefity v domácom prostredí. FOTO **Aromatherapy Associates**

## ZAÚJALO NÁS

- » Z obáv klientov o bezpečnosť vzrástol ich záujem o prenájom spa alebo dokonca celých rezortov. Anantara Resorts & Spa bol jedným z prvých, ktorý poskytol možnosť prenájmu rezortu na ostrovoch v Mozambiku, na Maldivách a v SAE. Treba však siahnuť hlboko do vrecka, cena sa začína na 19 820 amerických dolárov za jednu noc.
- » Predpokladá sa, že v postcovidovom období ešte viac vzrastie záujem o mestské spa. Hotely tak budú konfrontované s požiadavkou hostí dopriať si relax a špeciálne oštenia i v centre metropol.







→ Dlhé obdobie lockdownov sa podpísalo na našom fyzickom i mentálnom zdraví. Čo tak dopriať si relaxačný kúpeľ na čerstvom vzduchu uprostred zelene?  
FOTO Hotel Priesteregg

aktivity a wellness procedúry. Každá z trás vedie 11 hektármi nádhornej prírody so zastaveniami s odporúčanými aktivitami. Napríklad trasu, ktorú symbolizuje biela farba, sa odporúča absolvovať pri západe slnka. Obsahuje jogové cvičenie a celotelovú masáž zameranú na potlačenie pocitu smútku a úzkosti.

#### NÁDÝCH, VÝDYCH

Zatvorení v interiéroch si uvedomujeme, aký dôležitý je pre nás čerstvý vzduch. Táto téma akceleruje v súvislosti s koronavírusom, ktorý spôsobuje najmä ťažkosti s dýchaním. Zabezpečiť zdravý vzduch (bez znečistenia, s vhodnou vlhkosťou) v priestoroch celého rezortu bude kľúčové. Rovnako aj rôzne programy na nácvik správneho dýchania, ktoré je pre fyzický i mentálny stav človeka veľmi dôležité. Vyrovnáť sa s dôsledkami prekonaného covidu-19 pomôže aj haloterapia. Je to metóda prírodnej terapie vychádzajúca zo speleoterapie. Prebieha v umelo vybudovaných soľných miestnostiach (komorách). Niektoré terapeutické miestnosti sa tak zmenia na privátne soľné komory inštalovaním steny z himalájskej soli, halogenátora a terapeutického lôžka. Program s ranným nácvikom techník dýchania a 45-minútovým potápaním zaradil do svojej ponuky Windjammer Landing Villa Beach Resort na ostrove Svätá Lucia. Hostom, ktorí o program prejavia záujem, sľubujú viaceré benefity; zníženie teploty frekvencie, krvného tlaku, napätia a celkové uvoľnenie.

#### POSILNENIE IMUNITY

Neoddeliteľnou súčasťou wellness menu sú programy na posilnenie imunity. Ich cieľom je upevnenie fyzického i mentálneho zdravia a odstránenie rizikových faktorov ochorenia covid-19: obezity, kardiovaskulárnych ochorení a cukrovky. Zdravá výživa, princípy



tradičnej čínskej medicíny, akupunktúra, kryoterapia a pobyt v infrasaune – to je len zloмок z procedúr na posilnenie imunity. Štúdie z posledných rokov ukazujú, aký dôležitý je mikrobióm na imunitu i celkové zdravie človeka. Švajčiarska Clinique La Prairie zaviedla v spolupráci s odborníkmi dva programy s názvami „Energising Wellness“ a „Immunity Boost“. Päťdenný program má za cieľ „dotankovať“ energiu, zvýšiť imunitu a „naštartovať“ hostí k zdravému životnému štýlu. Okrem jednotlivých terapií je súčasťou programu vstupná prehliadka, analýza niektorých zdravotných ukazovateľov, prednášky o dôležitosti správnej výživy, o význame antioxidantov a podobne. Anantara zasa ponúka jedinečnú olejovú masáž (olej z klinčeka, eukalyptu, rozmarínu s extraktom z pomaranča) na aktiváciu prirodzených obranných mechanizmov tela. Kým olej z klinčeka a pomarančový extrakt majú antibakteriálny, antifungicídny a protivírusový účinok, eukalyptový a rozmarínový olej pomáha odstraňovať zápal v tele a podporuje imunitu.

#### DOKTOR V DOME

V novej postcovidovej realite sa čoraz naliehavejšie hlási o slovo tzv. medicínsky wellness. Kombinácia wellness procedúr a personalizovaných medicínskych ošetrení pod dozorom lekárov, sa ukazuje ako vhod-



ná cesta nielen na prinavrátanie zdravia po prekonaných chorobách, ale aj ako prevencia. V takých zariadeniach nájdeme hyperbarickú komoru, oxygénovú terapiu, kryoterapiu, tzv. „IV Nutrition Therapy“ a ďalšie medicínsko-liečebné procedúry. Zvyšujúci počet wellness rezortov rozširujúcich svoje ponuky o medicínsky element je toho dôkazom. Jedným z posledných otvorených je medi-wellness rezort RAKxa v Thajsku. Dobrým príkladom je i osvedčený koncept Lanserhof s pobočkami vo viacerých krajinách.



# RENESSANCE PÉČE O ZDRAVÍ A VZHLED

TEXT Dr. Ludmila Vacek, PhD. FOTO Medexim

*Všichni si dnes klademe zásadní otázku: jak dlouho s námi koronavirus a covidová pandemie ještě zůstanou a do jaké míry trvale ovlivní nejen globální a lokální ekonomii, ale i způsob myšlení, chování a přístup k vlastnímu zdraví a prevenci onemocnění.*

Přestože v Evropě i Severní Americe koronavirová infekce prudce ustupuje, tvrdá preventivní opatření a předpisy se umírňují a naděje na normálnější život ožila, těžko odstranitelné covidové „šrámy“ a nejistota lidí v to co nás čeká v nejbližší a vzdálenější budoucnosti nejen přetrvává, ale dokonce narůstá.

Tato realita spolu s ekonomickou nejistotou vede k vysokému stupni negativního stresu a nevídanému počtu depresí. Některé studie zabývající se tímto aspektem koronavirové pandemie uvádí krizová čísla pohybující se mezi 60–65 % populace s tím, že ve věkové kategorii 20–30 let je situace nejhorší. Stres samozřejmě výrazně ovlivňuje fyzické zdraví, psychiku, emoce i sociální chování. Typickými příznaky toho, jak nás stres ovlivňuje jsou bolesti hlavy, tuhnutí šije, zvýšení krevního tlaku, nekontrolovatelná svalová tenze, nechutí k jídlu a špatné trávení, nárůst hmotnosti a předčasné příznaky stárnutí,

špatný a nedostatečný spánek a další. Stres ohrožuje naši, v této době tolik potřebnou imunitu, chuť na sex a podle některých studií i fertilitu (plodnost). Tyto klinické příznaky velmi často provází nezvyklá a bezdůvodná podrážděnost, hádavost a nedostatek tolerance k druhým, zejména k partnerům, nečekané emoce, jako je pláč a celková deprese.

Ze stručně popsaných možných příznaků stresu až deprese je zcela zřejmé, že stres

významně ohrožuje nejen zdraví, ale i společenské vztahy, kvalitu života, rovnováhu a schopnost pracovat a optimálně fungovat. Rovněž je třeba zdůraznit, že ke stresu je nutno se přiznat a aktivně s ním bojovat, nekontrolovatelné deprese je nutno řešit s pomocí odborníků a lékařů. Stres jako součást moderního způsobu života není samozřejmě způsoben pouze covidovou pandemií, ale dle všech studií došlo k nebývalé akceleraci příznaků

„V DOBĚ TECHNOLOGICKÉHO POKROKU JSOU PROCEDURY NABÍZENÉ V MODERNÍCH WELLNESS VANÁCH, KDE LZE REGULOVAT TEPLITU, TLAK A DALŠÍ PARAMETRY, KTERÉ UMOŽŇUJÍ NEJEN DOKONALOU RELAXACI, ALE I STIMULACI UNAVENÝCH A BOLESTIVÝCH SVALŮ A ÚPONŮ ČI ZRYCHLENÍ METABOLISMU.“



#### Aquadelicia, Aquadelicia mini

Kvalitní a anatomicky tvarovaná vana s hydromasážními systémy od společnosti Medexim Piešťany nabízí rozmanitou škálu příjemných relaxačních procedur (vířivá, perličková a podvodní masáž). Individuální výběr skeletu vany dovoluje respektovat prostorové dispozice místnosti. Počet dýz a jejich rozmístění lze přizpůsobit přáním zákazníka. Pro umocnění pocitu uvolnění a dokonalého relaxu je k dispozici i koloroterapie. Intuitivní a jednoduchá obsluha přispívají k celkovému komfortu stejně jako jednoduchá údržba. Tyto vany mohou být ozdobou každého wellness centra.





#### INCO2 dávkovač plynu

Karboxyterapie představuje účinnou formu vazoaktivní terapie, kdy jsou pomocí přístroje a v přísně sterilní formě, pod kůži vpravovány přesně měřené dávky oxidu uhličitého, který zlepšuje propustnost kapilár a napomáhá odbourávání tukových buněk celulitidy za současného zlepšení lokalizované bolesti.

a stupně výše zmíněných zdravotních a psychických problémů.

Většina postižených se snaží vyhnout lékům, které pomáhají příznaky tlumit a hledá pomoc v odborných poradnách, na webových stránkách, u přátel nebo ve wellness centrech a lázních. Tato zařízení mají již dlouholetou zkušenost s managementem stresu a nabízejí účinnou a léty ověřenou pomoc s kontrolou stresu. Není proto překvapením, že zájem o tato zařízení významně stoupl, a právě antistresové programy se těší asi největší pozornosti klientů. Nejnovější studie realizované ve Spojených státech (rok 2020) ukazují, že 74 % tázaných ve věku 25–35 let v současné době utratí své peníze raději ve wellness centru a lázních nebo si zakoupí programy pro podporu zdraví a vzhledu, než za luxusní zboží nebo šperky. Ve všech částech světa, Evropě, Americe i v Asii vznikají nová centra, která začínají nabízet zdraví podporující či léčebné programy. Současné uvolňování epidemiologických omezení samozřejmě nastartuje nebývalý zájem o tyto programy a jejich prodej.

Lze objektivně posoudit, které z nabízených programů a procedur slibují nejučinnější pomoc? Myslím, že nikoliv, ale vždy se jedná o kombinaci procedur spolu s doporučenou zdravou dietou, optimálním pohybovým

” V SOUČASNÉ DOBĚ DOCHÁZÍ K NEBÝVALÉ RENESANCI OSOBNÍ PÉČE O ZDRAVÍ A VZHLED. TENTO TREND S NÁMI PRAVDĚPODOBŇ ZŮSTANE HODNĚ DLOUHO. “

režimem na zdravém vzduchu, jógou, pilates a dalšími fitness modalitami. Tento všeobecně ozdravující režim je doplněn účinnými a specializovanými wellness a spa procedurami, které nabízejí celkovou relaxaci včetně uvolnění svalového napětí a eventuální lokalizované bolesti, kontrolu nadváhy a nežádoucí celulitidy, či zlepšení vzhledu a projevu stárnutí. Jednou z nejučinnějších a staletými vyzkoušených procedur je hydroterapie včetně nejrůznějších typů koupelí. V současné době technologického pokroku jsou procedury nabízeny v moderních wellness vanách, kde lze regulovat teplotu, tlak a další parametry, které umožňují nejen dokonalou relaxaci, někdy v kombinaci s aromaterapií, ale i stimulaci unavených a bolestivých svalů a úponů či zrychlení metabolismu. Vhodné koupelové přísady pomohou doplnit minerály či další výživné látky potřebné pro stresem vyčerpanou kůži. Účinnou koupel lze doplnit zábalením, masáží či další procedurou. Správně aplikovaný hydroterapeutický režim napomáhá i otužování a zlepšení funkce imunitního systému.

Pro klienty, kterým se během pandemie zhoršila celulitida a přibrali nežádoucí kilogramy



#### Aquapedis I, II

Aquapedis I. je sedací vířivka s tryskami na chodidla. Unikátní kombinovaná vana pro vířivou a perličkovou masáž horních i dolních končetin Aquapedis II je vhodná na poskytování bahenních a minerálních procedur.

(podle některých studií lidé v době pandemie přibrali na hmotnosti v průměru 3–5 kg) a chtějí tuto situaci rychle dostat pod kontrolu, lze nabídnout specializované programy, většinou ve spolupráci s lékařem. Tyto představují kombinaci diety, pohybových modalit spolu s dalšími, většinou přístrojovými postupy. Jedním z nich je i karboxyterapie, která představuje účinnou formu vazoaktivní terapie, kdy jsou pomocí přístroje a v přísně sterilní formě pod kůži vpravovány přesně měřené dávky oxidu uhličitého, který zlepšuje propustnost kapilár a napomáhá odbourávání tukových buněk celulitidy za současného zlepšení lokalizované bolesti.

Pro lidi, na kterých se covidová doba podepsala prohloubením nežádoucích vrásek lze nabízet celou řadu antiaging procedur, opět v kombinaci s relaxačními procedurami, optimálním pohybovým režimem a zdravou dietou. Procedury zlepšující vzhled a zpomalující projevy stárnutí nelze v antistresových programech podceňovat, naopak je prokázáno, že ve všech věkových kategoriích významně a v pozitivním smyslu stres ovlivňují.

[www.medexim.sk](http://www.medexim.sk)





# PAVEL HOFRICHTER: SAUNOVÁNÍ JE O OBJEVOVÁNÍ A KREATIVITĚ

PRIPRAVILA Alena Reháková FOTO [unsplash.com](https://unsplash.com)

*Jaké by mělo být vybavení saunových center, co jsou to peelingové bary a proč by měly být součástí wellness & spa také zahrady, i další cenné informace z oblasti saunování jsme zjišťovali u Pavla Hofrichtera, Saunového mága a předsedy České asociace saunérů.*



**Pavel Hofrichter**  
saunový mág  
a předseda České  
asociace saunérů

## **Jaké vybavení by v standardním saunovém světě nemělo chybět?**

Saunová centra dnes nabízí skutečně velkorysý servis pro návštěvníky. Sauna už není jen rychlé zastavení, návštěva moderních saunových center trvá několik hodin a součástí není jen nabídka různých typů prohřívání a saunových procedur. V takovém wellness centru – saunovém světě nechybí prostory pro relaxaci, restaurace, SPA zóna nebo speciální procedury. Ochlazení je řešeno také nápaditě, formou jeskyní a vodopádů. To souvisí i s potřebou ochlazení pro desítky li-

dí v krátkém časovém úseku, třeba po saunovém ceremoniálu. Pro ně je připravena speciální, tedy velká sauna, v níž je hodně prostoru a technologií. Tato sauna se mnohde nazývá saunové divadlo a skutečně saunové divadlo připomíná. Na druhou stranu stále roste zájem o návrat ke kořenům, k přírodnímu stylu saunování, vycházející z historie. Takže protiváhou modernímu saunovému divadlu jsou přírodní saunové rituály, relaxační techniky a individuální přístup ke klientovi v podobě speciálních procedur. Velkým trendem jsou saunové zahrady, do nichž přichází nové



typy zážitků. Někde se můžete setkat i s improvizovanými saunami, mobilními saunami, saunou maringotkou nebo třeba s indiánskou potní chýší nebo lesní saunou. Na saunování je také dnes často pohlíženo jako na ucelený proces, v kterém je místo také na celostní péči o člověka.

### **A co je již nadstandard?**

Stále mezi nadstandard patří propojení saun s vodní hladinou, ať už se jedná o přírodní vodu v podobě biotopů, s platy a moly na odpočinek a slunění, nebo termální a horké bazény. Viděl jsem třeba bazén v obrovské skále, jeskyni s „propadlým“ stropem, kde ve slané vodě je možné ležet a nerušeně hledět na hvězdy a poslouchat hudbu z dokonalého technického řešení podvodního ozvučení. Prvek vody ale může přinášet třeba i japonský onsen nebo ruský ČAN. Také vodopád poskytující iluzi dokonalé přírody divokého západu je zajímavým námětem pro zpestření saunového centra. Ano, přibývá zajímavých instalací a celkového pojetí prostoru, s inspirací konkrétním příběhem s atmosférou. A tak si můžete užívat v kulisách dálného východu nebo divokého západu. V Holandsku vyrostlo saunové centrum za 40 mil. eur, kde je vše ve stylu Tádž Mahalu. Překvapí Vás dokonalá indická gastronomie, velkorysá SPA prostory s lustry a iluzí luxusního paláce. A to nemluvíme o použitých materiálech a technologiích.

### **Jak saunový svět osvětlit a ozvučit?**

Dnes rozhodně co nejkvalitněji. Tady není na místě jakékoli šetření. Řada výrobců saun na toto nemyslí a v nabídce má jen základní typy reproduktorů, nebo tradičně známá standardní saunová světla v rozích sauny. Ze světa už ale i do nejlepších našich center pronikla ta krásná hra a možnost vytvořit designové skvosty i v saunovém světě. V designu osvětlení hraje významnou roli a dá se vytvořit skutečně skvostné řešení. Hodně kvalitní techniku a zázemí pro personál, který se stará o ozvučení a osvětlení, vyžaduje prostředí saunového divadla. Zde jde již o technologie vskutku jevištní techniky, vše ovládá počítač a protokol DMX. Kvalitní světla pro saunové mistry a třeba použití sauny i pro soukromé vystoupení – to umí nabídnout u nás jen skutečně málokdo. Při přípravě wellness centra jakékoli velikosti je technické řešení ozvučení a osvětlení saun jednou z prvních věcí, na kte-

## “ PROTI VÁHOU MODERNÍMU SAUNOVÉMU DIVADLU JSOU PŘÍRODNÍ SAUNOVÉ RITUÁLY, RELAXAČNÍ TECHNIKY A INDIVIDUÁLNÍ PŘÍSTUP KE KLIENTOVI V PODOBĚ SPECIÁLNÍCH PROCEDUR. ”

ré myslíme a už v prvotním návrhu dispozičního řešení je detailně rozpracujeme. Ale nemusí jít jen o nové projekty a nové sauny. Kvalitní ozvučení a osvětlení se samozřejmě dá pořídit i do stávajících saun jakékoliv velikosti. Obzvláště u saun, kde se budou dělat saunové ceremonie a rituály je to skutečně velmi potřebné.

### **Jaký význam má saunová aromaterapie, co všechno můžeme použít a jak zvýšit její účinek?**

Domnívám se, že saunová aromaterapie je také velkým trendem. Snad už žádný kvalitní wellness provoz nenabízí svým hostům chemické esence. Samozřejmě je použití přírodních vůní. Vše se dnes točí okolo kvalitních 100% přírodních éterických olejů v BIO kvalitě. U nás je nejpoužívanější značkou belgický AROMEN/LOYLY MASTERS nebo rodinná značka BERGILA ze severu Itálie. Saunovní mistři dnes nejen umí správně pracovat s éterickými oleji, ale také mohou nabídnout nové vůně vzniklé kombinacemi a mícháním. Saunové mistry k aroma péči o klienty připravujeme na našich workshopech a speciálních kurzech, ale už v základním kurzu pro začátečníky má část aromaterapie významné místo. Dá se říct, že to je jedna z nejdůležitějších dovedností saunového mistra. Vedle éterických olejů se samozřejmě může pracovat se sušenými nebo živými bylinkami, používají se bylinné svazky, metličky, hydroláty i vykuřovadla. Pro správné pochopení funkcí a možností přírodní aromaterapie jsme připravili 2,5 hodiny trvající webinář s názvem „Co voní v sauně!“ právě proto, aby se všechny nové zkušenosti dostaly se saunéry až do jednotlivých saun a za klienty.

### **Samostatnou kapitolou jsou kameny v saunách...**

Saunové kameny mohou násobit efekt saunové procedury právě proto, že kameny mají energii a vlastnosti, které se využívají při litoterapii.

Prospěšné funkce kamenů se zvyšují poléváním a zahříváním. Můžete čerpat energii z kamenů a také dýchat pročištěný a obohacený vzduch. Vhodným naplánováním sestavy kamenů v konkrétních kamnech lze velmi dobře zefektivnit funkci kamen. Lepší typy kamenů umožňují vyšší životnost, lepší schopnost akumulace tepla a některé umožňují rychlé nahřátí a dlouhodobé uvolňování tepla. Je s podivem, že do této doby se saunovým kamenům nevěnovala speciální pozornost. Při tom může jít i o velmi dobré použití pro marketing centra. Informace, co v které sauně je možné vidět a jak na nás sauna a její kameny působí, je určitě zajímavé pro návštěvníky. Proto vysvětlíme, jakou má sauna zdravotní funkci a připojme informaci o použitých kamenech. Nebo můžeme saunu po instalovaných kamenech i pojmenovat. Nová služba kamenný architekt přináší naprostou novinku do saunových center a hotelových saun – možnost vylepšit saunový zážitek použitím netradičních kamenů, vzácných kamenů a využitím jejich vlastností. Kamenný architekt navrhne jednotlivé vrstvy kamenů v saunovém topidle a popíše celkové ozdravné působení na saunujícího se člověka.

### **Jaké jsou Vaše zkušenosti s využíváním léčivých tónů v sauně?**

Ty nejlepší. V rámci zážitkového saunování jsme začali učit saunové mistry a personál v saunách právě používání nejrůznějších nástrojů, a to jak při specializovaných procedurách a rituálech v sauně, tak mimo saunu v relaxačních místnostech a speciálních prostorách. Tóny netradičních hudebních nástrojů je možné využívat také při individuálních terapiích ve SPA/WELLNESS zóně. Výhodou jednoduchých a základních nástrojů je vedle dostupnosti také rychlost naučit se tyto nástroje ovládat. Myslím si, že saunový mistr dnes musí ovládat celou řadu profesí a musí být kreativní a mít umělecké sklony. Pokud se saunér nadchne i pro oblast



vyžití netradičních nástrojů a léčivých tónů v saunách a ve wellness, tak je pro provozovatele takového centra velmi důležitou součástí. Vytváří totiž nadstandardní péči o klienty a ti se pak pravidelně vracejí. Za zážitkem, za zdravím i relaxací a za svým saunovým mistrem.

### **Co vše si můžeme představit pod zážitkovým saunováním?**

Zážitkové saunování je soubor zážitků v sauně, tedy od saunových ceremoniálů přes rituály, ale také třeba i netradiční a zajímavé pojetí saunování, čerpající zkušenosti z různých zemí světa ale také z historie sauny a od tradičních postupů při saunování. Saunování se zážitkem tedy pro návštěvníky nabízí nevšední programy, nevšední zážitky od pojetí jednotlivých saun až po konkrétní programy a procedury zde realizované. Mezi novinky patří třeba peelingový bar, kdy si návštěvník vytvoří peeling z ingrediencí pod dohledem saunového mistra. Tyto techniky vyžadují proškolený personál, ale návštěvníkům nabízí dokonalou péči. Zážitkové saunování je také hodně o objevování a o kreativitu jednotlivých saunérů – lidí, kteří zážitkové saunování pro návštěvníky připravují. Jasně je také to, že rozvoj zážitkového saunování přivedl do saunových center celou řadu návštěvníků, kteří by do saun nikdy nepřišli. Zážitkové saunování tedy popularizuje zdravé a správné saunování jako takové a umožňuje rozvoj celého oboru.

### **Zmínil jste peelingový bar, o co jde a jak tato procedura probíhá?**

Myšlenka peelingového baru se objevila na Sauna Herbal Cupu, což je tradiční setkání, soutěž a festival, a zde se právě soutěží v peelingových procedurách. Zde sauněři připravují peelingy „k nakousnutí“. Skutečně jde o umělecká díla, která jsou krásná na pohled a velmi funkční jako péče o pokožku. Již v několika centrech peelingový bar svým návštěvníkům provozovatelé nabízí. Klient i zde pod dozorem zkušeného personálu vybírá jednotlivé ingredience a sestavuje si svůj peeling podle svých preferencí. Konkrétní nosný olej, hydrolát, abrazivní složka, funkční složka, vzácný olej nebo příměsi – to vše je na výběr s doporučením a možností vyzkoušení. V řadě míst poskytují také skupinové, řízené peelingové procedury a rituály, které mají několik částí a jsou připraveny podle originál-

ních receptur. Zde si peeling aplikují v parní lázni sami návštěvníci. Zajímavou možností je také vlastní aplikace peelingu a zařazení peelingového baru do SPA zóny a vlastnoručně vytvořený peeling může být součástí tělové procedury a terapie. Pak je peeling aplikován personálem a může být kombinován s masáží a je tak součástí skutečně královské péče.

Jak peelingový bar bude vypadat, jaké možnosti návštěvníci mají a kde bude peelingová procedura probíhat – to vše je na volbě provozovatele a možnostech centra. Nicméně zde se otevírá nový prostor pro příplatkové procedury, nový servis pro klienty a konkurenční výhodu.

### **A co ruská banja, jak je oblíbená?**

Jedná se o metličkování a metličkové procedury. Jde o jednu z nejtradičnějších procedur, kterou najdeme nejen v Rusku, ale i v severských zemích. Používají se metličky z různých druhů

zde chybět různé typy rostlin, stromů a keřů. Samozřejmostí jsou bylinky a bylinková zahrada. Zahradou se může táhnout chodníček pro chůzi bosou nohou, trendem ve světě jsou také jedlé zahrady, kde je možné ochutnávat. Například u jabloně jsou hostům v košíku k dispozici jablka a někde je možné ochutnat ovoce přímo z keříku, kupříkladu rybíz. Jedlé zahrady splňují ještě základní funkci, že mohou být účelnou zásobárnou pro přípravu drobného občerstvení pro hosty. Každá saunová zahrada může být jedinečná a originální. Kombinují se jehličnany, listnaté stromy, které se na podzim mění v záplavu barevných dominant, kvetoucí keře, které kvetou na jaře, v létě, na podzim i v zimě a také trávy, trvalky a aromatické bylinky. Svě místo ve wellness a saunové zahradě mohou najít ovocné stromy nenáročné na prostor a řez, drobné bobuloviny, brusinky či borůvky nebo i pnoucí mini kiwi či fíkovník.

---

## „ZÁŽITKOVÉ SAUNOVÁNÍ POPULARIZUJE ZDRAVÉ A SPRÁVNÉ SAUNOVÁNÍ JAKO TAKOVÉ A UMOŽŇUJE ROZVOJ CELÉHO OBORU.“

---

stromů, také svazky bylinek a další přírodní materiál. Většinou jde o časově delší procedury, individuální péči tzv. báníčka. Jde o kombinaci sauny, masáže, přírodní aromaterapie a cíleného prohřívání. Celostní péče o člověka byla vždy součástí ozdravných procedur, lidového léčitelství. V současnosti roste poptávka také po skupinových formách metličkových procedur, bezkontaktních procedur, které rovněž využívají tradiční postupy a vše se kombinuje s relaxačními technikami a přírodní aromaterapií. Jde o neskutečný zážitek. Sám jsem navštívil tradiční banju v několika zemích a věřím, že tuhle oblast čeká velký rozvoj i v našich saunových centrech.

### **Trendem jsou i venkovní saunové zahrady. Jak by měly vypadat?**

Pro relaxaci klientů je velmi důležité prostředí. Součástí každého wellness centra by tak měl být venkovní prostor, v ideálním případě zahrada nebo alespoň terasa. Zde musí být koncepte odrážející celkové naladění wellness centra, celkovou motivaci nebo příběh. Neměly by

### **Od vybavení přejdeme k personálu – jaký by měl být a v čem je ho nutné vyškolit?**

Personál je základ kvalitního SPA, wellness nebo saunového centra. Bez personálu nelze poskytovat služby a profesionální a milý personál je zárukou spokojeného, vracejícího se návštěvníka, který se stává fanouškem. Pravidelná školení, certifikace, mystery guest a další nástroje jsou využívány pro zkvalitnění provozu i nabídky. Saunový mistr začíná základním školením, školením na poskytování zážitkového saunování a saunových ceremoniálů. Následují školení a workshopy na jednotlivé procedury a techniky. Saunový mistr nebo provozovatel wellness centra tak může být proškolen v řadě oblastí, jako je aromaterapie zaměřená na wellness provoz nebo saunový svět, bylinkové procedury, metličkování, saunování dětí, muzikoterapie, peelingové a hammam procedury atd. Česká asociace saunérů šíří osvětu saunování a současně se snaží o zvyšování kvality poskytované péče o klienty v prostředí saun a wellness. Proto pořádá i setkání, výměny zkušeností, konference nebo workshopy.





Exfoliační kartáč  
zbaví tělo odumřelé  
kůže a tu zdravou  
dokonale promasíruje;  
design Rento



Vihňa nebo březová  
metla, prokrví cévy  
a vnese do sauny  
příjemné aroma. Co  
tak umožnit hostům,  
aby si ji vyrobili? Stačí  
jen jutové vlákno a pár  
mladých větví.



Jen pár kapek  
esenciálního oleje  
a pak stačí jen  
zhluboka inhalovat  
vůni; design Hukka  
Design



Z ledové vody švihem  
do měkkého županu,  
ideálně z hebké  
bavlny; design Siro  
Mari od Marimekko

# HURÁ DO PÁRY

TEXT Ján Krajč

*Vyplatí se osvojit si ze saunování maximum.  
Nakonec, je to kultura sama o sobě.*



Pokud již být omotáni, tak nejlépe  
do velké lněné osušky. Usychá  
mnohem dříve, než bavlna a je  
hypoalergenní; design Linen Gallery



Na doplnění tekutin  
je nevhodnější  
vlažná voda  
s dostatkem minerálů;  
Evian Pure



Odpočinek na  
sklopném  
lehátku z odolného  
dřeva balau, které má  
přírodní finiš, bude  
stejně příjemný  
venku i uvnitř; design  
Kave Home



Před saunou i po  
sauně dopřejte tělu slast  
dávkou solného scrubu,  
obsahujícího výtažky  
verbeny a hroznů; L'Occitane  
Verveine

# BEZVODNÝ PISOÁR ZVYŠUJE ŠTANDARD A ČISTOTU TOALIET



TEXT A FOTO EcoStep

*Viete, že existujú toalety, ktoré majú oproti splachovacím nečakané výhody? Dokonca ide o pisoár, ktorý funguje bez vody. Okrem úspory vody je jeho výhodou aj to, že nezapácha, neupchá sa a údržba zaberie minimum času.*

Šírenie baktérii a vírusov v prostredí toaliet je i v bežnej situácii problémom a v súčasnom pandemickom čase nadobúda ešte vyššiu dôležitosť. Bezvodné toalety, ktoré vďaka absencii vody nepodporujú množenie baktérii a vírusov sú dobrou alternatívou. Všetky tieto výhody prinášajú len kvalitné produkty. Unikátny bezvodný pisoár P1.1 spoločnosti EcoStep rozhodne medzi ne patrí. Pisoár EcoStep je právom jednotkou na trhu, jeho patentovaný ventil P1 ako jediný účinne zabraňuje zápachu minimálne šesť mesiacov. To je v porovnaní s konkurenciou výrazne viac; napríklad bežná životnosť je nastavená len jeden mesiac, prípadne treba ventily zalievať veľkým množstvom vody alebo špeciálnou náplňou.

**V čom EcoStep vyniká nad konkurenciou?**  
Vďaka absencii vody sa na keramickom po-

vrchu pisoára nemnožia baktérie. Na základe odborných testov je ich tu menej než pri klasickom splachovacom pisoári. Hladká plocha a špeciálne patentovaný tvar zabraňujú zasychaniu moču na povrchu, ako aj znečisteniu podlahy pod pisoárom. Zadná stena je skosená smerom dovnútra, takže sa moč vždy odrazí od stredu pisoára, nie na užívateľa alebo jeho okolie.

Ďalším benefitom EcoStep je absencia obťažujúceho zápachu. Moč je síce sterilný, ale pri reakcii s vodou sa začína tvoriť kal a baktérie. Práve táto reakcia vo výsledku spôsobuje nepríjemný zápach a zároveň upcháva odpad.

Pisoár P1.1 nemá žiadne záhyby a je vyrobený zo špeciálnej sanitárnej keramiky, na ktorej nezostávajú žiadne kvapky. Bezvodný

pisoár stačí ošetriť biologickým roztokom raz denne, čo zaberie asi 15 sekúnd. I to je výrazná úspora času oproti tradičným pisoárom.

To, že pisoár od EcoStep-u nie je nutné splachovať, prináša výrazný finančný a ekologický aspekt. Pri každom použití ušetríte približne 1,2 litra vody. Ak teda hľadáte spôsob, ako sa zbaviť nepríjemných zápachov z toaliet, ušetriť náklady za vodu a energie, znížiť upchávanie odpadových trubiek až o 80 percent a zvýšiť štandard a čistotu toaliet, bezvodný pisoár P1.1 od EcoStepu je ideálnou voľbou. Aktuálne zľavy produktov EcoStep nájdete na webovej stránke [eshop.ecostep.sk](http://eshop.ecostep.sk)

 **ecostep**® HYGIENE & FACILITY  
[www.ecostep.sk](http://www.ecostep.sk), [eshop.ecostep.sk](http://eshop.ecostep.sk)





FOTO Pinterest

*Gastronomy*



# ČÍRE ROZMARY

TEXT Ján Krajč

*Wagyu, zlato, hluzovka, kaviár. Najčastejšie príčiny nehorázných cien. Gurmáni však vedia, čo má cenu.*



**„Pozorne vnímajte svoje okolie; vďaka nemu sa dokázate posúvať.“**

← ✓ **BIELE HLUZOVKY V KAŽDOM CHODE**

Pre každého šéfkuchára by bolo pokračovanie v stopách zakladateľa, akým je Guy Savoy, náročnou výzvou. Nicolas Costagliola, ktorý je aktuálnym šéfkuchárom reštaurácie v Las Vegas, však robí všetko pre to, aby si reštaurácia svoje renomé nielen udržala, ale jej štandardy stále rástli. Kompletné, sedemchodové menu s bielymi hluzovkami pre jednu osobu stojí 450 dolárov a vzácnymi hubami s v ňom vôbec nešetří. FOTO Erik Kabik



**„Po tretej hviezdičke by som chcel, aby existovala ďalšia. Nikdy sa neuspokojím.“**



→ **HOLUB S MITSUBOU, KAVIÁR V PALACINKE**

V každom riadku príbehu o Bolon Soho sa skrýva nečakaný zvrät. Je to novoparižska reštaurácia. Vedie ju americký šéfkuchár Matthew Kirkley. Nachádza sa v Hongkongu. Je navrhnutá v atmosfére Art Deco. Jedlo je servírované minimalisticky. Ceny – svojské. Len predjedlo v podobe štyroch krajcov kysnutého chleba stojí 10 dolárov.

FOTO Bolon Soho/Matthew Kirkley





→ ZMRZLINA Z CACHAÇY I TORTELLINI Z KAČKY

Da Terra má len dva roky. Je kombináciou londýnskeho metropolitného casual konceptu a juhoamerickej kuchyne. Pre Rafaela Cagaliho a Paula Airauda, dvojicu majiteľov a šéfkuchárov, je táto fúzia chutí a štýlov neodmysliteľná. Napriek vysokej kvalite, ktorú potvrdila aj michelinská komisia udelením dvoch hviezdíčiek, je ich obedové menu ešte stále relatívne dostupným prehreškom, ktorého sa možno dopustiť. Horná hranica je približne 200 libier za jedenásť chodov.

FOTO Da Terra London

**„Len čo sa kuchár pasuje za umelca, uberá sa to zlým smerom. Varenie je prejavom štedrosti.“**



**„Mix kultúr patril k našim životom odjakživa. Tu to využívame naplno.“**



1 ABALONE PO KAVIÁRI V OLEJI Z PISTÁCIÍ

Za 250 dolárov vám v sanfranciskej reštaurácii Coi pripraví celé degustačné menu. Daniel Patterson je šéfkuchárom, ktorý nemá zábrany dostať chute do neobvyklých konzistencií a súčasne zachovať jednoduchosť chodov. FOTO City Foodsters/Phaidon

**„Dočkajú sa skvelého jedla, iste. Budú si to však pamätať, a o to ide.“**

→ JAHŇACIE PLECE Z BIOFARMY A TORTIČKA

Tom Aikens, ktorý získal dve michelinky ako 26-ročný, počíta s tým, že ho budú ľudia vnímať ako kuchára, ktorý sa na niečo hrá. No menu v jeho novej reštaurácii Muse nie je len pre horných desaťtisíc. Nenájdete ho vo vychýrenej štvrti a vonkoncom nie ukryté pred očami verejnosti. Aikens dokonca reagoval aj na trend ekologických donášok a s gurmánskymi setmi Musette si jeho miniatúrne menu môžete objednať domov. Len za 90 libier. FOTO Muse by Tom Aikens/Finish and Feast



**„Ak rozumiete históriu, potom viete, že reštaurácie nikdy nezaniknú.“**

→ **KRYŠTALICKÝ CHLIEB, NAFÚKANÝ CROISSANT**

Vstúpiť do Enigmy v Barcelone, je ako vstúpiť do živého múzea modernej gastronómie. Vedú ju bratia Ferran a Albert Adrià, ktorí sa pred pätnástimi rokmi postarali o to, aby molekularná kuchyňa zasiahla všetky kontinenty. Ani v Enigme nie je núdza o rozmanitosť akéhokoľvek druhu. Degustačné menu za 220 eur môže byť celkom nápaditým darčekom pre kohokoľvek, komu niečo hovorí heslo El Bulli.

FOTO El Barri



← **WASABI LANGUSTINA, PEČIENKA S DULOU**

Inšpirovaný ázijskými chutami. Taký je najnovší reštauračný koncept nemeckého michelinského šéfkuchára Tima Raueho v Berlíne. Špeciálne pre vegánov je rozdelené na všeobecné a obedové. V šesťchodovom, signature, menu sa nachádzajú Raueove klasiky, kombinujúce šľavnaté exotické chute a korenistú trpkosť. Celkom šesť chodov za 180 eur.

FOTO Tim Raue Restaurant/Wikimedia



**„Zdalo sa mi, že s mäsom vo mne rástla zlosť. Možno preto, že sa spája so smrťou a krvou.“**

**„Bol som poriadny hnusák. Na personál som nakričal aj päťkrát za hodinu.“**

→ **NIGIRI NAVOĽANÉ BOBKOVÝM LISTOM**

Alain Passard je považovaný za jedného z hlavných predstaviteľov modernej vegetariánskej stravy, napriek tomu, že nie je nevyhnutne zarytým odporcom mäsa. O svojej kariére hovorí ako o dvoch životoch. Ochutnávka v parížskej L'arpège, plnej záhradných a sezónnych jedál, je zážitkom aj preto, že bola kdysi skutočne rotisériou. Cena celého degustačného menu na osobu sa začína od 340 eur.

FOTO Lárpege Paris/Kirchagasser Photography







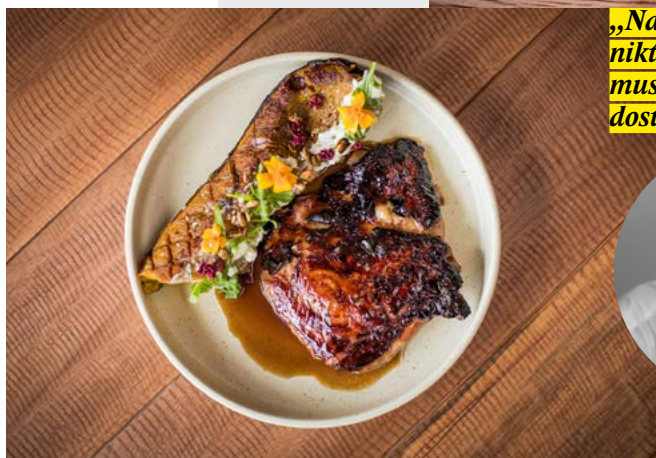
**„Fajnové, desatichodové večere ma vlastne nikdy príliš nezaujímali.“**

**← MORSKÝ JAZYK  
S KAPARY AKO OBED**

Svoje si odpracoval v kuchyniach Reného Redzepiho aj Toma Aikensa. V Jakovi Sharmanovi, ktorý si vyslúžil uznanie aj s vlastnou reštauráciou The Leah, však po celý čas driemala túžba prinášať do gastronómie nielen príbeh, ale aj zážitky. Aj keď to možno nebude tak nóbl. Tie vlastné, ktoré by vystačili na niekoľko cestopisov, preniesol napokon do menu. Obed pre osobu stojí 108 dolárov. Za ryby zaplatíte 75 dolárov v predobjednávke. S najväčšou pravdepodobnosťou kvôli čerstvosti. Sharman ryby neraz sám chytal.  
FOTO The Leah/Kimpton



**„Na podnikanie vás nikto nepripraví, musíte sa do toho dostať.“**



**← CHIMICHURRI A POTOM PUDING Z LUCUMY**

Považujú ho za reprezentanta peruánskej tradície na medzinárodnej kulinárskej scéne. Jaime Pesaque sa objavuje striedavo v Lime, potom v Británii a Európe. Zodpovedá za viacero konceptov, ktoré majú spoločnú neomylnú spätosť s jeho rodnými koreňmi. Zablúdiť možno do Callau v Haagu alebo jeho slávnejšej Mayty v Lime. Menu si môžete poskladať podľa chuti. Prítom nemusíte s obavami počítať cenu za každý ďalší chod.  
FOTO Mayta Lima/Anthony Knaape/Callao



**HORTI, S. R. O.**

OVOCIE A ZELENINA DO KAŽDEJ KUCHYNE

TEXT A FOTO Horti





*Sme veľkoobchod, ktorý sa usiluje pomáhať našim odberateľom zvyšovať ich tržby dodávkou vysoko kvalitného ovocia a zeleniny. Rovnako im pomáhame zlepšiť postavenie na trhu, zvýšiť návštevnosť a získať spokojných zákazníkov. Sme aj najväčším výrobcom kvasenej kapusty na Slovensku.*

---

”BEZPROBLÉMOVOU DODÁVKOU OVOCIA A ZELENINY VÁS ZBAVÍME DODATOČNÝCH NÁKLADOV NA SKLADOVANIE.“

---

ČERSTVOSŤ, KVALITA, LOKÁLNOSŤ  
Všetci naši zamestnanci vedia, že najdôležitejšie pre zákazníkov je, aby dostali kvalitný, čerstvý tovar a to vždy načas. Zabezpečujeme pestrosť sortimentu ovocia a zeleniny do kuchyne každého odberateľa. Keďže podporujeme slovenských pestovateľov, tak práve naša kuchyňa bude môcť využívať viac lokálnych potravín. Každý týždeň máme tri druhy ovocia a štyri druhy zeleniny vo zvýhodnenej ponuke. Bezproblémovou dodávkou ovocia a zeleniny vás zbavíme dodatočných nákladov na skladovanie.

#### VO VLASTNEJ RÉŽII

Spoločnosť HORTI s. r. o. má vlastnú prevádzku na čistené zemiaky a zeleninu. Ponúka tak široký sortiment tovaru aj čistých výrobkov z ovocia a zeleniny. Zásobuje viac ako 700 predajní a 300 gastronomických prevádzok na strednom, severnom a východnom Slovensku. Najvyššou prioritou spoločnosti je spokojný zákazník. Spoločnosť má ambíciu byť slovenským lídrom v oblasti predaja čerstvého ovocia a zeleniny a zároveň nadnárodným výrobcom kvasenej kapusty.

[www.horti.sk](http://www.horti.sk)



Horti s.r.o. pôsobí na strednom, severnom a východnom Slovensku, kde zásobuje viac ako 700 predajní a 300 gastronomických prevádzok.

---

”Z VLASTNEJ PREVÁDZKY DENNE DODÁVAME AŽ PÄŤ TON OČISTENÉHO OVOCIA A ZELENINY.“

---





# KVALITNÉ SLOVENSKÉ VÍNA Z VINÁRSTVA TRNOVEC

TEXT A FOTO Vinárstvo Trnovec

*Štyridsať rokov prežil Ladislav Trnovec vo vinohradoch. Za tie roky sa naučil pochopiť niekedy nevyspytateľnú povahu hrozna a dnes len málokto rozumie špecifikám pestovania hrozna tak ako on. Z vinohradov v okolí Nitry sa ako vinohradník prirodzene posunul do výroby vína. To, čo zem a slnko vytvorí v strapcoch, to treba šetrne preniesť do vína. Taká je vinárska filozofia majiteľa Vinárstva Trnovec, ktorého vína zbierajú ocenenia z vinárskych súťaží.*

“V NAŠOM VÍNE SA ODRÁŽA ENERGIA, KTORÚ SME POČAS CELÉHO ROKA VENOVALI PESTOVANIU VINIČA A SPRACOVANIU VLASTNÉHO HROZNA.”

Víno z vinárstva Ladislava Trnovca má pôvod na kopcoch legendami opradeného vrchu Zobor. Hrozno z viac ako šesťnástich hektárov vinohradov krásnych juhozápadných svahov sa zhodnocuje vo fľašiach Vinárstva Trnovec.

V nitrianskom regióne sa nachádzajú výnimočné vinohrady, ktoré poskytujú podmienky na vypestovanie najkvalitnejšej vinárskej suroviny. Darí sa tu najmä odrodám Müller Thurgau, Veltlínske zelené, Rizling vlašský, Rulandské biele, Rulandské šedé, Sauvignon, Chardonnay, Frankovka modrá či Alibernet.

„Robíme podľa niekdajšej kategorizácie takzvané áčkové odrody s menším strapcom, s menšími bobulami, s nižšou úrodou, v ktorých sa koncentrujú aromatické látky vo vône a v chuti, a z ktorých sa dá vyrobiť originálny výrobok. V akostných vínach s prívlastkom sú to kategórie kabinetné, neskorý zber a výber z hrozna, bobulový výber, hroziakový výber, ľadové víno a slamové víno,“ predstavuje zameranie vinárstva jeho majiteľ Ladislav Trnovec. Je hrdý na to, že víno dorábajú výhradne z vlastnej úrody hrozna. „Hrozno nepredávame ani nenakupujeme. To, čo sa nám urodí, to spracujeme a z toho žijeme celý rok,“ podotýka.

Ohľaduplný prístup k zberu hrozna a jeho spracovaniu a nasledujúce operácie vrátane riadeného kvasenia sú nastavené tak, aby vína dosiahli najvyššie parametre. Takým citlivým prístupom vyprodukuje Vinárstvo Trnovec ročne asi 70-tisíc fliaš. Víno si okrem menších



odberateľov našlo miesto na pulkoch veľkých obchodných sietí ako Kaufland, Metro, Tesco, Jednota i Terno.

Ladislav Trnovec zdôrazňuje, že v jeho víne sa odráža energia, ktorú počas celého roka venoval pestovaniu viniča a spracovaniu vlastného hrozna. „Pretože založiť vinič a dopestovať prvú úrodu trvá niekoľko rokov, a hoci je návratnosť takého úsilia dlhodobá, je to cesta, ktorou som sa vybral, a ktorá má zmysel,“ dodáva.

[www.vinarstvotrnovec.sk](http://www.vinarstvotrnovec.sk)



# PRI KÚPE MYSLITE NA KVALITU

TEXT A FOTO LuxOlive

*Olivový olej je od pradávna považovaný za tekutý zázrak. Je jednou z najzdravších surovín na svete vzhľadom na zloženie a vplyv na ľudský organizmus. Je bohatým zdrojom vitamínu E, antioxidantov a mono-nenasýtených tukov, ktoré majú blahodarný vplyv na kardiovaskulárny systém človeka. Ako sa však zorientovať v bohatej ponuke olivových olejov? Predovšetkým je dôležité obrátiť sa na dodávateľa, ktorému môžete stopercentne dôverovať. Takým je aj spoločnosť LuxOlive.*



## VIETE, ŽE...

Throuba olivy pochádzajú z horskej oblasti na severe gréckeho ostrova Thassos, kde je veľmi ťažké vybudovať zavlažovanie, preto tieto olivy rastú bez ľudských zásahov. „Zavlažujú“ sa len dažďom, pri pestovaní sa nepoužívajú žiadne hnojivá.

## AKO SI VYBRAŤ OLIVOVÝ OLEJ:

- vždy si vyberajte extra panenský olivový olej, ktorý prešiel nezávadnými mechanickými postupmi pri dodržaní prísnych parametrov;
- vyberajte iba olej s vyznačenou kyslosťou/aciditou, ktorá musí byť viditeľná na obale;
- zamerajte sa na pôvod oleja, neverte značkám, ktoré svoj pôvod deklarujú ako „Vyrobené mimo EÚ“;
- overte si podmienky skladovania;
- overte si, či môžete dodávateľovi olivového oleja dôverovať.

Thassianský (Thassoský) olivový olej je jeden z najlepších olivových olejov na svete. Najkvalitnejší extra panenský olivový olej sa získava mechanickým spracovaním zo 100 % lisovaných olív bez kôstok, patogénov, nečistôt a za studena. Olej je bohatý na antioxidanty a má najvyššie množstvo minerálov a vitamínov, ktoré sa nachádzajú v olivách. Extra panenský olivový olej má zlatožltú až zlatozelenú farbu a dodáva jedlu výraznú chuť. Kyslosť nepresahuje 0,8 %.

Obchodné reťazce ponúkajú viacero olivových olejov, v ktorých je zložité sa orientovať a o ich kvalite môžeme polemizovať. Veľa dodávateľov neuvádza na etiketách olejov

ich kyslosť/aciditu, čím spotrebiteľ zavádza a v cene extra panenského olivového oleja predáva obyčajný olivový olej, ktorý bol vyrobený rafinovaním (proces rafinácie oleja spočíva v mletí odpadu po extra panenskom olivovom oleji, ktorý sa potom zohrieva približne na 90 °C).

V LuxOlive podmieňujeme svoj výber vysokou kvalitou výrobkov. Všetky extra panenské olivové oleje pochádzajú výhradne z gréckeho ostrova Thassos z horskej oblasti, kde sa olivy pestujú bez použitia hnojív. Vyznačujú sa výraznou chuťou a vôňou.

Preto stavte pri kúpe oleja na rokmi osvedčenú kvalitu. [www.luxolive.sk](http://www.luxolive.sk)



# ZDRAVÉ, PRÉMIOVÉ A CHUTNÉ LYOFILIZOVANÉ OVOCIE SLOVENSKEJ SPOLOČNOSTI BRIXPRODUCTS

TEXT A FOTO Brixproducts

*Poznáte ten pocit, keď vás v obchode zláka škatulka krásne vyzerajúcich čerstvých jahôd či malín, ale doma zistíte, že časť z nich je súca len na vyhodenie? Ďalšie sklamanie príde, ak chuťovým pohárikom neprinesú očakávaný pôžitok.*

Samozrejme, nič sa nevyrovná čerstvej úrode z lokálnej tržnice alebo ešte lepšie z vlastnej záhradky, no tieto možnosti sú v priebehu roka značne obmedzené. Preto sa v súčasnosti stáva stále obľúbenejšou alternatívou mrazom sušené alebo aj lyofilizované ovocie.

## ZÁKLADOM JE KVALITNÉ OVOCIE

Hlavným dôvodom je jedinečný šetrný spôsob spracovania, ktorý dokáže zachovať vzhľad, farbu, tvar, ale i chuť a arómu čerstvého ovocia. Po spracovaní lyofilizáciou sa chuť a vôňa stávajú ešte intenzívnejšími. Akostné vlastnosti lyofilizovaného ovocia závisia predovšetkým od kvality použitého čerstvého ovocia. Ak chcete byť istí, že siahnete po vysokej kvalite a výnimočnom zážitku, lyofilizované ovocie značky Brix –Grown for flavour je správnu voľbu.

Značku vytvorila malá rodinná firma z Prievdzie so zámerom ponúknuť ľuďom to najlepšie. Od produktu, cez dizajn až po budovanie maximálnej spokojnosti svojich zákazníkov. Vďaka tomu, že sa úzko špecializujú iba na lyofilizované ovocie, sú schopní držať si tento vysoký štandard aj po šiestich rokoch fungovania. Potvrďuje to viacero ocenení, ktoré ich chutné produkty získali vrátane až 16 „gastro Oscarov“ z Great Taste vo Veľkej Británii. Ich posledným a najväčším „zlatom“ sa stala spolupráca s našou olympijskou medailistkou Anastasiou Kuzminovou, ktorá je ambasádorkou a tvárou značky Brix.

Firma ponúka iba ovocie, ktoré bolo pestované tradičným spôsobom a zbierané v čase najvyššej zrelosti. Spracovať sa musí do dvoch hodín po zbere, aby sa zachovala kvalita zreých plodov a musia byť ručne triedené pred aj po lyofilizácii. V ponuke nájdete naozaj široký výber od najpopulárnejších kontinentálnych druhov, ako sú jahody, maliny, marhule či slivky až po exotický ananás, mango, žltý melón alebo dračie ovocie. Spoločne s Nastou vytvorili jedinečnú zmes ručne zbieraného lesného ovocia; tú chuť a arómu jednoducho musíte zažiť.

## VYUŽITIE LYOFILIZOVANÉHO OVOCIA

Viacero gastro prevádzok dnes už používajú mrazom sušené ovocie a niet sa čo čudovať. Nielenže skvelo chutí a vyzerať na zákusoch,

tortách alebo ako súčasť miešaných nápojov, zároveň má obrovskú výhodu nenáročného skladovania. Pri izbovej teplote vydrží aj rok. Odpadávajú teda náklady spojené s chladením alebo prípadnou stratou, keď sa čerstvé ovocie pokazí. Mali by ste sa však vždy ubezpečiť či je ovocie uchované bez prístupu vzduchu a svetla. V opačnom prípade naberie vlhkosť z okolitého ovzdušia a nebude už také chrumkavé. Avšak stále bude využiteľné napríklad do populárnych smoothies.

Využitie je veľmi pestré a závisí len od vašej kreativity. Lyofilizované kusy ovocia elegantne doplnia raňajkové menu i mäsli zmesi. Môžete s ním vytvoriť skvelé domáce zmrzliny, sorbety. Ak chcete zafarbiť krém dezertu, stačí pomlieť v mixéri niekoľko kúskov dračieho ovocia a získate prach nádhernej fuchsiovej farby. S trochou fantázie ho môžete použiť ako prírodné sladidlo do koláčov či bábovky, prípadne pripraviť z neho čaj, spomínané smoothie aj limonádu. A čo by ste povedali na talianske Prosecco s lyofilizovanými jahodami alebo na klasický Mimosa drink doplnený mrazom sušenými kúskami mandarinky?



Jedinečnosťou ovocia spracovaného lyofilizáciou je, že si uchováva až 98 percent nutričných látok vrátane vitamínov, enzýmov, antioxidantov či minerálnych látok. Zároveň neobsahuje žiadne prísady na konzerváciu, ani pridaný cukor. Je celkom vo svojej panenskej podobe, iba zbavené vody. Preto mu



„NA ÚČELY DLHODOBÉHO SKLADOVANIA SÚ OPTIMÁLNE NEPRIEHLADNÉ OBALY S HLINÍKOVOU VRSTVOU, KTORÉ BRIX PONÚKA NA VÝBER.“



**BRIX**  
GROWN FOR FLAVOUR



nekonkuruje žiadny iný spôsob spracovania potravín. Dokonca aj dôležitý vitamín C, ktorý sa z čerstvého ovocia postupne vytráca už po prvom dni od zberu, je v lyofilizovanom ovocí uchovaný takmer v plnej miere počas niekoľkých mesiacov. Mrazom sušené ovocie preto nesmie chýbať tam, kde je zdravý životný štýl prioritou. Produkty Brix – Grown for flavour dodávajú charakter jedinečnosti a exkluzivity.

Firma toto chrumkavé ovocie obaluje v kvalitnej belgickej čokoláde a jednotlivé zabalené guľôčky sú zdravým spestrením ku káve. Či už sa rozhodnete pre menšie snackové balenia, ktoré budú užitočné na výletoch ako zdroj energie alebo veľké gastro balenia, z akých môžete čerpať „čerstvé“ ovocie po celý rok, mrazom sušené ovocie od Brix – Grown for flavour stojí za vyskúšanie. Upozornujeme však, že pre mnohých je veľmi návykové.

[www.brixproducts.com](http://www.brixproducts.com)





# LETNÝ PÔŽITOK Z GRILOVANIA S VÔŇOU LESA

Pripravil Tomáš Bobrovčan, šéfkuchár,  
Hotel Pieris\*\*\*, Podbanské.





## KRÉM Z CUKETY S OLEJOM Z VÝHONKU SMREKU

### Ingrediencie na 10 porcií:

Šalotka	– 200 g
Maslo	– 200 g
Zemiaky	– 300 g
Smotana 15 %	– 0,5 l
Olej olivový	– 0,2 l
Soľ	– 20 g
Koreníe	– 50 g

### Postup:

Umytú a osušenú cuketu nakrájame na väčšie kocky a restujeme na masle so šalotkou. Podlejeme zeleninovým vývarom a povaríme spolu so zemiakmi. Rozmixujeme spolu so smotanou. Dochutíme soľou a korením. Výhonky smreka zalejeme kvalitným olivovým olejom a parfumujeme pri 55 °C min. 24 hodín.



„K polievkam sa spravidla neodporúča podávať víno, pretože polievka je horúca a víno musí byť pri podávaní správne vychladené. Niektorými ľuďom to môže spôsobiť problémy s trávením. Krém sa môže podávať i chladnejší, záleží na druhu zeleniny. K cuketovému krému s olejom z výhonku smreka som vybrala slovenský sekt z Malokarpatskej vinohradníckej oblasti z vinárstva Hacaj. Lhká, svieža ovocná chuť s príjemnou kyselinkou cuketový krém skvele doplní.“

Denisa Šutáková, someliérka Corner & Co.



Hacaj sekt Brut,  
Slovensko, biele, brut  
[www.cornerco.sk](http://www.cornerco.sk),  
[www.wineplanet.sk](http://www.wineplanet.sk)

## STEAK ZO SVIEČKOVICE MLADÉHO BÝČKA, GRILOVANÁ VARIÁCIA KARFIOLU, ESPUMA ZO ZAÚDENÉHO PETRŽLENU A BATÁTOVÝ PAPIER

### Ingrediencie na 10 porcií:

Hovädzia sviečková	– 250 g
Tymian	– 200 g
Olej olivový	– 0,2 l
Petržlen	– 1000 g
Karfiol	– 400 g
Smotana 33 %	– 0,3 l
Smotana 15 %	– 0,2 l
Batát	– 200 g
Soľ	– 20 g
Koreníe hrubé	– 10 g
Špenát čerstvý	– 5 g

### Postup:

Sviečkovice z mladého býčka očistíme a napacujeme v korení a bylinkách, necháme odležať. Mladý karfiol uvaríme a nakrájame na plátky. Zo zvyšného karfiolu pripravíme pyrė s mladým špenátom. Očistený petržlen osolíme, polejeme olivovým olejom a upečieme. Mäkký petržlen zaúdime pod fóliou v gastro nádobe a necháme údiť. So smotanou rozmixujeme na pyrė a dochutíme. Teplé dáme do sífonovej fľašky. Z uvarého batatu pripravíme jemné pyrė, rozťahujeme ho na papier a sušíme pod lampou.

„Steak zo sviečkovice z mladého býčka je veľmi jemné mäso, preto by víno nemalo byť príliš ťažké, naopak, skôr ľahšie a svieže. Pyrė z petržľenu, karfiolu, smotany a batatový chips majú sladší charakter chuti. K hlavnému chodu – steaku zo sviečkovice mladého býčka s grilovanou variáciou karfiolu, s espumou zo zaúdeného petržľenu a batatovým paierom odporúčam víno Saint Laurent (u nás Svätovavrinecké) z rakúskeho vinárstva Stift Klosterneuburg ročníka 2017. Vavrínec s ovocným charakterom a prirodzenou sviežosťou príjemne doplní tento pokrm.“

Denisa Šutáková, someliérka Corner & Co.



Stift Klosterneuburg St. Laurent  
Classic Tattendorf, Rakúsko,  
ročník 2017, červené, suché  
[www.cornerco.sk](http://www.cornerco.sk),  
[www.wineplanet.sk](http://www.wineplanet.sk)



## JAHODOVO TVAROHOVÁ GUĽA S REBARBOROU

### Ingrediencie na 10 porcií:

Jahody	– 500 g
Rebarbora	– 400 g
Tvaroh	– 700 g
Smotana 24 %	– 0,3 l
Želatína	– 10 g
Polohrubá múka	– 100 g
Olej	– 0,1 l
Kryštálový cukor	– 100 kg
Kypriaci prášok	– 10 g
Vajce	– 2 ks
Citrón	– 1 ks

### Postup:

Jahody rozmixujeme a prepasírujeme na jemné pyré, pridáme želatínu, ktorá bola namočená v teplej vode. Na miernom ohni necháme rozpustiť želatínu v jahodovom pyré (teplota nesmie prekročiť 70 °C). Z tvarohu, kyslej smotany, trstinového cukru a citrónovej kôry vyšľaháme krém a pomaly pridávame pyré a vyšľaháme tvarohovo jahodový krém. Krém naplníme do formy, do stredu vykrojíme piškótu namočenú v rebarborovom sirupe a necháme stiahnuť v chlade. Rebarboru nakrájame na kocky a uvaríme vo vode s karamelom a citrónovou šťavou. Rozmixujeme a prepasírujeme cez tenké sitko. Sirup si zredukujeme na požadovanú hustotu.



*„Jahodovo tvarohová guľa s rebarborou je svieži ovocno-tvarohový letný dezert, ktorý vynikajúco osvieži počas letných horúčav. Sladko kyselkavú chuť jahôd a rebarbory spolu s tvarohom výborne doplní ružové sladké víno z Talianska z vinárstva Bava. Intenzívna sladká ovocná chuť vína s dominanciou jahôd a škorice s jemným perlením a jemnou kyselinkou výborne doplní tento letný dezert nielen v chuti, ale i farebne.“*

Denisa Šutáková, someliérka Corner & Co.



Bava Rosetta Malvasia di Castelnuovo Don Bosco, Taliansko, DOC, r2019, ružové, sladké  
www.cornerco.sk, www.wineplanet.sk

*Tomáš Bobrovčan je rodák z Liptova, ktorý už počas štúdiá zistil, že práve gastronómii sa chce venovať celý život. Pracoval v Nemecku, potom v rôznych prevádzkach na Liptove.*

*Neskôr zakotvil na niekoľko rokov ako šéfkuchár v Holiday Vilage Tatrallandia.*

*Teraz otvára už druhú sezónu v hoteli Pieris\*\*\* – Podbanské, kde sa snaží prepojiť gastronómiu Liptova a zdravých moderných surovín s plodmi lesa.*





# NOVINKY NA PLANÉTE VÍNA

TEXT A FOTO Denisa Šutáková, someliérka, Corner & Co.

## BIO VÍNA REYA ORGANICA

Reya Organica je nová privátna značka spoločnosti Corner & Co., ktorá vznikla v spolupráci s vinárstvom Víno Natural Domin & Kušický. Štyri vína z ročníka 2018 Reya Organica Sauvignon BIO, Reya Organica Tramín červený BIO, Reya Organica Rulandské modré BIO a Reya Organica Cabernet Sauvignon BIO sú skvelou voľbou. Vína majú atraktívnu adjustáž, sú určené do gastronómie, predstavujú dokonalý pomer medzi kvalitou a cenou. Lahkú manipuláciu pri otváraní vín umožní skrutkovací uzáver. Zákazníci čoraz viac vyhľadávajú vína, ktoré sú v BIO kvalite, súvisí to so zdravým životným štýlom.

**REYA Organica BIO - Tramín červený, Sauvignon, Cabernet Sauvignon, Rulandské modré, Slovensko, r2018**



*„Počas pandémie sme nezaháľali a vybrali sme pre vás nové vinárstvá a vína, ktoré by nemali chýbať vo vínných listkoch kvalitných gastronomických zariadení.“*

Zuzana Vajdová, obchodná riaditeľka Corner & Co.



## VINAŘSTVÍ SONBERK, ŠPALEK, GURDAU A J. STÁVEK

V posledných desaťročiach sa Česko a Morava vyvíjili v kvalite výroby vína, aj jeho propagácii. Po dlhom a náročnom výbere kvalitných vín z Moravy sme sa rozhodli zaradiť do portfólia Corner & Co., Wineplanet.sk a Wineplanet.cz štyri zaujímavé a originálne vinárstvá. Sonberk z Mikulovskej podoblasti, rodinné bio vinárstvo zo znojemskej podoblasti Špalek, z Velkopavlovickej podoblasti rodinné vinárstvo J. Stávek a mladé perspektívne vinárstvo Gurdau. Vynikajúce Veltlínske zelené zo Znojma, oceňovaný Ryzlink z Mikulova alebo temperamentná Frankovka z Modrých hôr môžu byť pýchou a spštením ponuky vínného lístka.

**Špalek Veltlínske zelené V.O.C., BIO, r2020, Česká republika, biele, suché**

## RUŽOVÉ PROSECCO TERRA SERENA

Spoločnosť Corner & Co. v spolupráci s vinárstvom Terra Serena priniesla v roku 2020 na slovenský trh ako vôbec prvá v histórii dovozu Prosecco Millésimato Rosé Brut 2019 a PINK Prosecco Rosé Millésimato Brut 2019.

Kupáž odrody Glera a Pinot Nero. Delikátne ružové Prosecco s harmonickou štruktúrou a príjemným ovocným záverom. Výborný aperitív, ktorý naštartuje chuťové bunky. Vynikajúci spoločník ku grilovanému lososovi, krevetám a morským plodom, k pečenej morke, kačici či prepeličke.

**Terra Serena Prosecco Rose Millesimato, Taliansko, DOC, r2019, ružové, brut**



## NOVINKA ZO ŠPANIELSKA MAS D'EN GIL

Mas d'en Gil, jedno z najstarších vinárstiev v Priorate, sídli v oblasti Bellmunt del Priorat. Strmé bridlicové svahy preložené starými vinicami s odrodami Garnatxa (Grenache) a Carinyena (Carignan). Od roku 2008 pracuje v režime biodynamic. Vinárstvo vyrába vína v kategóriách: Village Bellmunt, Premier Cru Coma Vella a Coma Alta, Grand Cru Clos Fontà a Coma Blanca. Tieto vína sa vyžadujú pozorného someliéra, šéfkuchára a zákazníka.

**Mas d'en Gil Bellmunt, Španielsko, DOCa, r2016, červené, suché**



Jednotka na trhu v oblasti špecializovanej distribúcie v segmente vína, destilátov a kávy. Kontaktujte nás na [odbyt@corner.sk](mailto:odbyt@corner.sk), +421 903 451 134 [www.cornerco.sk](http://www.cornerco.sk)



Vína z celej planéty  
Tisíce druhov vína z celej planéty nájdete na [www.wineplanet.sk](http://www.wineplanet.sk)

# BUMBU

THE CRAFT RUM

Dnes už máme na Slovensku viacero unikátnych produktov z Karibiku, ktoré patria do rodiny rumových produktov BUMBU. Ich príbeh sa začal v historickej barbadoskej pálenici založenej v roku 1893, ktorá funguje pri nepretržitej prevádzke už viac ako 120 rokov. Ostrov Barbados sa považuje za kolísku rumu, prvý rum tu vyrobili asi pred 400 rokmi. **BUMBU Original**, ktorý sa vyrába v historickej pálenici, vychádza z originálneho receptu vytvoreného námorníkmi zo Západnej Indie v 16. a 17. storočí. Námorníci do svojho rumu prímiešavali pôvodné karibské ovocie a korenie a nazvali ho Bumbu. Tak vznikol originál, ktorý je destilovaný na Barbadose, starne v sudoch po bourbone, pričom najstaršia zložka zreje úctyhodných 15 rokov. Základ tvorí zmes rumov vyrobených zo starostlivo

vybranej cukrovej trstiny, ktorá sa zbiera v krajinách s najlepšimi podmienkami na jej pestovanie: Barbados, Belize, Brazília, Kostarika, Dominikánska republika, Salvádor, Guyana a Honduras. **BUMBU XO** - špeciálne vydanie destilované a starené v Paname, ktoré dozrieva až 18 rokov. Novinka **BUMBU Cream** je unikátnou kombináciou BUMBU XO z Panamy, rumov zrejúcich v sudoch po bourbone a Pedro Ximénez Sherry, a nasledujúcou maceráciou korením chai s extra dávkou škorice. Na záver prichádza zmiešavanie so smotanou a kokosom.

**BUMBU Cream** je unikátny vo svojom segmente krémového likéru, jeho telo je postavené na základe prémiového produktu BUMBU XO

## OBJEDNÁVAJTE ONLINE

[www.nicolauspartner.sk](http://www.nicolauspartner.sk)



**24**  
hodín

**7**  
dní v týždni

**365**  
dní v roku



Všetko na jednom mieste  
a na pár klikov



Výhodné ponuky  
každý deň



Špeciálne objemové  
a vernostné balíčky



## B2B E-SHOP

Len pre registrovaných  
horeca zákazníkov



**NOVINKA**



# UNIKÁTY Z KARIBIKU

v lahodnej kombinácii s koreninami, kokosom a smotanou. Odporúča sa servírovať na ľade, kde sa dá krásne vychutnať jemná krémovosť, korenistosť a kokos na záver lahodnej, jemnej chuti alebo v miešanom drinku, ako je napr. twist na Espresso Martini v kombinácii s BUMBU Cream alebo použitie vo viac fancy drinku ako Piña Colada. Funguje skvele aj v kombinácii s vanilkovou zmrzlinou, espressom, horúcou čokoládou a filtrovanou kávou.

**Produkty BUMBU** sa hodia na čisté vychutnávanie, s vodou, s ľadom, no sú perfektne párovateľné v drinkoch, na ktoré prinášame pár tipov s kolegom Junior Brand Ambassadorom Marekom Klčom. Drinky, ktoré sme nafotili so skvelým fotografom Dušanom Křístekom,

sa zároveň veľmi príjemne snúbia aj s pochutinami a jedlom, napr.: **BUMBU Original** so sušeným tropickým ovocím, orechmi, čokoládou a kokosom.

**BUMBU XO** s kávou, tmavou čokoládou a cigarou.

**BUMBU Cream** s pralinkami s krémovou náplňou.

Príjemné vychutnávanie unikátov z Karibiku vám praje Tomáš Gyén, Brand Ambassador ST. NICOLAUS.



## HONEY RUM SOUR

6 CL BUMBU

1,5 CL MEDOVÝ SIRUP  
GIFFARD

2 CL CITRÓNOVÁ ŠŤAVA  
VAJEČNÝ BIELOK

**GARNISH:** CITRÓNOVÁ  
KÔRA, CITRÓNOVÝ PRACH  
- NA SERVÍROVACOM SKLE

**GLASS:** COUPETTE GLASS



## SMOKED RUM MANHATTAN

60 ML BUMBU XO

20 ML LA COPA ROJO  
VERMOUTH

1 DASH ANGOSTURA  
BITTERS

2 DASH PEYCHEAUD 'S  
BITTERS

ZADYMENÉ SMOKING  
GUNOM AMARENA  
CHERRY, POMARANČOVÁ  
KÔRA

**GLASS:** COUPETTE GLASS



## BUMBU EYE

6 CL BUMBU

1 CL MEZCAL OJO DE DIOS

3 CL LA COPA ROJO  
VERMOUTH

2 DROPS ANGOSTURA  
BITTERS

**GARNISH:** POMARANČOVÁ  
KÔRA - ZÁSTREK

CRUSTOVÝ PÁS Z KORENIA  
NA OKRAJI SERVÍROVACIEHO  
SKLA

**GLASS:** COUPETTE GLASS



## GUAVA - LIME LIMONÁDA

3 CL GIFFARD SIRUP  
GUAVA

1,5 CL LIMETOVÁ ŠŤAVA  
MÄTOVÉ LÍSTKY

GREPOVÉ PLÁTKY

SÓDA

**GARNISH:**

GREPOVÝ PLÁTOK, MÄTA



## SERENA'S SHERBET

Prosecco\* 2/5 (20 ml)  
Citrónový sorbet 2/5 (20 ml)  
Limoncello 1/5 (10 ml)



## SERENBERRY

Prosecco\* 2/3 (33 ml)  
Jahodové pyr 1/3 (20 ml)

# 3 OTÁZKY PRE ZUZANU VAJDOVÚ, OBCHODNÚ RIADITEĽKU CORNER & CO.



### **Ako hodnotíte vplyv koronakrízy na odbyt vína, destilátov a liehovín?**

Táto veľmi častá otázka má v podstate jedinú možnú odpoveď – v gastronómii sa pre nás zastavil svet na viac ako desať mesiacov. Z toho vyplýva, že odbyt vína a destilátov klesol na absolútne minimum, s výnimkou troch letných mesiacov 2020. HoReCa segment sa tak stal jednou z najpostihnutejších oblastí podnikania, ktoré pandémia tvrdo zasiahla. Zmeny nastali v podstate vo všetkých aspektoch – zaznamenali sme zmeny vo vlastníckych štruktúrach prevádzkovateľov, nie všetci zvládli túto náročnú situáciu a rozhodli sa svoje prevádzky zavrieť alebo odstúpiť. Zmena postihla aj zamestnancov. Mnohí z nich boli nútení pod vplyvom udalostí nájsť si na prechodný čas iné zamestnanie, a dnes už neplánujú návrat do gastronómie. Nastali aj pohyby v dodávateľsko-odberateľských vzťahoch, zaznamenávame veľa záujemcov na spoluprácu v našich troch komoditách – víno, káva, spirits. Predpokladám, že zvýšený záujem o spoluprácu s našou spoločnosťou vyplýva z faktu, že počas krízy sme boli našim odberateľom nielen stabilným partnerom, ale v mnohých prípadoch sme vyšli v ústrety individuálnym prístupom k pohľadávkam – či už formou splátkových kalendárov alebo odkladom splatností.

### **Aký vývoj predpokladáte v súvislosti s postupným uvoľňovaním opatrení a otváraním prevádzok? O čo bude najväčší záujem?**

V súčasnosti práve prechádzame postupným uvoľňovaním opatrení, čo sa prejavilo v prvej fáze otváraním terás, v druhej fáze interiérov. Popravde, aj tí prevádzkovatelia, ktorí disponujú terasami neťažili z tejto výhody vo veľkom, a to pre počasie, ktoré v tomto roku ukázalo svoju horšiu stránku. V týchto dňoch dochádza k otváraniu interiérov gastronomických prevádzok, správy z trhu sú však zatiaľ veľmi rozpačité. Zjavne sme sa postavili na štart behu na dlhšiu trať, lebo konzumenti, okrem toho že zmenili svoje zvyklosti v rámci konzumácie jedál a nápojov, prípadne dokonca životného štýlu, prichádzajú do prevádzok poskromne a v podstate „veľký otvárací žúr“, ako sme všetci dúfali, sa zatiaľ nekoná. Sme však optimisti a veríme, že historicky zaužívané zvyky slovenského konzumenta jedna kríza neporazí ☺.

### **Počas koronakrízy, keď boli gastroprevádzky zatvorené, vzrástol nákup koncových odberateľov a rozvíjalo sa tzv. domáce barmansтво. Zaznamenali ste zvýšený odbyt produktov, resp. zmenil sa druh nakupovaného tovaru?**

Nákup koncových odberateľov u nás výrazne stúpol, najmä predaj cez kanál retailu, ale ešte významnejšie cez náš eshop. Zlepšili sme kvalitu a funkčnosť webového prostredia a zaviedli sme bleskovú zásielku do jednej hodiny od objednávky pre najsmädnejších. Zároveň sme pripravili pre HoReCa zákazníkov B2B rozhranie, cez ktoré pohodlne získajú všetky informácie o našej vzájomnej spolupráci a môžu si objednať tovar. Naplno sme využili online priestor na degustácie, pútavé inštruktážne videá pre domácich barmánov, someliérov a kuchárov. Verím, že každá zmena prináša nový pohľad na svet a nové obzory a verím, že aj naša práca počas koronakrízy, keď sme nezaháľali a využili maximum času a energie na zlepšenie činností, prinesie nové obzory aj našim zákazníkom.



# HĽADALI DOKONALE VYLADENÝ GIN, OTVORILI VLASTNÚ DESTILÉRKU

TEXT A FOTO Spirit Company

*V Trenčianskych Tepliciach priamo pri vstupe do kúpeľného parku vznikla nová prevádzka, ktorej energia priam požíva na návštevu. Spoznajte príbeh lokálnej destilérky Likérka, v ktorej sa vyrába remeselný slovenský gin TOISON a bylinný likér Dr.Kramer.*

## SEN O VLASTNEJ DESTILÉRKE

Za projektom stojí dvojica Pavol Sirotný a Michal Hajský. V roku 2019 prerobili v Trenčianskych Tepliciach v spolupráci so slovenskými architektmi starý meštiansky dom z 20. rokov minulého storočia. Likérka Apertiv Bar & Distillery ukrýva bar a kaviareň, terasu, obchodík a výrobnú. Dominantou je presklený výhľad do výroby s prvotriednym destilačným zariadením Holstein. Práve tu sa ručne vyrába slovenský gin TOISON a bylinný likér Dr.Kramer.

## TOISON – REMESELNÝ GIN VYLADENÝ V KAŽDOM DETAILE

Legenda hovorí, že termálne pramene v okolí Trenčianskych Teplíc objavil pastier, ktorý sa vydal hľadať zatúlanú ovečku. Názov ginu preto dômyselne ukrýva odkaz na slovenský pôvod symbolizovaný ovčím rúnom (z fr. TOISON), ktoré je preklenuté aj do detailov na fľaši odliatej v tvare zvona. Dizajn fľaše slovenského dizajnerskeho štúdia získal bronz na svetovej súťaži obalového dizajnu Pentawards 2020 a stal sa súčasťou publikácie Design Book no.6.

Pomalá, viacstupňová destilácia prebieha v destilačnej kolóne Holstein. Používajú sa dva kombinované štýly výroby a to steeping a racking. Po destilácii gin odpočíva mesiac v starožitných kameninových nádobách z čias bývalého Československa. TOISON otvára vôňa kamiliek, kvetov lipy a bazových plodov. Po ochutnaní potom dominujú borievky, šípky a žihľava. V závere doznieva sladké drevko, ovocnosť arónie a sviežosť citrusov.

## DR.KRAMER – BYLINNÝ LIKÉR Z KÚPEĽOV

V dokonale prepracovanej receptúre vyznieva chuť sviežej medovky, materinej dúšky, anízu a bazových plodov. Iskrivý záver okorenenej vanilkou a škoricou zahaluje podmanivú vôňu ruží a levandule. Nechajte sa preniesť do obdobia elegantného života kúpeľného mestečka a vychutnajte si dúšok bylinného likéra. Dr.Kramer v ikonickej lekárskej fľaši spája dary prírody, silu kúpeľných prameňov a poctivú ručnú výrobu. Likér netreba chlaďiť, podávať ho môžeme ako aperitív, aj ako digestív. Navyše, výborne sa hodí aj ku káve a sladkému dezertu.

[www.spiritcompany.sk](http://www.spiritcompany.sk)



# OSVIEŽTE SA!

*Letné terasy a svieže koktajly - to je kombinácia, ktorá nás stále baví...*



## ELIZABETH II:

- 40 ml TOISON\*
- 20 ml Sirup Jahody v šampanskom
- 20 ml Citrónová šťava
- Bielok
- Tonic top up

### Príprava:

Gin TOISON, sirup, citrónovú šťavu a bielok vložíme do 2-dielneho šejkra. Vyšľaháme bez ľadu, potom pridáme ľad a opäť prešejkujeme. Prelejeme do vychladeného V-shape a pridáme tonic.

**Ozdoba:** Čaj

**Pohár:** V-shape





## DR. KRAMER & TONIC IBIŠTEK

- 40 ml Dr.Kramer\*

- 100 ml Ibištekový tonic

### **Príprava:**

Priama cesta. Do pohára pridáme ľad, jemne premiešame.

**Ozdoba:** Stromček mäty

**Pohár:** dlhý „whisky“ glass

\*[www.spiritcompany.sk](http://www.spiritcompany.sk)

## CLOVER CLUB

- 40 ml Dr.Kramer\*

- 20 ml Čerstvá citrónová šťava

- 15 ml Cukrový sirup

- 20 ml Malinové pyrė / 5 ks čerstvá malina

- Egg white (voliteľné)

### **Príprava:**

Všetky ingrediencie dáme do shakeru - 3D a potom pridáme celý ľad. Prešejkujeme a precedíme (spôsobom double strain) do vychladeného Nick & nora pohára.

**Ozdoba:** Lupeň ruže

**Pohár:** Nick & nora



#2 SUCCESS STORIES/PRÍBEHY ÚSPEŠNÝCH FIRIEM

## IVET NOVOTNÁ: V MOJICH DEZERTOCH JE VEĽA LÁSKY

PRIPRAVILA Alena Reháková FOTO Juraj Čičo

*Krásne zdobené, vždy čerstvé a dokonale chutné, také sú dezerty od Ivet Novotnej, ktoré už siedmy rok vyrába pre svojich zákazníkov s intoleranciami, ale i „všežravcov“. V rozhovore nám prezradila, čo ju k tejto práci priviedlo, aké prekážky musela prekonať a aké výzvy ju čakajú.*



### **Aká bola vaša cesta k projektu „Ivet - chute, ktoré chcete zažiť“?**

Práve sa mi premietli pred očami všetky tie roky a vyčarilo mi to úsmev na tvári. Nešla som do toho s cieľom ísť robiť biznis. Vlastne to celé bola jedna veľká náhoda. V živote som vyskúšala rôzne práce, no vždy s nimi súviselo vysoké pracovné a psychické vypätie. Časom sa prejavili moje zdravotné ťažkosti. Smrť otca a ťažké operácie mojej mamy boli ďalším impulzom začať sa viac zaoberať zdravím seba i mojej rodiny. Pátrala som po informáciách a sedela hodiny a hodiny nad knihami. Vtedy som natrafila aj na raw dezerty. Učarovali mi okamžite, a tak som sa hneď pustila do skúšania vlastných receptúr. Hodiny som trávila v kuchyni a systémom pokus/omyl tvorila. Bola som šťastná. Najskôr to bola záľuba. Potom to prerástlo vo vášeň. Na začiatky spomínam ako na obdobie sladkej nevedomosti, keď nadšenie a motor na zhmotnenie sna je taký silný, že prekoná všetky prekážky. A presne tam som urobila „šialené“ rozhodnutie, že to bude moja práca. Odvtedy som prešla už veľký kus cesty, som o sedem rokov ďalej a s láskou budujem tento malý lovebrand. Mám výrobnú a otvorila som aj naše maličké IVET Bistro.

### **Bola výroba sladkých dezertov pokračovaním praxe v gastro priemysle?**

Nie, predtým som nemala žiadne skúsenosti v gastro oblasti.

### **S akými výzvami či problémami ste sa stretli?**

Myslím, že výzva bola hneď na začiatku. Po zistení, čo všetko znamená otvoriť cukrársku výrobu bez potrebného vzdelania, vedela som, že to bude veľmi náročné. Legislatíva nie je ústretová pre začínajúcich malých podnikateľov, a tak som musela splniť náročné podmienky. To všetko bez akejkoľvek klientely. Ja som na to totiž išla akosi „naopak“. Najskôr som všetko chcela vybaviť oficiálne, dostať vysnívaný „štampel“ a potom začať. Urobila som si requalifikáciu na cukrára. Našla prvý priestor, prerobila ho podľa prísnych hygienických podmienok a začala pracovať na svojom sne. Dnes som už vo svojej tretej výrobní a môžem povedať, že by som mohla robiť aj poradenstvo pri otváraní takých prevádzok :). Mojou filozof



fiu však od začiatku bolo prinášať ľuďom radosť pri maškrtení, a to aj tým so zdravotnými obmedzeniami. Aby zažili chuťový a vizuálny zážitok. Teraz po rokoch môžem zodpovedne povedať, že túto prácu môžete robiť iba ak ju naozaj milujete. Nie je jednoduchá, no je veľmi krásna.

### **Čo všetko dnes ponúkate?**

Zažila som roky vzácných skúseností, mojimi rukami prešli tisíce raw dezertov. Preto môžem hrdo povedať, že chutia fantasticky a receptúry mám vyladené do poslednej bodky. Spoznala som stovky zákazníkov, ktorí často prichádzali zďaleka, dokonca aj zo zahraničia. Bola som súčasťou mnohých významných chvíľ. Keď som cítila, že mám skutočne čo odovzdať ďalej, zorganizovala som zážit-

Posledný rok som rozšírila ponuku o pečené dezerty. Sústreďujem sa výhradne na tvorbu dezertov vhodných pri rôznych obmedzeniach. Nemôžete napríklad lepok, mlieko, orechy, sóju a kakao, a to všetko naraz? Áno, aj vy si u nás pochutíte. Výrobu som rozdelila na tri sekcie. Raw dezerty, vegan pečené dezerty a dezerty s použitím vajíčok. Všetko je však bezlepkové a zároveň bez mlieka. V rámci týchto sekcií vyrábame dezerty s prihliadnutím na rôzne požiadavky.

### **Akú hlavnú ingredienciu nájdeme vo vašich dezertoch?**

Tak to je celkom jasné. Staré dobré klišé. Samozrejme, veľa lásky! Tá je vkladaná do každého jedného kúska a bez nej by naše dezerty neboli také aké sú :). Okrem nej už len

---

” PO ZISTENÍ, ČO VŠETKO ZNAMENÁ OTVORIŤ CUKRÁRSKU VÝROBU BEZ POTREBNÉHO VZDELANIA, VEDELA, SOM ŽE TO BUDE VEĽMI NÁROČNÉ. MOJOU FILOZOFIOU VŠAK OD ZAČIATKU BOLO PRINÁŠAŤ ĽUĎOM RADOSŤ PRI MAŠKRTEŇÍ, A TO AJ TÝM SO ZDRAVOTNÝMI OBMEDZENIAMÍ. “

---

kové workshopy. Po piatich rokoch však prišiel čas posunúť sa ďalej. Chýbal mi nový vietor, nová tvorba, aby som mohla zákazníkom priniesť ďalšie skvelé veci. Tentoraz je výrobná veľká a umožňuje mi plniť si ďalšie sny a rozširovať ponuku o ďalšie dobroty. Medzičasom už nie som na výrobu sama.

suroviny vysokej kvality a krásne zdobenie, aby sme potešili aj oči.

**Sladké dezerty splňajú niekoľko „bez“; bez mlieka, lepku, orechov. Tvorí väčšinu maškrtníkov zákazníci s intoleranciami a ako sa vyvíja ich záujem?**



Časy sa výrazne menia, a tým aj možnosti, ktoré mám k dispozícii. Keď som začínala, dostupnosť bezlepkových a bezmliečnych dezertov bola minimálna. Na Slovensku sa začínala éra raw dezertov a bolo nás skutočne niekoľko, ktorí sme sa tomu začali venovať. Bolo to nové a za seba môžem povedať, že prvých päť rokov som vyrábala iba tie a vždy som mala veľa zákazníkov. Ale určite nie iba „intolerantných“. Veľké možnosti sa otvorili tým, že som začala aj piecť. Pribudlo veľa skvelých možností pre zákazníkov a dnes si u mňa objednávajú bežne aj ľudia, ktorí nemajú žiadne intolerancie, proste im „len“ u nás chutí. Na druhej strane ma však stále vyhľadávajú noví zákazníci. Intolerancii pribúda a často sú ľudia na začiatku zúfalí. Potom mi vďačne píšu, že sú šťastní, že môžu aj naďalej chutne maškrtiť. Výber u nás majú naozaj bohatý.

**Museli ste sa prispôbiť súčasnej pandémii na Slovensku a aké sú vaše plány do budúcnosti?**  
Samozrejme, aj mňa táto situácia zasiahla. Posledný rok nebol jednoduchý a nielen pre

mňa, veľmi dobre si to uvedomujem. Všetci sme na seba naviazaní a vzájomne sa potrebujeme. Vykročili sme do neznáma a ja som sa hneď na začiatku rozhodla, že urobím všetko pre to, aby sme to zvládli. Aby som si potom mohla povedať, že som vyskúšala všetko, ak by to predsa nevyšlo. Teším sa, že za ten rok pandémie výroba funguje po celý čas. Vypadli síce väčšie akcie, svadby a oslavy sa výrazne zúžili, vyrábam však denne. Pripojila som rozvozy ako náhradu za to, že naše bistro bolo zatvorené. A za zmienku stojí spomenúť dve veci. Prvou je, že sme naozaj maličká firma, a tak sme schopní pružnejšie reagovať, rovnako náklady máme výrazne nižšie ako veľké prevádzky. Druhou je, že mám za roky môjho fungovania vybudovanú stálu klientelu, ktorá aj v náročných časoch mala a má chuť maškrtiť. Tento rok ma naučil žiť viac v prítomnosti a niektoré plány som musela posunúť na neskôr. Rada by som otvorila prevádzku aj v inom meste a konečne som sa rozhodla presunúť viac do online priestoru, kde chystám nový projekt. Verím, že všetko má svoj čas a príde to presne vtedy, keď to má prísť.



# POMÔŽEME VÁM ZNOVA ROZBEHNÚŤ VÁŠ BIZNIS!

## REŠTAURÁCIA, HOTEL, ROZVOZ, MOBILNÝ PREDAJ? PRÍJEM PLATOBNÝCH KARIET?

TEXT A FOTO A3 Sořt, AdobeStock

*Prístup k práci a zákazníkovi sa definitívne zmenil. Nech sú príčiny akékoľvek, faktom je, že pokiaľ chceme byť úspešní, musíme byť maximálne efektívni a rešpektovať nové pravidlá. Riešenie FiskalPRO vám výrazne pomôže a budete pripravení na situácie, ktoré ste predtým nemuseli riešiť. Bez výmeny existujúceho pokladničného riešenia alebo informačného systému.*

Obsluha terasy, vonkajšieho priestoru alebo výdajného okienka. Využite mobilného čašníka – čo najrýchlejšie obslúžiť zákazníkov tak, aby boli spokojní. Je maximálne efektívny, rýchly, bezchybný a vždy tam, kde ho zákazníci potrebujú. A to všetko s úsmevom na perách, aj na konci celodennej zmeny, a pritom sa neubehať k smrti. To sa dnes už nedá zvládnuť s papierom, ceruzkou a dobrou pamäťou. Je tu však zariadenie, nie oveľa väčšie ako bežný mobil. Nosíte ho vo vrecku alebo v puzdre za opaskom. Pomocou neho vytvoríte nový účet, „zaparkujete“ ho na vybraný stôl, do kuchyne sa odošle objednávka. Kedykoľvek k účtu pridáte novú položku, rozdelíte účet a urobíte čiastočnú alebo celkovú úhradu stola/dokladu. Na tom istom zariadení zákazník zaplatí platobnou kartou, telefónom, hodinkami alebo stravovaciu kartou a vy hneď vytlačíte účtenku.

Viacere FiskalPRO zariadenia v jednej prevádzke? Žiadny problém! Aj informácie o stoloch, dokladoch a jednotlivých účtoch si tieto zariadenia navzájom online vymieňajú a je celkom jedno, o ktorý stôl sa ktokoľvek z obsluhy postará. To všetko v kombinácii s existujúcim pokladničným systémom, ktorý kvôli FiskalPRO vôbec nemusíte meniť. Máte e-shop? Potrebujete zákazníkom rozvážať jedlo alebo akýkoľvek iný tovar až domov? Poskytnite im možnosť platby kartou alebo hotovosťou na mieste pri odovzdaní. Rovnako tak v prípade mobilného predaja alebo distribúcie tovaru s napojením na váš informačný systém. Všetky doklady o predaji a rozvoze pohodlne v mobilnom zariadení kuriéra či vodiča. Jednoduché a intuitívne ovládanie, nízke obstarávacie náklady a obrovská pridaná hodnota. Zbavíte sa zbytočných chýb, omylov, prepisovania dokladov,

otázok na spôsob úhrady a behania. Budete pripravení na všetky spôsoby obsluhy zákazníka a doručenia tovaru.

### FISKALPRO – MOBILNÝ ČAŠNÍK, ROZVOZ, DISTRIBÚCIA

- Android zariadenie All in One – mobilná eKasa, platobný terminál, scanner a tlačiareň účteniek;
- Jednoduché a intuitívne ovládanie;
- Podpora viacerých zariadení prepojených online;
- Výhodné poplatky za platby kartou;
- Prepojenie na váš existujúci pokladničný/skladový/informačný systém;
- Cloud FiskalPRO s prepojením pomocou API.

[www.fiskalpro.eu](http://www.fiskalpro.eu)



**FISKAL  
PRO**  
[www.fiskalpro.eu](http://www.fiskalpro.eu)





# GASTROBIZNIS MENÍ TVÁR

TEXT Eleonóra Bujačková FOTO AdobeStock

*Aj keď počas zúriacej pandémie koronavírusu bola návšteva reštaurácií či barov nereálna, plánovať sme si ju v oblúbenom podniku mohli. A tešiť sa, že keď pandemické opatrenia pominú, zmiernia sa, navštívime napríklad aj renomovaný a ocenený podnik. Lebo hoci gastrobiznis zažíva neľahké časy, opäť sa udeľovali ocenenia Gurman Award. Už po sedemnásty raz.*



Tento rok je pre reštauračnú gastronómiu celkom iný. Cieľom nie je zvyšovanie kultúry, ale prežitie. Uznanie a úctu si tí najlepší plne zaslúžia. Aj takouto formou chcú garanti tohto ocenenia pripomenúť verejnosti, že v gastronómii máme množstvo zaujímavých, šikovných a úspešných ľudí. „Už 17 rokov pôsobíme na slovenskej gastronomickej scéne a hodnotíme, objavujeme, odporúčame najlepšie reštaurácie, šéfkuchárov či someliérov a vinárov. Veľa sa toho za tie roky v gastronómii podarilo a teší nás, že aj kvalitatívna úroveň celej gastronómie išla nahor a rozširuje sa aj do mi-

mobratislavských regiónov,“ povedal Rado Nackin, riaditeľ spoločnosti Gurmán na Slovensku. Zmena nastala aj v samotnom udeľovaní cien, ocenení a aj ich publikum sa museli uspokojiť s virtuálnym odovzďaním cien (aj keď každý dostane prestížnu sošku od akademického maliara Milana Lukáča osobne) a vymeniť si svoje know-how si nemohli ani na tradičnom sympóziu Gastronomy Slovakia.

Gastronomickou osobnosťou sa stala **Valéria Pluhárová**, ktorá vychovala celú generáciu mladých kuchárov, z ktorých sa

mnohí stali výraznými osobnosťami slovenskej gastronómie. Je jednou zo zakladajúcich členov Slovenského zväzu kuchárov a cukrárov, kde pôsobí od roku 1990 až dodnes. Valéria Pluhárová je držiteľkou viacerých významných štátnych ocenení.

Cenu someliér roka 2020 získal **Matúš Hamara** in memoriam z Kempinski High Tatras. „Miloval svoju prácu, kontakt s ľuďmi, vášeň a nadšenie pre túto profesiu z neho priam sáľali. Len málokto vedel tak pútavo rozprávať o víne ako Matúš,“ charakterizovali ho hodnotitelia.

Najlepšou prémiovou reštauráciou sa stal **UFO watch.taste.groove**, hotelovou reštauráciou je reštaurácia **Palfy restaurant – Šimák Zámok Pezinok** a tematickou reštauráciou je **Akadémia beer & bistro** v Trnave. Cenu Hospitality AWARD získala reštaurácia **Gašperov Mlyn** v podtatranských Batizovciach. Vinárstvo roka si vyslúžila trnavská dvojica **Mrva & Stanko** s produkciou 350-tisíc fliaš výlučne a odrodového, akostného s prívlastkom či značkového vína.

## Top šéfkuchári 2020

**Jozef Masarovič** – UFO Bratislava

**Jozef Breza** – Gašperov Mlyn – Batizovce

**Tomáš Lysý** – IASAI Bratislava

Na Gurman Award sa odovzdávali aj ocenenia Gurman Gold – Zlaté vidličky pre najlepšie slovenské reštaurácie. Jednu vidličku na Slovensku má 12 reštaurácií, dve Zlaté vidličky patria Afrodite – Chateau Čereňany, Albrecht restaurant Bratislava, Gašperov Mlyn, Batizovce a Mlyn 108, Modra. Tri vidličky boli udelené ako jedinej reštaurácii UFO watch.taste.groove.

# HVIEZDY NA REŠTAURAČNOM NEBI

PRIPRAVILA Eleonóra Bujačková FOTO archív J. Masaroviča

*Šéfkuchárom roka 2020 sa podľa bedekra Gurmán na Slovensku prvý raz stal Jozef Masarovič, ktorý vedie kuchyňu v bratislavskej reštaurácii Ufo watch.taste.groove. Zážitkovú gastronómiu ponúka vo výške 85 metrov nad hladinou Dunaja a s výhľadom na panorámu mesta.*



## **Kedy vám učarovalo varenie, čo pre vás znamená?**

Bude to znieť ako klišé, ale už ako malý chlapec som sa v kuchyni motal mame pod nohami. Vtedy som určite nevedel, že to bude moje vysnívané povolanie, ktoré má naplňať. Seriózne som to začal vnímať, keď som sa dostal do zahraničia a varil v profesionálnej kuchyni s uznávanými svetovými šéfkuchármi. Varenie je moja vášeň, forma sebarealizácie a vyjadrenia mojej osobnosti.

## **Čo by nemalo chýbať dobrému kuchárovi?**

Dobrý kuchár musí spĺňať veľa atribútov, od poriadkumilovnosti až po cit pre detail. Výhodu majú tí, ktorí ku kuchárčine prístupujú s láskou a oduševnením. U kuchárov je veľmi ľahko rozpoznateľné, ak to robia len pre peniaze.

## **Pre koho najradšej varíte?**

Každý deň varím pre výnimočných hostí. Keby sme ku každému hostovi neprístupovali výnimočne, naša reštaurácia by nebola

tam, kde je. Každý náš hosť je rovnako jedinečný a rovnaký servis a zážitok musí dostať hosť, ktorý je u nás prvýkrát, ale aj ten, ktorý k nám chodí pravidelne. Počas obdobia koronavírusu však varím najviac svojim deťom, od ktorých dostávam práve tie najtvrdšie slová kritiky.

## **Čo vás fascinuje na varení?**

Je to pre mňa spôsob sebarealizácie a vyjadrenia. Každý deň prináša nové výzvy, s ktorými sa rád popasujem.



---

” VARENIE JE MOJA  
VÁŠEŇ, FORMA  
SEBAREALIZÁCIE  
A VYJADRENIA MOJEJ  
OSOBNOSTI. “

---

**Aká je slovenská gastronómia, vyrovnáva sa svetu?**

Za posledné roky prešla slovenská gastronomická scéna dlhou cestou, pomaly dobiehame svetovú gastronómiu. Ľudia oveľa viac cestujú ako v minulosti, začína u nás vyhrávať kvalita nad kvantitou a to je dobrý začiatok. Ľudí zaujíma pôvod surovín, ľudovo povedané: chcú vedieť, čo jedia.

**Čo považujete za vrchol gastronomického umenia?**

Pre každého môže vrchol gastronomického umenia znamenať niečo iné, ale dôležité je, čo za vrchol považujú naši hostia. Ak odchádzajú spokojní, radi sa k nám vracajú a aj po rokoch si pamätajú chute, ktoré ich u nás zaujali, moja úloha je splnená. Na to však musí naplno fungovať symbióza medzi servisom a kuchyňou, ktoré idú ruka v ruke.

**Aká je vaša špecialita?**

Ako šéfkuchár reštaurácie by som mal odpovedať, že sú to všetky jedlá, ktoré v menu máme. Medzi nami však môžeme povedať, že určite najobľúbenejšie sú tie, ktoré označujeme za naše signature dishes; napríklad Morský čert s baby brokolicou a kaviárom z morských rias alebo Tvarohové gule s makovou penou a marhuľami. Ide o tie, za ktorými sa hostia vyslovene vracajú a ktoré nechávame na menu dlhšie, ako je obvyklé. Vrátiť sa po čase do reštaurácie a nájsť tam svoje obľúbené jedlo, je pre hosta signifikantom dobrého večera.



**Ktorú kuchyňu považujete vskutku za výnimočnú?**

Každá kuchyňa vychádza zo svojej kultúry, tradície. S veľkým rešpektom pristupujem ku každej z nich, baví ma spájať jednotlivé kuchyne, preto je naše à la carte menu spojením mediteránno-ázijskej kuchyne, kde do stredozemnej kuchyne vkladáme ázijské prvky.

**Kde beriete inšpiráciu?**

Zúčastňujem sa na zahraničných stážach, stretávame sa s priateľmi šéfkuchármi z celého sveta, radi si vymieňame svoje poznatky a skúsenosti, no často čerpám informácie z odbornej literatúry. Tie potom zužitkujem pri tvorbe nových jedál, ktoré sa dostanú do finálnej podoby nezriedka až po niekoľkých mesiacoch. Je známe, že všetky suroviny sú už dávno vymyslené, ide však o to, že v mysli šéfkuchára nemôžu byť limity, ktoré by mu nedovoľovali spojiť to, čo je na pohľad nespojitelné a v tom je to čaro.

**Platí aj dnes, že nie je zlé jedlo, je len zlý kuchár?**

Vnímam to skôr tak, že z kvalitných surovín vie variť každý kuchár. Súčasné trendy nám však ukazujú, že len tí najlepší vedia jednoduché a často podceňované suroviny povýšiť na gastronomický zážitok. Určite existujú aj zlé jedlá, ktoré však dobrí kuchári nevaria.

**KTO JE JOZEF MASAROVÍČ**

Svoje profesionálne pôsobenie vo svete gastronómie začal na luxusných výletných lodiach pod vedením najvychýrenejších šéfkuchárov. Po návrate naspäť na Slovensko začal pracovať v reštaurácii Papparazzi, odkiaľ sa mu otvorila cesta a dostal príležitosť viesť jednu z najlepších reštaurácií na Slovensku, UFO. Pod jeho vedením v posledných rokoch získalo niekoľko významných hodnotení. Svoje kulinárske umenie zdokonaľuje na stážach v zahraničných michelinských reštauráciách a často si do UFO pozýva na hostovanie svetových šéfkuchárov. Kolegovia z branže aj odborníci vravia, že Jozko Masarovič je kreatívny šéfkuchár, ktorý nepozná slová „nie“ a „nedá sa“.

**HLAVÁTKA KRÁLOVSKÁ, MISO MASLO, CIDER GÉL, SALICORNIA, YUZU KAVIÁR, SAKÉ WASABI VINAIGRETTE**

**Marináda na hlavátku:**

10x filet  
1 kg morská soľ hrubá  
0,5 kg kryštálový cukor

**Postup:**

Rybu očistíme, zbavíme kože a kostí, zasypeme pripravenou zmesou soli a cukru, potom necháme marinovať jednu hodinu. Rybu opláchneme pod studenou tečúcou vodou a dôkladne vysušíme, čím ju pripravíme na servis. Pri servírovaní krájame na tenké plátky.

**Miso maslo:**

1 kg maslo  
300 g miso  
16 g cesnak bez stredy srdiečka  
12 g zázvor  
60 g limetková šťava  
6 g soľ

**Postup:**

Očistíme cesnak a zázvor, pridáme ostatné suroviny a rozmixujeme v termo mixéri so šľahačom. Potom vložíme do cukrárenského vrecúška a zchladíme.

**Cider gél:**

630 g cider  
70 g jablkový ocot  
100 g cukor  
10 g agar

**Postup:**

Spojíme všetky suroviny, zľahka prevaríme, necháme vychladnúť, rozmixujeme a zavákuujeme.

**Jablkovo-uhorkové saké:**

1,5 kg jablká granny smith  
450 g uhorková šťava  
20 g soľ  
75 g čerstvý chren  
80 g jablkový ocot

**Postup:**

Uhorkový fresh spojíme so soľou a jablkovým freshom ponorným mixérom. Do pripravenej zmesi odšťavujeme jablká a súčasne mixujeme. Nakoniec dochutíme nastrúhaným chrenom.

**Kurací chips:**

Kuraciu kožu si očistíme od prebytočného tuku, uložíme na papier na pečenie, zakryjeme ďalším papierom a zaťažíme plechom, potom pečieme na 100 °C asi dve hodiny. Po vychladnutí fritujeme do chrumkava vo fritéze, dochutíme a nakrájame.

**Garnish:**

Salicornia Yuzu kaviár  
Fritovaná kapara v tempure  
Baby kôpor  
Kapucínka mini lístky



**VÍNO ROKA 2021®**

A je to tu! Je dohlasované! Prinášame vám výsledky ankety, ktorú nezastavil ani koronavírus. Ankety, v ktorej vy – konzumenti – rozhodujete o tom, ktoré vína sú najobľúbenejšie. V internetovom hlasovaní milovníci slovenských vín rozhodli prostredníctvom viac ako 1100 zaslaných hlasov o tom, že ocenených bolo práve týchto 21 vín.



**Biele vína**

1. miesto: Pesecká leánka, akostné, suché, 2020 - VÍNO NICHTA
2. miesto: Chardonnay, výber z hrozna, suché, 2019 - GOLGUZ
3. miesto: Rizling rýnsky, suché, 2019 - KARPATSKÁ PERLA

**Ružové vína**

1. miesto: Cabernet Sauvignon rosé, suché, 2020 - Zámocké vinárstvo
2. miesto: Cisárska Frankovka modrá rosé, neskorý zber - Villa Vlna Rača
3. miesto: Mojmir rosé, akostné značkové, suché, 2020 - PD Mojmirovec

**Červené vína**

1. miesto: Zweigeltrebe, suché, 2017 - GOLGUZ
2. miesto: Hron, suché, 2019 - MOVINO
3. miesto: Dunaj, suché, 2019 - TAJNA vineyards and winery

**Prírodné sladké vína**

1. miesto: Aurelius, cibébový výber, sladké, 2018 - KARPATSKÁ PERLA
2. miesto: Pálava, výber z hrozna, polosladké, 2020 - Pivnica Tibava
3. miesto: Frankovka modrá rosé, ľadové víno, sladké, 2019 - Víno Levice

**Šumivé vína**

1. miesto: Hubert L'Original brut - Hubert J.E.
2. miesto: Momento ružové, extra dry, 2020 - VÍNO MATYŠÁK
3. miesto: Hubert Chardonnay, brut - HUBERT J.E.

**Tokajské vína**

1. miesto: Víno kráľovnej Alžbety, výber z hrozna, 2019 - Ostrožovič
2. miesto: ROŇAVA cuvée, suché - TOKAJ MACIK WINERY
3. miesto: Tokajský výber 4-putňový - Tokaj & CO

**Ovocné vína**

1. miesto: Cuvée čierny Pereg - PEREG
2. miesto: Víno z čiernych ríbezlí - MILURON
3. miesto: Bazovinka, víno s bazovým kvetom - MILURON

[www.vinoteka-vinaren.sk](http://www.vinoteka-vinaren.sk)



# SPOLOČNOSŤ CORTEC AJ NAPRIEK PANDÉMII PRICHÁDZA S NOVINKAMI

TEXT Cortec

*Spoločnosť CORTEC sa zaoberá projekciou, predajom, poradenstvom, realizáciou a servisom gastronomických, potravinárskych a obchodných technológií. Počas svojej existencie od roku 1992 realizovala viacero rôznych inštalácií najmä na Slovensku, ale aj v strednej Európe. O tom, ako prekonalí obdobie pandémie a čo sa im aj napriek kríze podarilo, sme sa rozprávali s riaditeľom spoločnosti CORTEC, Róbertom Gerecom.*

**Všetci sme prežili ťažký rok, sektor HoReCa však patril medzi najviac zasiahnuté. Ako ovplyvnila pandémia fungovanie vašej firmy?**

Keďže naša činnosť je priamo naviazaná na fungovanie HoReCa segmentu, počas pandemickej krízy sme pocítili útlm vo vyťaženi našich vlastných kapacít (servis, projekcia, realizácia), ale aj zmeny cien dodávateľov naviazané na zmeny v primárnom a sekundárnom sektore hospodárstva. Sme však stabilná spoločnosť a máme dostatočné rezervy na to, aby sme ťažšie obdobie bez väčšej ujmy prežili.

**Čo bolo pre vás najťažšie?**

Každá kríza so sebou nesie veľa nepopulárnych javov a opatrení, ako napríklad rôzne

skracovania rozpočtov alebo zníženie stavov pracovnej sily. Keďže sme spoločnosť pôsobiaca vo veľmi špecializovanom odvetví, skúsenosti a vedomosti našich zamestnancov sú doslova na nezaplatenie. Preto sme veľmi radi, že sa nám v týchto ťažkých chvíľach podarilo udržať náš nenahraditeľný tím odborníkov. Osobne, ako riaditeľ spoločnosti som všetkým veľmi vďačný za to, že sme pochopili vážnosť situácie, zomkli sme sa a odolali nepriaznivým externalitám.

**Mnohé firmy sa v tomto čase zamerali na vývoj a inováciu produktov, na čo by ste z novíniek portfólia firiem, ktorých ste výhradnými zástupcami, radi upozornili?**

Áno, aj my sme v tomto zvláštnom období upriamili pozornosť na inovácie a moderni-

záciu portfólia. Trendom v našom odvetví je už dlhšie ekológia, preto sme sa dôrazne sústredili na zefektívňovanie produkčných procesov a znižovanie uhlíkovej stopy tvorenej pri poskytovaní HoReCa služieb. Na trh sme priniesli Urban Cultivator, ktorý je určený na bezproblémové indoorové pestovanie microgreenov a bylín. Doslova interiérová záhradka do reštaurácie alebo domov. Vďaka pestovaniu s Urban Cultivatorom môžete pohodlne dopestovať najčerstvejšie a najvýživnejšie suroviny priamo doma alebo v podniku. Bonusom je, že to všetko dosiahnete s minimálnou záťažou na životné prostredie, keďže vaše suroviny za vami nemusia cestovať stovky kilometrov.

[www.cortec.sk](http://www.cortec.sk)

## CORTEC®

Obchodné a gastronomické zariadenia

## Urban Cultivator



# WWW.CORTEC.SK



CRAZY  
GOOD

*Potešenie pre dospelých*  
DŽEMY S ALKOHOLOM

[www.crazygood.sk](http://www.crazygood.sk)





# NESKUTOČNÉ KOMBINÁCIE OVOCIA A ALKOHOLU JEDNODUCHO CRAZY GOOD

TEXT A FOTO Crazy Good

*Ručne zbierané ovocie v kombinácii s najvyššou triedou alkoholu. Ak zmiešate a uvaríte len exkluzívne produkty, výsledkom nemôže byť nič iné, iba dokonalá chuť džemov a ovocných špecialít. Po ich ochutnaní si poviete – CRAZYGOOD.*



Svojimi kulinárskymi výtvormi chce uspokojovať chute najnáročnejších klientov. Unikátny produkt sama vymyslela, sama ho varí, balí i distribuuje. „Miešam si všetko sama, v kuchyni stojím od rána do večera a keď varím, hocičo mi príde na um. Skúšam všeličo, o čom by možno niekto povedal, že to nebude ladiť,“ vraví inovátorka a prezrádza, že jej ručne vyrábané darčkové balenie získalo svetové ocenenie Worldstar Award za obalový dizajn.

V ponuke CRAZY GOOD sú džemy, ktoré kombinujú ovocie a alkohol, ale aj bezalkoholové vhodné pre deti. Svoje výrobky označuje netradične číslom. Je presvedčená, že tak si ich zákazník ľahšie zapamätá. Aktuálne končí ponuka džemov na čísle 17 a mimo poradia je špeciálny produkt s označením 69. V ňom kombinuje tropické ovocie Pitahaya s peruánskym ženšenom, ktorý má afrodisiakálne účinky.

Obrovské nasadenie a energiu dáva do svojich experimentov s chuťami a kombináciami známa osobnosť gastropriemyslu Danka Kisslingová. Gastronómii sa venuje celý život a jej reštaurácia Pivnica u Zlatej husi v Slovenskom Grobe je osvedčenou adresou pre znalcov dobrého jedla. Práve prostredie reštaurácie ju núti premýšľať o nových kombináciách chutí.

V čase lockdownu vytiahla na svetlo sveta svoj štvorročný zámer a na trh uviedla exkluzívne ovocné špeciality. Čerstvo nazbierané maliny v kombinácii s luxusným destilátom z divo rastúcich malín, chuť tmavých čučoriedok v kombinácii s lahodnou chuťou prémiovej Metaxy Reserva, či

delikátne sladké broskyne v spojení s likérom Tatratea a hrozňová špecialita z bobúľ hrozna Dornfelder zmiešaná s destilátom z bazy čiernej. To sú jedinečné kombinácie, ktoré nájdete len pod značkou CRAZY GOOD.

„Produkt je určený gurmánom a tým, ktorí chcú ochutnávať kvalitné potraviny. Aby mohol byť kvalitný produkt, musí byť kvalitná surovina. Bez nej to nejde a dobrý gurmán vie kvalitu ingrediencií rozlíšiť. Ovocie je v biokvalite, bez chémie a alkohol používam len vysokokvalitný. Napríklad pri čučoriedkovom používam Metaxu Privat Reserve,“ približuje alchýmiu výroby ovocných produktov Danka Kisslingová.



Sama je maximalistka a všetko, do čoho sa pustí, robí naplno. „Pre mňa je zadosťučinenie a pohladenie na duši, ak niekomu moje produkty chutia,“ s úsmevom dodala Danka Kisslingová.  
[www.crazygood.sk](http://www.crazygood.sk)

# GASTRONOMIE NA KŘÍŽOVATCE



PŘIPRAVILA Alena Reháková FOTO [unsplash.com](https://unsplash.com), [pexels.com](https://pexels.com)

*Předpovědi do budoucna i v gastronomii ovlivnila pandemie koronaviru. Některé trendy přetrvaly, jiné ještě pod vlivem pandemie zesílily, některé se objevily zcela nově. Pojďme se podívat, co nás v blízké době v oblasti gastronomie čeká...*





## 1 TRH SE PROČISTÍ

Zní to sice krutě, ale slabší zřejmě pandemií nepřežijí. Týká se to nejen provozů, ale i zaměstnanců. Počet gastronomických provozů se sníží. Mnoho z nich je již teď na pokraji bankrotu, někteří restauratěři svůj provoz vůbec neotevřou. Stovky hotelů a restaurací jsou na prodej, pronájem nebo na postoupení nájemního vztahu, protože dlouhou dobu byly zavřené, neměly hosty, tudíž jim chybí finance na splácení svých závazků. Řetězce budou redukovat své pobočky, otevírání nových bude probíhat jen ojediněle. Předpoklad zní, že restart se podaří hlavně těm, kteří budou schopni nabízet skutečnou profesionalitu. Jednoduše řečeno – oddělí se „zrno od plev“.

## 2 STOUPNE ZÁJEM O DOVOZ JÍDEL

Během pandemie se jakž takž dařilo těm, kteří se rychle přizpůsobili, „překopali“ menu a zaměřili se na jídla vhodná na rozvoz. Přizpůsobili logistiku restaurace, vytvořili

hezká balení, vyřešili doručování... Bohužel ne každý měl takovou možnost, ne v každém městě byla dostačující poptávka. Otázka teď zní: budeme i v tomto roce jíst z krabiček? I když je člověk tvor společenský, během pandemie si zvykl na výhody dovezeného jídla a jeho konzumaci v pohodlí svého domova. Můžeme tedy předpokládat, že stoupne poptávka po dovozu jídel, přičemž jeho způsoby dosáhnou vyšší kvalitativní úrovně. Většina luxusních restaurací před pandemií rozvoz jídel nenabízela, což se ale změnilo a tento trend bude i dál přetrvávat.

## 3 ZMĚNÍ SE OBALY

Spotřebitelé se více zaměří na kvalitu obalových materiálů – budou hodnotit, jestli udělí potřebnou teplotu a kvalitu jídla během dovozu a po doručení. Dosud se restauratěři obaly moc nezatežovali a většinou volili nejlevnější variantu. Ale doba se změnila. Kromě kvality se obaly stanou i prostředkem na odlišení se od konkurence.

## 4 PODNIKÁNÍ SE ZEFEKTIVNÍ

Pandemie donutila restaurace zefektivnit své podnikání a hledat nové zdroje příjmů. Zvýší se zájem o kulinární zážitky v domácím prostředí prostřednictvím virtuálních degustací nebo privátního menu od šéfkuchaře. Restaurace budou nabízet prodej farmářských surovin nebo vlastních produktů. Tím se dostanou více do povědomí a osloví širší veřejnost. Před pandemií se mnoho restaurací spoléhalo na externí rozvozové služby, v poslední době řada z nich spustila e-shop a vlastní rozvoz. Proto jedním z trendů v následujícím období bude rozvoj technologií, jako jsou různé aplikace, které sledují preference hostů, personalizují nabídku a zdokonalují samotné objednávání a rozvoz. Je zcela pravděpodobné, že začnou vznikat nové provozy přizpůsobené jenom na vyzvednutí jídel, bez jakéhokoliv servisu. Lidé si jídlo objednají přes aplikaci a poté si ho pohodlně a bezkontaktně vyzvednou. Tyto provozy nebudou mít žádné prostory



na konzumaci, proto se jim říká virtuální kuchyně (ghost kitchens).

#### VZROSTE VYUŽÍVÁNÍ LOKÁLNÍCH ZDROJŮ

Když se využívají místní zdroje a suroviny, snižuje se závislost na dovozech, které se během pandemie ukázaly jako rizikovější a problematictější. Na druhé straně může ale dojít k jistému zúžení širě nabízeného menu v restauracích, které se na lokální zdroje a kvalitu zaměří. Během lockdownu měli lidé víc času na přípravu jídel ve vlastní kuchyni, víc si uvědomovali důležitost zdravých jídel z čerstvých lokálních surovin. Šířilo se povědomí o kvalitě, správném nakupování i o tom, jak neplýtvat jídlem

a surovinami. Zároveň lokální suroviny znamenají více péče o region, větší sociální interakci s místními dodavateli. Tématem je také udržitelná soběstačnost velkoměst s šetřením půdy a vody. Ve sklepích restaurací tak vznikají malé houbové farmy a saláty rostou přímo v supermarketech. Například v Šanghaji se na pěstování plodin vyhradila jedna městská část a uprostřed Paříže vznikla na ploše 14 000 m<sup>2</sup> tzv. „Urban Farm“.

#### DŮVĚRA BUDE KLÍČOVÁ

Rouška, ruce, rozestupy tu zřejmě ještě nějakou dobu s námi zůstanou. Stejně jako používání dezinfekce a vyšší frekvence mytí rukou. Zákazníci si budou víc všímat, jak se jídlo, které konzumují, připravuje, odkud

suroviny pochází a jak se všeobecně v provozu s nimi nakládá. Celkově budou lidé pečlivěji vnímat, kdo se jejich jídla dotýká. Zde nastupuje do popředí důvěra a upřímný dialog. Personál se musí sjednotit v komunikaci a v přístupu k vládním nařízením, bez ohledu, co si o nich jednotlivě myslí. Důkazem upřímného dialogu s hosty je ohleduplnost a schopnost přemýšlet i nad rámec stanovených příkazů a nařízení. Jednoduše mít vlastní způsob, jak hostům zabezpečit a vhodně komunikovat dostatek bezpečí. Jak to udělat? Již na první pohled by hostům mělo být zřejmé, že provoz dělá vše pro jejich bezpečí. Od dostupnosti hygienického materiálu a dezinfekčních přípravků, přes bezpodmínečné nošení roušek personálem,



dostatečné rozestupy mezi stoly, čištění stolů a dezinfekce jídelních lístků po každém hostu, až po informační plakáty hned u vstupu do restaurace nebo sdílení informací přes sociální sítě.

## 7 MÉNĚ ZAMĚSTNANCŮ, VÍCE BRI- GÁDNÍKŮ

Takový je celosvětový trend, který se brzy dotkne i gastronomie. Personál během pandemie ztratil mnohé z jistot, proto v první řadě potřebuje povzbudit. Nastolení důvěry je klíčové. Dobrý manažer ví, jak je důvěra v týmu klíčová. V krizi je proto nevyhnutné, aby personál měl přehled o situaci, disponoval dostatkem relevantních informací a měl pocit, že jeho potřebám personál naslouchá. Jestli se zaměstnanci cítí nekomfortně, není pochyb, že se to rychle přenesou i na hosty.

## 8 FLEXIBILITA VE STRAVOVÁNÍ

Během lockdownu mnozí z nás pracovali z domu a nedodržovali pravidelné rozložení jídel během dne. Rovněž i zkrácení pracovní nebo otvírací doby ovlivnilo menu restaurací. Oblibě se stále více těší brunch (brunch = breakfast + lunch), linnery (linner = lunch + dinner), nebo tzv. snacky (drobná zakusnutí dostupná po celý den). Restaurace se tím přizpůsobují požadavkům hostů na větší flexibilitu. Větší důraz se dnes klade na poledne, nevyjímajíc i michelinské restaurace, kde se teď obědvá za výhodnější ceny. Pozorovat je také možno odklon od tradičního složení menu: předkrm – polévka – hlavní chod – dezert.

## 9 DOMÁCÍ VAŘENÍ 2.0

Po nařízeném uzavření restaurací lidé si objednávali jídlo domů, nebo si začali vařit ve vlastní kuchyni. Nepropadli jenom kváskování, inspirovali se i recepty, které zveřejňovali někdy i samotní šéfkuchaři. I když se předpokládá, že tento trend bude postupně upadat, stále se najdou lidé, kteří byt kvůli tomu, že jsou na home office, nebo chtějí ušetřit finance, si i nadále budou vařit doma. Tomu se přizpůsobí i restaurace, které jim nabídnou balíčky se surovinami systémem Take&Bake.



## 10 ZDRAVÉ JÍDLA A PITÍ

Lidé čím dál tím víc preferují vegetariánskou nebo veganskou stravu i proto, že na trhu jsou ve větší míře dostupné kvalitní rostlinné alternativy. Předpokládá se, že spotřeba masa a živočišných produktů ještě poklesne. Samozřejmě, stále zde budou lidé, kteří zůstanou masu věrní, i když budou víc dbát na původ masa (rodný list) a kvalitu produktů a jídel z něj vyrobených. Spolupráce farmářů a šéfkuchařů bude i nadále zásadní. Přetrvávat bude i návrat k pěstování původních odrůd a k zakládání městských zahrad. Staré známé techniky, jakou jsou fermentace nebo uzení zůstanou dál na výsluní. Stejně to platí i o plísni koji, miso pastě a dalších su-

rovinách japonské provenience. Co se týče nápojů, poptávka bude směřovat na zdravé nealkoholické, nebo mírně alkoholické nápoje. Především mileniálové mají v oblíbě tzv. mindful drinking (uvědomělé pití), což má v posledních letech vliv na menu barů na celém světě. V postcovidové době můžeme pozorovat ještě jeden trend – lidé projevují větší zájem o kávu, přírodní vína i destiláty, které si v době krize kupovali sami. V oblíbě je i domácí barmanství i preferování produktů řemeslných pivovarů nebo pálenek vyrobených tradičním způsobem a z lokálních surovin.

Článek byl částečně inspirován webovou stránkou [jidloaradost.cz](http://jidloaradost.cz)

→ **AK NEPRÍDU, PRÍDEME MY**

Exkluzívna varšavská reštaurácia Epoka sa nezatvorila napriek viacerým opatreniam v krajine. Zákazníkom najnovšie predstavila dve novinky. Okrem možnosti súkromných lekcií foodpairingu si môžu objednať služby šéfkuchárov priamo domov. Epoka spustila prívätne večere v domácnostiach na konci januára a s rozšírením poskytovaných služieb neprestáva. Veď už od februára zaradila do ponuky aj workshopy.  
FOTO **Tomo Yarmush**



# PÊLE-MÊLE

→ **DRUHÁ SVOJHO DRUHU**

Do Michelinského sprievodcu sa v tomto roku zapísala nová trojhviezdičková reštaurácia z Belgicka. Zilte sa nachádza sa na najvyššom poschodí budovy Museum aan de Stroom v Antverpách. Komisári sa rozhodli udeliť reštaurácii, ktorú vedie šéfkuchárka Viki Geunes, tri hviezdičky. Podľa ich hodnotenia je totiž v podniku všetko tak, ako má byť – od uvítania, cez odborný výber vhodného vína, až po sušienku ku káve. Reštaurácia Zilte sa do zoznamu zaradila ako jedna z dvoch trojhviezdičkových reštaurácií v krajine vôbec. Tou druhou je Hof Van Cleve.  
FOTO **Zilte**



← **S HUBAMI NA FASHIONWEEK**

Udržateľnosť módy, zdá sa, môže byť naozaj dosiahnuteľná využitím prírodných surovín. Najnovšie vzbudila záujem profesionálov inovácia z laboratórií Bolt Threads. Alternatívna forma ekokože s názvom Mylo má rastlinný pôvod a je spracovaná z laboratórne kultivovaného mycélia niektorých druhov húb. Dôkazom toho, že Mylo nezostalo len na Petriho miskách, ale našlo reálne využitie v priemysle, sú početné kolekcie módnych návrhárov, uvádzajúcich oblečenie a doplnky z mycélia počas tejto sezóny – medzi inými napríklad Stella McCartney či Kering.  
FOTO **Bolt Threads**





#### → NAKUPOVANIE NOSOM?

Koncom minulého roka uviedla iniciatíva Too Good to Go sériu aromatických etikiet, ktorých účelom je indikácia trvanlivosti potravín. Prekonávajúc tak doterajšie možnosti aróma marketingu, etikety by mali slúžiť na to, aby prostredníctvom čuchu bolo možné posúdiť či sú potraviny po záruke alebo nie, bez toho, aby ich zákazníci museli najskôr kúpiť. Princíp etikiet spočíva v privoňaní k povrchu po jeho miernom poškrabaní. Tým sa aktivuje spodná vrstva etikety, cez ktorú preniknú aromatické častice zmesi vnútri obalu.

FOTO **Youtube**



#### ← STOPPERCENTNE SPRACOVANÉ AVOKÁDO

V segmente funkčných nápojov a štiav sa začína objavovať trend využívania potravinového odpadu. Najnovšie sa pozornosť sústredila na lisovanie a lúhovanie avokádových kôstok. Hoci výrobcov takých nápojov zatiaľ na trhu nie je veľa, filadelfský startup Reveal sa nielenže pokúsil vyrobiť taký nápoj, ale počas krátkej existencie stihol uviesť niekoľko osviežujúco nevsedných chuťových variácií – grepovo-levandulovú, mangovo-zázvorovú a ružovo-mätovú príchuť.

FOTO **Shutterstock**



#### ← SLADKÁ KATEGÓRIA

V aktuálnom vydaní Michelin Guide sa objavila špeciálna kategória, ktorá bola udeľovaná cukrárom za ich nadmieru výnimočný prínos do súčasnej gastronómie. Medzi ocenenými nájdeme aj cukráreň Accents, kde za prípravu dezertov zodpovedá hlavná cukrárka a zakladateľka, Ayumi Sugiyama. Tá prvú „michelinku“ získala už v roku 2019 a všetko nasvedčuje tomu, že priazeň komisaárov voči Accents neslabne ani po rokoch.

FOTO **Accents**



#### → CANTALOUPE A CHMEL

Do radlerov sa pre zmenu dostáva čoraz viac exotického ovocia. Minipivovary sa aktuálne pokúšajú pracovať s možnosťami prírodných lisovaných štiav z plodín ako pítahaya, ananás, papája či kokos. Skutočným trendom v tejto oblasti je však využitie štiav z medového melóna. Cantaloupe sa v rámci chuťového portfólia objavuje napríklad aj v radleroch novozélandských mikropivovarov North Brewing či ParrotDog.

FOTO **North Brewing**



# VITAJTE VO SVETE, KDE CHUŤ JE NA PRVOM MIESTE! CHUTE STREDOMORIA VYBERANÉ S LÁSKOU K VÔNI, CHUTI A DIZAJNU

TEXT A FOTO Svet zážitkov

*„Prinášame vám najlepšie chute a vône, ktoré sme pre vás na cestách po Európe našli. Výnimočné značky a ich príbehy, kvalitné a ekologické produkty z malých rodinných fariem. Objavte nové chute, kvalitné oleje, ochutené balzamiká, krásne vína tak, ako ich objavili kulinári pri cestách Európou. Svet zážitkov je tu pre tých, ktorí milujú dobré jedlo a víno, radi jedlá pripravujú a spoznávajú ich netušené možnosti s citom pre detail.“*



#### Note di Nero Balsamico z Modeny „Trionfale“

Korunný klenot značky Note di Nero. Špecialita s najvyššou hustotou a sladkosťou, sirupovej jemnej chuti, rafinované tóny vareného muštu, sušeného ovocia a dreva. Jadro pôvodnej tradície pre dnešných gurmánov.

Kto to hovorí? Marek a Láda. Dvaja páni, ktorých spojilo remeslo, záľuba a nadanie pre gastronómiu a príbehy s ňou spojené. Pôvodne zakladatelia zážitkovej školy varenia, s víziou združovať a budovať komunitu ľudí, ktorých spája nadšenie z kvalitných gastronomických dobrodružstiev, cestovania, spoznávania a objavovania rôznych gastronomických kultúr. Ľudí, ktorí sa radi učia, napredujú, majú radi aktívny oddych – vzdelávacie podujatia, diskusné posedenia a workshopy a majú oveľa vyššie nároky na gastronomický zážitok, ako iba „dobré sa najesť“.

Popri budovaní profesionálnych priestorov pre školu varenia v zážitkovom koncepte, čo znamená aj vinotéku plnú dobrého vína či spoľahlivého dodávateľa surovín, si Marek a Láda postupne obľúbené delikatesy sami vytipovali a začali ich dovážať.



#### Note di Nero Balsamico z Modeny pomaranč, figa alebo malina

Vynikajúca rovnováha medzi kyslosťou a sladkosťou v tejto zmesi ovocia a balzamikového octu z Modeny, ktorá vytvára špeciálny dressing s jemnými tónmi muštu, dreva a ovocia.

Pôvodne nimi plnili domáce chladničky, špajze priateľov, tri eventové priestory, až na základe rastúceho záujmu vyrástol eshop svet kulinárskych zážitkov pod heslom: Chuťnaj!

Pod týmto leitmotívom postupne pripravujú youtube videoblogy určené pre tých, pre ktorých je „naj“ chuť dôležitá, a ktorí sa zaujímajú o pekné, kvalitné, dostupné, ale aj ekologické a dizajnové oleje, vína, balzamiká, domáce džúsy a, pozor, i hľuzovky zo špeciálneho zdroja!

Každý produkt má originálny príbeh, tradíciu a hodnoty, zdravý pôvod, zdravý zber a zloženie prvotriednej kvality a najmä dostupnú cenu – to všetko sú hodnoty dnes oveľa dôležitejšie, ako kedykoľvek predtým.

[www.svetzazitkov.sk](http://www.svetzazitkov.sk)



#### Muraglia

Frantoio Muraglia je unikátny panenský olivový olej z Andrie, hlavného mesta regiónu Apúlia v južnom Taliansku. Ide o producenta so 450-ročnou tradíciou rodiny Murgalia, kde mnohé generácie posúvali svoje unikátne vedomosti z pokolenia na pokolenie. Navyše, v oceňovanom dizajnovom balení – ručnej artovej keramike. Olej zlepšuje tradičné jedlá pre moderné chuťové bunky. Je ideálny na surovú zeleninu, šaláty a zeleninové polievky. V ústach rozpúta vzburu zeleninových tónov. Silný, bohatý a dokonale integrovaný. Úžasne vyvážená chuť. Impozantné sú jeho záverečné tóny, lahodne korenené s dlhým záverom.



#### Bagueri

Bagueri je prémiová značka v rámci vinárskeho družstva Klet Brda, ktoré je najväčším výrobcom a vývozcom slovinského vína. Nachádza sa v regióne Goriška Brda, v západnej časti krajiny, ktorý je prezývaný ako „slovinské Toskánsko“, vďaka svojmú kopcovitému terénu a ideálnym podmienkam na pestovanie viniča. Do pozornosti dávame najmä oceňovaný výber šumivých vín.



# GASTRONOMICKÉ ZARIADENIA SPOLOČNOSTI VIRTUS

TEXT A FOTO Virtus

*Spoločnosť VIRTUS už viac ako 24 rokov dodáva na trh kompletne aj kusové profesionálne gastronómické technológie na rôzne druhy prevádzok. O produktoch a ich benefitoch sme sa rozprávali s riaditeľom spoločnosti Virtus, s. r. o., Rudolfom Schichorom.*

## **Aké konkrétne zariadenia a produkty máte v ponuke?**

Najskôr by som rád povedal, že v našej firme sa venujeme predovšetkým kvalite a nie kvantite. Každému zákazníkovi dokážeme adresne pomôcť a poradiť pri výbere najvhodnejšieho zariadenia pre jeho kuchyňu. Dodávame a distribuujeme varné zariadenia nemeckého výrobcu PALUX pod značkou PHOENIKS. Ponúkame dánske konvektomaty HOUNÖ, ktoré vďaka svojmu hybridnému (nástrek + bojler) systému výroby pary výrazne šetria energiu, čím znižujú prevádzkové náklady. Ďalej ponúkame výklopné kotly s miešaním, prípadne aj ochladzovaním fínskeho výrobcu DIETA. V našom portfóliu sú aj výrobky českej značky JIPA, ktorá vyrába multifunkčné a tlakové panvice. Sme distribútormi špičkových a inovatívnych umývacích zariadení nemeckého výrobcu MEIKO, ktoré pre segment HoReCa vyrábajú podstolové umývačky riadu s GiO modulom, ako aj možnosťou rekuperácie tepla. GiO zabezpečuje, že sklo ani nerezové príbory po umytí netreba leštiť. Rekuperácia znižuje energetickú náročnosť o približne 20 percent a po skončení umývacieho cyklu a otvorení dvierok zo spotrebiča nevychádza žiadna para. Tieto umývačky majú certifikát proti koronavírusu.

## **Ktoré z vašich výrobkov sú najžiadanejšie alebo najobľúbenejšie?**

Najvychytanejšie sú konvektomaty so špeciálnou tvorbou systému pary tzv. hybridným systémom. Obsluha môže sama vybrať spôsob výroby pary. Konvektomat má uložených 150 praxou osvedčených programov. To znamená, že zariadenie môže obsluhovať odborný a zaškolený personál.

## **Kto sú vaši klienti?**

Naše zariadenia sú určené pre profesionálne malé i veľké kuchyne. Máme spokojných zákazníkov v segmente reštaurácií, závodných jedální, v hotelových reštauráciách, kúpeľoch, nemocniciach i domovoch pre seniorov. Ak by som mal menovať, tak spomeniem SLK Piešťany, SLK Bardejov, Hotel Falkensteiner, spoločnosť Volkswagen Bratislava, Schaeffler Skalica, Foxconn Nitra, PN Michalovce, Svet zdravia, ako aj ďalšie prevádzky.

## **Ak by ste mali uviesť vaše tri top silné stránky, ktoré to budú?**

Kvalita Made in Germany a iných spomínaných značiek, dostupnosť náhradných dielcov aj počas sviatkov, prázdnin, dovoleníek a voľných dní a nízke náklady na servis.

[www.virtus-sk.com](http://www.virtus-sk.com)





FOTO William Morelan



# PRIRODZENE, BEZ CUKRU

TEXT Ján Krajč

*Odolávanie cukrom v nápojoch možno označiť aj ako dlhodobý civilizačný boj. Ani lístok stévie nemusí byť taký prirodzený, ako sme si donedávna mysleli. Trend nesladených nápojov sa dá sledovať v zábleskoch histórie.*

Počas celého dvadsiateho storočia sa naše všemožné úsilie o redukciu cukru prejavovalo aj v marketingu. Na obaloch, aj v reklamných kampaniach. Vytlačené veľkými písmenami. Žiadny cukor = žiadne kalórie. V tejto rovnici bolo všetko jasné. No čo ak je toto úsilie úlohou niekoľkých generácií? Veď už počas dvadsiatych a tridsiatych rokov sa na trh dostávali náhrady cukru. Dôvody boli podobné tým súčasným. Lepšia stráviteľnosť a nižšia kalorická hodnota. A akokoľvek groteskne môže pôsobiť reklama na glukózovú malinovku či sacharínovú No-Cal sódu, z vtedajšieho hľadiska bol cyklamát tým, čím sa pre nás stala o sto rokov neskôr stévia. Metabolicky prijateľnou náhradou rafinovaného cukru. Kolektívne odhodlanie zvíťaziť nad cukrom pokračuje dodnes. Mohla by byť definitívna, a ironicky, aj sladkou bodkou za dlhou históriou odolávania a špekulovania práve tá najprirodzenejšia forma cukrov, ktoré existujú?

## ZÁZRAČNÉ SLOVO: SUGAR-FREE

Ani v minulosti sa to nezaobišlo bez protirečenia. Začnite viesť deti k pitiu kolových nápojov z času, budú mať šťastnejší život. Pite malinovku pred jedlom, aspoň sa neprežete. Pridávajúť sódu do dojčenských fliaš s mliekom, tá chuť bude výborná! Aj také bývali posolstvá niektorých kampaní, ktoré mali za úlohu propagovať samotný cukor či dokonca asociáciu výrobcov malinoviek. Nebola dôležitá značka, podstatné bolo nastavenie spotrebiteľov. Či skôr ich zmätenie. Veľmi rýchlo sa totiž začali objavovať an-

tikampane proti kalóriám a návody ako zostať vo forme. Tie neraz útočili priamo na výrobcov sladených nápojov. Ak to nerobili znením sloganu, spravili to bezprostredným umiestnením inzercie vedľa nich. Trh s nealkom sa tak začínal otvárať novým produktom – diétnym nápojom s alternatívnymi sladidlami, stonásobne sladšími ako sacharóza, teda cukor. V roku 1952 sa objavila prvá kampaň propagujúca zázvorové pivo a kolu No-Cal, ktoré boli prezentované ako jediné komerčné nápoje bez cukru. Hoci nápad s cyklamátovou sódu vznikol na základe pokusu v laboratóriu, radosť z ošialu trvala približne dvadsať rokov. Medzitým sa na trhu objavili ďalšie podobné produkty vrátane diétnej koly a limonád s nulovým obsahom kalórií. Neskôr sa tieto tvrdenia upravovali na „minimálne množstvo kalórií“, prípadne „iba niekoľko kalórií“ v jednej porcii, ktorú zvyčajne predstavovali veľké, dvojdecové poháre. A zatiaľ čo sa v priebehu päťdesiatych rokov predávali diétno alternatívy sladených nápojov, v šesťdesiatych rokoch nastal výrazný zvrät. Po desaťročí vyckávania zasiahli do segmentu nesladených, nízkokalorických nápojov aj dvaja najväčší výrobcovia. Horšie načasovanie si ani nemohli vybrať. Ich nadšenie z obsadenia trhu ochladlo po tom, čo sa koncom šesťdesiatych rokov ukázalo, že cyklamát je karcinogénny. A tak hľadanie nových alternatív pokračovalo a svetlo sveta uzrela ďalšia, nemenej nebezpečná náhrada cukru – sacharín. Existovali dva spôsoby ako sa k nemu dostať. Buď prirodzene, a teda formou fosílné-

ho rafinovania alebo synteticky. Čo znamenalo syntézu toluénu cez niekoľkonásobný proces Remsen-Fahlbergovej metódy, ktorá sa nezaobišla bez prítomnosti amoniaku. Akokoľvek kontroverzná zostávala téma umelých sladidiel v nápojoch počas ďalších tridsiatich rokov a bez ohľadu na to, čím všetkým výrobcovia museli prejsť, aj v tomto trhovom prostredí sa napokon podarilo prežiť jedinému produktu. Volal sa Tab. Ten zmizol z regálov až vlni. A nebyť pandémie, ktorá prispela k tomu, že bol vyradený z produktového portfólia spoločnosti, ešte dodnes by ho bolo možné nájsť na regáloch v niektorých krajinách. Na začiatku Tab neobsahoval cukor. Od polovice osemdesiatych rokov obsahoval sacharín aj aspartám. Ak vám je charakter takejto limonády povedomý, nie je to náhoda. Cukor je totiž posledná vec, ktorú chceme vidieť na etikete. Iróniou je, že sa uvádza medzi prvými tromi surovinami.

## LYŽIČKU ODPADU?

Rafinovaním cukru však nevyhnutne vzniká ďalšia alternatívna forma sladidla – melasa. Vzhľadom nevábná, mimoriadne lepkavá hmota, je odpadovým produktom, ktorý síce obsahuje výrazný podiel cukrov, chuťovo je však v dôsledku rovnako vysokého podielu soli, problematickým produktom, ktorý producenti predstavujú ako zdravšiu alternatívu voči cukru. A to aj napriek tomu, že melasa je v skutočnosti silážou pre poľnohospodárske zvieratá. Inak povedané, z nutričného hľadiska nemá



† Nominant na prestížnu cenu German Design Awards 2019, fínsky startup Lif. Tri chuťové varianty brezovej vody, zbieranej výlučne na začiatku jarnej sezóny, pozostávajú z lesných bobúľ brusníc, moruše a rakytníka. Ani táto alternatíva, vzhľadom na zrejme limity, nemá predpoklad na to, aby sa stala masovo využívanou. FOTO **LIF**



← Ovocné koncentráty, perlivá voda a javorová voda. Také je transparentné zloženie nápojov Drink Simple. Sladkosť by mohla na prvý pohľad vychádzať len z javorovej vody. Ovocné koncentráty ju však tiež ovplyvňujú. FOTO **Drink Simple**

nijaký výrazný prínos pre človeka. Za nutrične bohatú melasu sa považuje výhradne trstinová melasa – aj tá je však len vedľajším, inak nevyužitelným produktom, ktorý vzniká rafinovaním cukrovej trstiny. Produkt, ktorý si cestu na stoly nikdy nenašiel, a zrejme si ho ani tak skoro nenájde, je problematický aj svojou históriou. V Indii bola melasa zakázaná po tom, čo spôsobila smrteľnú otravu viac ako 150 ľuďom, ktorí ju požíli vo forme sulai pálenky. Do nealkoholických nápojov sa zasa nikdy nedostala, pretože jej zvýšená konzumácia vyvoláva laxatívne účinky a je ťažko stráviteľná. Výrobcovia nemajú dôvod využívať melasu, ktorá by bola kvalitatívne ešte nižšia ako fruktózovo-glukózový

sirup, využívaný v najväčšej miere. Často zmieňovaná blackstrap melasa síce môže znieť ako čosi s pridanou hodnotou, v skutočnosti je však produktom opakovanej destilácie prvotnej melasy. Zjednodušene povedané, blackstrap melasa je niekoľkonásobne prevarená melasa, ktorá sa vyznačuje výraznejšou koncentráciou minerálov, utvorených pri spracovaní trstiny. Tá sa zvykne kultivovať už v odrezkoch.

#### SAMÉ PREHNANÉ CHVÁLY

Prírodnou náhradou sacharózy sa stala na začiatku minulého desaťročia stévia. Bolo to krátko po tom, čo Európsky úrad pre bezpečnosť potravín schválil užívanie stévia v potravinách určených



† Prírodný datľový cukor a datľový sirup je zvyčajne v portfóliu značiek, ktoré dŕtajú aj pestujú. Príkladom je napríklad kalifornský Joolies, ktorý popri balených datľoch ponúka sirup vhodný ako sladidlo do cocktailov. FOTO **Joolies**

← Med sa síce môže javiť ako prirodzená forma sladidla, jeho produkcia je však v súčasnosti taká kritická, že sladíť nápoje výlučne medom si môžu dovoliť iba malovýrobcovia, ktorí nie sú tlačení dopytom veľkoobchodných prevádzok, akým je vermontský Herb Craft. FOTO **Herb Craft**

pre spotrebiteľov členských krajín. Už o štyri roky skôr dostali podobné povolenie na využívanie stévia ako vysokointenzívneho sladidla na druhom brehu Atlantiku. Natíska sa však otázka – ak sa stévia vo voľnej prírode vyskytuje – prečo dostala zelenú až o niekoľko rokov neskôr po kauzách s cyklamátom a sacharínom a prečo sa vlastne od stévia tak rýchlo upustilo? Dobový výskum agentúry Mintel z roku 2013, keď stévia dosahovala ako alternatívne sladidlo enormné hodnoty predaja, potvrdzuje, že trend s prírodnými sladidlami podmienoval rastúci záujem o organické výrobky a takzvané „transparentné“ zloženie v potravinách. Ako sa uvádza v oficiálnej správe, práve medzi rokmi 2008 – 2012 vzrástol



↘ → Posun v prezentácii nesladených vôd sa podaril až talianskemu výrobcovi pramenitých vôd. S triedou Essenza sa podarilo priniesť spotrebiteľom nápoj, ktorý spĺňal predstavu o bezkalorickom osviežení bez akéhokoľvek spôsobu sladenia.

FOTO S. Pellegrino



predaj stévie o 400 percent. Podľa slov Davida Turnera, analytika Globálnej divízie jedál a nápojov, už na začiatku bolo vidieť paradoxy, s ktorými sa dostávala stévia medzi spotrebiteľov: „V niektorých segmentoch sa spoločnosti museli popasovať s tým, aby dosiahli na zavedenie stévie do receptúry žiadanej úspech. Napríklad vo Veľkej Británii vidieť výraznejší predaj produktov, v ktorých sa pre výraznejšiu chuť a nižšiu kalorickú hodnotu kombinuje stévia so sacharózou,“ zdôraznil. Turnerove slová sa však nekončili len pri zmienke o problematickom nachádzaní rovnováhy medzi nízkokalorickou stéviou a konvenčným spôsobom osladzovania. Svoje pozorovania uzavrel verdiktom nad osudom stévie, ktorý naznačoval, že na trhu sa toto sladidlo môže etablovať, no vzhľadom na podstatne vyššiu predajnú cenu, nemožno predpokladať, že by to bola stévia, ktorá napokon celkom vylúči z produkcie iné syntetické sladidlá. Spomínajúc syntetiku, ani v tomto prípade nebolo všetko také prírodné ako sa to proklamovalo v rámci „zelených“ kampaní, spoliehajúcich sa na to, že spotrebiteľom bude stačiť informácia, že základom stévie sú zelené listy juhoamerickej rastliny, ktorá sa dnes pestuje na opačnej strane zemegule – v Ázii. Samotný extrakt z listov však na výrobu stévie nestačí. Na to, aby sa mohla stévia dostať do nápojov a potravín vo forme sladidla, musí prebehnúť proces takzvaného „rekryštalizácie“ v prítomnosti roztoku etanolu. Dlhodobou zaužívaný proces však pred niekoľkými rokmi nahradila emulzifikácia glykozidu steviolu (primárneho extraktu získava-



ného z listov rastliny) do podoby sirupu. Kdesi v medzičase sa začali považovať sirupy za prirodzenejšiu formu sladenia.

#### POKUS, OMYL A ODZNOVA

Prvé pokusy o „prírodné“ sladké produkty objavili obaja najväčší výrobcovia nealkoholických nápojov ešte pred rokom 2010. Dokonca sa pokúsili prísť s takými alternatívami krátko po tom, čo americká Správa potravín a liečiv (FDA, pozn. red.) stéviu schválila ako povolené sladidlo, respektíve prídavnú látku, keďže vo väčšine prípadov musela byť kvôli chuti kombinovaná s cukrom. Pepsi Raw, ktorá bola na trhu len dva roky, mala ambíciu byť prvou prírodnou limonádou. Zámer, ktorý sa nestretol s očakávaným nadšením zákazníkov, mohol zdanlivo pôsobiť ako nevydarený pokus o inováciu či chvíľkové osvieženie segmentu. Pre spoločnosť to však bola v konečnom dôsledku príležitosť na to, aby pokračovala – hoci s odlišnou taktikou. Pod edíciou 1893 sa naozaj na trh vrátili s podobnou filozofiou – zrozumiteľné zloženie, jednoduché prísady, referencie na originálnu receptúru. Lenže ani tento pokus nemal šťastný koniec a produkt sa z trhu stratil o tri roky neskôr. Ani po tretíkrát sa úsilie o prírodné sladény nápoj nedočkal želaného zisku. Pod názvom True sa v rovnakom období objavilo na trhu spolu s konkurenčným

Life. True skončilo na pultoch po roku 2018. Dôvodom bol nízky predaj, ktorý spôsobovala paradoxne práve prítomnosť stévie a odlišná viskozita. Ako totiž vyplynulo už pri produkcii predchádzajúceho pokusného produktu Raw, bez prítomnosti fruktózo-glukózového sirupu prichádza nápoj aj o svoju charakteristickú konzistenciu, ktorá prispieva k chuťovému dojmu. V prípade True a radu 1893 v zložení chýbala aj xantánová guma – práve tá fungovala ako zahusťovadlo. Ani Life sa však na regáloch dlho neohrial. V Spojených štátoch amerických ho dokonca vyradili z produkcie ako prvý z dvoch stéviových nápojov. Iná situácia bola v Európe a Kanade, kde sa usiloval získať priazeň ešte do konca prvého kvartálu roka 2020. A čoskoro malo nekončiacie pokusy s obmedzovaním cukrov v nápojoch ovplyvniť ešte viac závažných faktorov.

#### DEJE SA TO SCHVÁLNE?

O neprírodzenom množstve cukru v nápojoch sa síce dlhodobo viedli polemiky, finálny ortiel však napokon vydali krajiny po tom, čo sa stala obezita a cukrovka závažnou civilizácnou chorobou nevidaných rozmerov, ktoré sa už nedali prehliadať. Pre firmy exportujúce do zahraničia to znamenalo, že musia začať meniť to najdôležitejšie – formuly v produktoch a cenovú politiku. Európska komora Svetovej zdravotnej

↓ Prvý pokus o zdravšie sladenú limonádu s názvom Raw sa na trhu objavil dávno predtým, než boli spotrebiteľia pripravení na slabšie karamelizovanú a sladenú kolu. Pepsi však neprestala vyvíjať iniciatívu smerom k zdravšej podobe, a tak možno Raw považovať za prvé štádium dlhodobého prebiehajúcej aktivity, vedúcej k organickému nápoju s odlišnou viskozitou, na ktorú si spotrebiteľia musia postupne zvykať.

FOTO **Waldemart Art**



organizácie vydala v roku 2017 aktualizovaný plán výživy na obdobie do roka 2020. Dovtedy sa mal príjem cukru znížiť o 30 percent. Taktiky, ktorými sa mal tento cieľ dosiahnuť, spočívali predovšetkým v zmenách v produkčnom a distribučnom reťazci, zvýšení ceny za cukor a upravených štandardoch na označovanie nízkokalorických a sugar-free produktov. V praxi to však nesúviselo s tým, že by v nich nemohol byť cukor, akurát jeho hodnota musela byť nižšia ako 0,5 mg na jeden liter. Pokusy o znížovanie príjmu cukru pokračovali a vypuknutím globálnej pandémie sa časť úsilia zdravotných a vládnych organizácií do určitej miery ulahčila. Podľa vyhlásenia agentúry Reuters sa v dôsledku obmedzených možností importu a exportu, ako aj limitovaním nákupných režimov, obmedzil globálny príjem cukru v priebehu jedného roka o dva milióny ton. Pokles príjmu cukru sa prejavil v období, keď každá dramatická zmena znamenala nedeľateľné následky a vzhľadom na obmedzené možnosti exportného obchodu sa ocitol priemysel v rovnakých problémoch, ako iné sektory. Britský portál Daily Monitor uviedol ešte v auguste minulého roka prepad vývozu cukru v krajine o 54 %. Akoby to nestačilo, jednotlivé krajiny začali zavádzať ďalšie opatrenia, ktorými sa usilujú odvrátiť spotrebiteľov od cukru – predovšetkým daň z cukru. Jej zavedenie sa určité čas prehodnocovalo aj u nás, no bez výsledku. V krajinách, kde také dane fungujú, však cena za nápoje stúpla viac ako trojnásobne a tento trik, ako odlákať zákazníkov od



↗ Something & Nothing sa dá zaradiť do menšinovej kategórie jemne ochutených sód, ktoré podobne ako Essenza od S. Pellegrino, prinášajú odlišný chuťový dojem. Chuť sa odvíja výlučne od ovocných štiav a v nápoji nie je ani cukor, ani žiadna iná forma sladidla. Len bylinné extrakty, ktoré dávajú nápoju nepatrné zafarbenie.

FOTO **Studio As Cc**

kúpy, sa napokon naozaj ukázal byť do značnej miery účinný. Lenže ani pokles a dane neprišli žiadnu definitívnu do dilemy, či v sladení pokračovať alebo ho začať opúšťať. Dôvod? Stereotyp majoritného spotrebiteľa.

## NASLADLÁ BUDÚCNOSŤ

Všetko by bolo v poriadku, nebyť toho, že aj sugar-free vlastne cukor obsahovať môže. A v prípade, že ho neobsahuje, nahrádza sa inými, neraz neprirodzenými látkami. Producenti sa však nevzdávajú a usilujú sa vydávať nevychodenými chodníkmi, ktoré by mohli viesť k stanoveniu výrobných noriem. Francúzska dcéra švajčiarskej spoločnosti Givaudan sa pokúsila o prototyp pomarančového nápoja a broskyňového jogurtu s o 50 % nižším obsahom cukru bez zmeny chuti. Iná svetoznáma švajčiarska spoločnosť priniesla návrh na zmenšenie kryštálov cukru, čo by umožnilo zvýšenie sladkosti v každom zrníčku a zároveň znížilo množstvo spotrebovaného cukru pri výrobe. Všetky tieto iniciatívy však stále zohľadňovali sacharózu ako sladidlo, ktoré spotrebiteľia jednoznačne najviac preferujú. Určité úspechy v nápojoch bez cukru sa dajú však pozorovať v segmente alternatívnych mliek, ktorému za menej než päť rokov dokázal dominovať start-up Oatly. Jeho nutričná hodnota uvádza obsah cukru 7 g na liter. Tento cukor je však prirodzeného charakteru a v skutočnosti ide o maltózu. Len na doplnenie, práve pre maltózu sa do prvých konceptov sladených limonád dostával ja-

blčný extrakt, ktorý mal fungovať ako funkčná konzervačná zložka v mixe ostatných sladidiel. O maltóze sa však uvažuje len veľmi okrajovo, napriek tomu, že je to jednoduchý disacharid, vyskytujúci sa v pive, radleroch, whisky či cideroch. Keďže maltózu obsahujú okrem obilnín aj iné plodiny, experimenty s jej možným využitím predsa len začínajú zaujímať aj potravinársku obec. Sirup z extrahovaných batatov by mohol dokonca v budúcnosti nahradiť hojne využívaný glukózovo-fruktózový sirup, respektíve HFCS. Potravinár Moayad Abushokhedim z holandského inštitútu Fooditive vlni skúsil vyrobiť sladidlo z nespracovaných jadier jablka a hrušiek nižšej kvality, ktoré by inak nenašli iné využitie, nanajvýš ako súčasť poľnohospodárskeho hnojiva. V porovnaní s inými sladidlami je toto sladidlo pre ľudský organizmus stráviteľné a prispieva k rozvoju cirkulárnej ekonomiky – teda je aj dlhodobou udržateľným riešením. Problematická je však jeho tržová cena, respektíve možnosti masovej výroby. Dosiaľ nie je zrejme, nakoľko je táto náhrada sladká, čo vo svete potravinárov znamená najzásadnejšiu otázku: erythritol je sladší od sacharózy takmer o dvojnásobok. V porovnaní s ním je neotam sladší až 7 000-násobne! Nonsense? Paradoxne to však vyzerá tak, že pokusy o úplne vyradenie cukru sa rozplývajú tak rýchlo ako vznikajú. Akoby výrobcovia zakaždým prestali uvažovať o prechádzaní na potraviny bez cukru a namiesto toho sa predbiehali v tom, ktorá náhrada cukru bude ešte sladšia, než všetky ostatné.



# MINERÁLNA VODA TATRANSKÁ – CHUTNÁ, VÝNIMOČNÁ... SLOVENSKÁ

TEXT A FOTO Tanawa

*„Schmeckt´s“... týmito slovami prvých objaviteľov tatranských prameňov sa začala písať história jednej z najprestížnejších minerálnych vôd, a to nielen na Slovensku.*

TATRANSKÁ minerálka je neobyčajne čistá, má výnimočnú a jedinečnú chuť. Dokáže znamenite doplniť chuť jedla a vína. Je ideálnym zdrojom pitného režimu športovcov a ľudí s dynamickým životným štýlom. Jej bublinky sú lahodne jemné a po konzumácii nespôsobujú nadúvanie.

Už stáročia vyviera z prírodného prameňa v oblasti Slavkovského štítu na južnej strane Vysokých Tatier. Prameň sa nachádza v skalnatom, panensky čistom podloží, vo výške 1 030 m n. m. Výdatnosť zdroja TATRANSKÁ (SK-1) v tatranskej obci Starý Smokovec je obmedzená, iba približne 700 litrov za hodinu, preto sa vyrába len v limitovaných sériách. Miesto zdroja je tiché, zalesnené mladým porastom.

V jeho blízkosti sa nachádza malá továrnička na plnenie fliaš. TATRANSKÁ sa plní len niekoľko hodín rána, počas dvoch-troch dní do týždňa. Pri plnení sa z vody odstráni časť železa. Tak sa s lahodnou chuťou zachováva aj jej pôvodná perlivosť. Minerálka sa plní s výlučne do nových, ekologických sklenených fliaš s objemom 0,7 litra. Na dôslednú kontrolu každej naplnenej fľaše sa označenie a balenie do kartónovej krabice robí ručne, ako aj väčšina výroby.

Minerálku TATRANSKÁ nenájdete v bežných obchodných sieťach. Je dostupná výlučne vo vybraných a dobrých reštauráciách, hoteloch a gastronomických zariadeniach, aj to len v obmedzených množstvách.



**TANAWA, s.r.o.**  
Starý Smokovec 18097  
062 01 Vysoké Tatry, Slovakia  
[www.tatranska.sk](http://www.tatranska.sk)



PRIPRAVILA Alena Reháková  
FOTO archív firten

## LETO V ZNAMENÍ: VIVA LA (KOM)VIDA

Vychutnajte si pravé letné osvieženie v podobe bio fermentovaného nápoja Komvida Organic Kombucha. Komvida je pripravená remeselnou výrobou podľa tradičného receptu, z bio prírodných surovín a bez pasterizácie. Vďaka fermentačnému procesu dostáva nápoj charakteristickú chuť a aj prírodné bublinky. Komvida je balená v skle. Dostupná je v troch príchuťach v 250 ml balení – zelený čaj, zázvor a citrón a lesné ovocie.

[https://www.instagram.com/komvidakombucha\\_czsk/](https://www.instagram.com/komvidakombucha_czsk/)



## RAŇAJKOVÁ NOVINKA AJ PRE NAJNÁROČNEJŠÍCH – ŽILINSKÁ ZLATÁ TRESKA

Legendárna špecialita ide stále s dobou. Najnovšie namiešali v Žiline jej celkom novú alternatívu najvyššej kvality – Zlatú Tresku. Nenájdete v nej žiadne konzervanty a chuťové bunky poteší, že až 50 percent obsahu tvoria filety aljašskej tresky. Ak by ste chceli obohatiť raňajkový bufet vo vašom hoteli či penzióne štipkou originality a osloviť skutočných labužníkov, stavte na tento výnimočný rybí šalát. Sme presvedčení, že si ho na raňajkových stoloch určite zamilujú aj vaši hostia. [www.zlatatreska.sk](http://www.zlatatreska.sk)



# KÁVOHOLIK VAŠA CESTA K ZÁŽITKU Z KÁVY

TEXT A FOTO Kávoholik

*Kávoholik je platforma, ktorá spojila kávových majstrov s milovníkmi kávy a ako jediná poskytuje komplexné služby v kávovom segmente. Všetkých zákazníkov vedie jedinečnou cestou k zážitku z kávy. Tá sa začína poznaním chutí zákazníkov, čím sa odlišuje od konkurencie. Pokračuje starostlivým výberom zelenej kávy a moderným OMNI pražením vo vlastnej pražiarni. Na to nadväzuje predaj kávovarov a ich servis, baristické školenia a končí, no zároveň sa aj znovu začína, lahodnou šálkou kávy značky Slovensko v srdci - praženej srdcom pre vaše chute.*

## ČERSTVOŠŤ – IKONICKOSŤ – LOKÁLNOŠŤ

Značka Slovensko v srdci je lokálne pražená káva, ktorá odpovedá na potreby spotrebiteľov tým, že pre nich vyladuje chuťový profil. Majster pražiar spoločnosti Kávoholik našiel cestu, ako pražiť kávu tak, aby ju bolo možné pripravovať akýmkoľvek spôsobom, jej pitie bolo vždy zážitkom a spotrebiteľa svojou chuťou nesklamala.

## KÁVA PRAŽENÁ SRDCOM PRE VAŠE CHUTE

Spoločnosť Kávoholik sídli na Dúbravskej ceste 3 v Bratislave. V priestoroch centrálnej sa nachádza showroom otvorený pre každého, kto sa zaujíma nielen o produkty značky Kávoholik – kávu Slovensko v srdci, ale zaujíma ho celý postup spracovania kávovníkových zŕn. Kávu pražia každý pracovný deň,

čo je zárukou, že sa k zákazníkovi dostane vždy čerstvá. Kávovníkové zrná firma nakupuje výhradne od certifikovaných pestovateľov káv zo Strednej a Južnej Ameriky, Ázie a Afriky. Centrál je zároveň predajňou kávy Slovensko v srdci. V priestoroch centrálnej spoločnosti Kávoholik sa nachádza aj školiace stredisko pre baristov.

## LOKÁLNE KAVIARNE V PRÍJEMNOM PROSTREDÍ

Kávoholik rád privíta zákazníkov v dvoch štýlových lokálnych kaviarňach: na Kupeckého ulici v bratislavskom Ružinovce a na Alstrovej ulici v blízkosti centra Rače. Obe si môžete prenajať na rodinné oslavy alebo firemné stretnutia. Ak hľadáte ideálnu kávu pre vašu kaviareň, reštauráciu alebo hotel, môžete sa stať partnerom spoločnosti Kávoholik a užívať si výhody: kávu Slovensko v srdci z lokál-

nej slovenskej pražiarni, servis bez starostí, školenia pre baristov, skutočný zážitok z kávy pre vašich klientov a ako bonus propagáciu na sociálnych sieťach a webovej stránke [www.kavoholik.sk](http://www.kavoholik.sk).

## ŠTVRŤSTOROČIE SKÚSENOSTÍ

V kamennej predajni na Bajkalskej ulici v Bratislave nájdete všetko zo sveta kávy na jednom mieste. Predaj značkových kávovarov, príslušenstva a celé portfólio služieb na prípravu espressa, ako aj riešenia problémov spojených s kávou. Firma ponúka viac ako 25-ročné skúsenosti v oblasti záručného aj pozáručného servisu espresso kávovarov a mlynčiek na kávu, v ich distribúcií pre obchodné prevádzky aj domácnosti vrátane zabezpečenia náhradných dielov. Objednať si tiež môžete štýlovú prezentáciu kávy prostredníctvom piaggio autičok. [www.kavoholik.sk](http://www.kavoholik.sk)



# Český pěstitel, zpracovatel a distributor mražené zeleniny a ovoce



*Milujeme mražené*



Hrášek 2,5 kg



Špenát listový porce 2,5 kg



Polévková 9-ti druhová 2,5 kg



Fazolové lusky 2,5 kg



Maliny 2,5 kg



Ananas 2,5 kg



AGRO Jesenice u Prahy a.s. Divize Mrazárna Vestec, K Jahodárně 40 252 50 Vestec Telefon: +420 606 066 166

[www.agrojesenice.cz](http://www.agrojesenice.cz) | [www.milujememrazene.cz](http://www.milujememrazene.cz)



# LADISCO OBJAVÍŠ, PROBLÉMU S OLEJMI SA ZBAVÍŠ

TEXT A FOTO LadisCo, unsplash.com

*LadisCo je spoločnosť zaoberajúca sa kuchynskými olejmi v každom smere, tzv. 3 v 1. Z vašej prevádzky odvezieme prepálený olej, dodáme jedlé oleje a zabezpečíme aj odvoz kuchynského biologického odpadu.*



Použitý olej vykupujeme a za odvoz bio odpadu, samozrejme, platí zákazník. Ponúkame aj širokú škálu jedlých olejov a tukov, ktorá zahŕňa klasický „panvicový“ repkový a slnečnicový olej, štyri druhy fritovacích olejov a rovnako ponúkame aj olivové oleje. Ako jediní na slovenskom trhu dodávame olivový fritovací olej, ktorý disponuje veľkou stabilitou a je ideálny do prevádzok, v ktorých sa veľa frituje.

Okrem spolupráce s gastrosektorom sa už niekoľko rokov orientujeme aj na zber použitého oleja od konečného spotrebiteľa, teda od občana. Vytvorili sme sieť zberu zo slovenských obcí aj miest, ktorá sa veľmi osvedčila a stále viac primátorov a starostov má záujem aplikovať tento ekologický zber aj vo svojej obci. Systém je jednoduchý: občan naplní PET fľašu použitým olejom a dobre

uzatvorenú ju vhodí do určenej zbernej nádoby umiestnenej na obecnom úrade alebo v zbernom dvore. Zároveň obciam zdarma ponúkame špeciálne patentované uzatvárateľné skrutkovacie lieviky na pohodlné zlievanie oleja do PET fľaše.

Zákazníkom ponúkame aj pomoc a poradenstvo pri každoročnom vyplňaní „Ohlásenia o vzniku odpadov a nakladanie s ním“. Počas celého roka vedieme podrobnú evidenciu odovzdaných odpadov, čím odbremeňujeme svojich zákazníkov od prebytočného „papierovania“.

Na trhu pôsobíme už štrnásť rokov a máme za sebou stovky spokojných klientov. Operujeme na západnom a strednom Slovensku. Naším poznávacím znamením je spoľahlivosť a pravidelnosť.

[www.ladisco.sk](http://www.ladisco.sk)







FOTO Markus Gortz

*Services*



# JE TAM NIEKTO?

✓ Šanghajska reštaurácia Zentral Kitchen/Shikoku funguje čiastočne ako virtuálna kuchyňa a čiastočne ako uzavretý salón pre malú spoločnosť. Interakcia s obsluhou je minimálna. Foto Peter Dixie/Lotan Architecture Photography

PRIPRAVILA Ján Krajč

*Reštaurácie neprestali fungovať. Extrémne rýchlo sa transformovali do odlišnej podoby. Nepodobajú sa tým, na ktoré sme boli po desaťročia zvyknutí. Ako veľmi teda potrebujete vidieť zákazníkov, a vôbec, potrebujú vidieť oni vás? Trend virtuálnych podnikov hovorí sám za seba.*



→ Belgický startup Casper združuje niekoľko značiek rýchleho občerstvenia. Zákazníci si pred výberom z ponuky volia typ kuchyne, ktorá má objednávku pripraviť. Všetko ostatné prebieha vnútri takzvanej dark kitchen – o tom, koľko operátorov skutočne vlastní dané značky a aký je nápor na personál, sa zatiaľ príliš nehovorí.

FOTO Casper

Odvetvie prechádzalo transformáciou ešte skôr, než sa o tom začalo hovoriť. Mnohé z konceptov, ktoré by za iných okolností získavali momentum len veľmi pomaly, sa v dôsledku hľadania mechanizmov na prežitie v novej covidovej a post-covidovej ekonomike stali nielen prijateľnými, ale priam styčnými princípmi, na základe ktorých prevádzkovatelia zachovali svoju existenciu. Pokiaľ v priebehu poslednej sezóny rezonovalo v odvetví niečo častejšie, než enormný zánik prevádzok, potom to bol nepochybne fenomén ghost kitchens, respektíve virtuálnych kuchýň, fungujúcich v uzavretom cykle výroby a logistiky objednaných jedál. Virtuálne kuchyne, hoci by sa to tak mohlo zdať, vznikali ešte dávno pred nástupom pandémie. Tento detail je veľmi dôležitý – ukazuje totiž, že vzorec správania zákazníkov by sa postupne zmenil aj bez takých dramatických udalostí, aké sme zaznamenali v minulom roku.

#### PODOBA ULTRAEVOLÚCIE

Len za necelé dva roky sme mohli pozorovať niekoľko štádií vývoja trendov v stravovaní. Počnúc obmedzením kapacity miest, otvorením výdajní, vonkajších prevádzok a končiac makeaways či pojazdnými bufetmi. Zdá sa, že virtuálne kuchyne sú konceptom najspôsobilejším na to, aby sa adaptoval na nestabilné trhové podmienky a najagresívnejším na to, aby iné, komplikované či hybridné stravovacie formáty, prekonával. Odlišujúcim je v tomto prípade prerušenie vzťahu medzi zákazníkom a prevádzkou. Vo väčšine prípadov nie je jasné, kto vám jedlo skutočne pripravuje. Možno ani netušíte, že



reštaurácia, z ktorej si objednáte jedlo, je len fiktívna. Že značka funguje ako alter ego iného reštauračného konceptu. Tento prekvapivý fakt sa s ghost kitchens spájal už od začiatku, keď v priebehu roka 2015 začali vychádzať prvé správy o tom, že newyorský sprostredkovateľ donáškového jedla Seamless spolupracuje s reštauráciami, ktoré sa predstavujú ako celkom nové podniky – s iným menu a odlišnou identitou. Okrem falošných identít zabehnutých podnikov si virtuálne kuchyne spravili zlé meno tým, že v čase funkčnej ekonomiky podvádzali zákazníkov hľadajúcich kvalitu mimo známych reštauračných zariadení a uvádzajúcich v zozname reštaurácií také, ktoré o tom ani nevedeli. V rokoch 2017 – 2019 sa spojenie virtuálnych kuchýň a neskôr cloudových kuchýň uchytilo v povedomí, ako pomenovanie pre systém pozostávajúci z výhradného dodávateľa jedál pre viacerých nezávislých spotrebiteľov. Nielen koncových, ale aj pre hotelové reštaurácie či väčšie donáškové služby, ako napríklad Deliveroo. Až do vyhlásenia globálneho karanténneho stavu boli ghost kitchens vnímané ako alternatívny svet donáškových služieb. Situácia sa

však zmenila veľmi rýchlo. Počas jari 2020 fungovali virtuálne kuchyne ako flexibilné reštauračné fabriky, často poskladané z kuchynských kontajnerov veľkosti unimobunky, pomáhajúce udržaniu pracovných miest i stabilizovaniu logistiky doručovania jedla v nepredvídateľnom období. Tieto alternatívne prevádzky pritom v ďalších mesiacoch nahradili nefunkčné a zanikajúce luxusné reštaurácie, vyludnené obchodné centrá i hotely uzavreté pre vládne nariadenia. V prenesenom význame sa dá hovoriť o novej štruktúre existujúcej v starom, odumretom podnikateľskom organizme.

#### SYSTÉM SA PREBÚDZA

Za najlepšiu ukážku toho, ako táto masívna evolúcia prebieha, možno považovať Spring – reštauráciu, ktorú zatvorili pred tromi rokmi a napriek tomu sa jej funkcia doposiaľ nestratila. Luxusný priestor, presvetlený veľkolepým strešným svetlíkom, mramorové podlahy a prostredie zariadené starozitnosťami však nestačili na to, aby majitelia predĺžili nájomnú zmluvu. O dva roky neskôr, v lete 2018 opustili reštauráciu so všetkým, čo v nej bolo. Vyludnený

priestor sa pre verejnosť znovu neotvoril. Minulé leto však do útrob Springu začal znovu vstupovať život. Tentoraz preto, aby bol operačnou základňou pre tri stravovacie franšízny. Už na začiatku sa do Springu nastáhovali traja prevádzkovatelia. Ďalší mali pribudnúť počas nasledujúcich týždňov. V praxi to znamenalo trojnásobne vyšší zisk pre podnik, ktorý by za normálnych okolností závisel len od jedného reštauračného konceptu. Zodpovedným za vznik tohto efektívneho systému bol start-up Postmates. Reč však už nebola o virtuálnej kuchyni, ale o akejsi nadstavbe, cloudovej kuchyni, v ktorej dokázalo synergicky operovať niekoľko tímov súčasne. Navyše, takto posilnené kuchynské formácie si začali uvedomovať svoje marketingové prednosti a v spolupráci s platformami, ako Postmates, dnes ponúkajú exkluzívne donášky dostupné výlučne na jedinom virtuálnom mieste. V rozhraní aplikácie. Reštaurácie, ako aktívne systémy fungujúce na neaktívnych a nevyužitých štruktúrach amerických obchodných domov, však postupne začali vznikať z nevyhnutnosti. Kvôli strategickému získaniu konkurenčnej výhody – veľké nákladiská, logicky rozčlenená dispozícia priestorov a príležitosť na využitie niekdajších obchodných bufetov s kompletnou vzduchotechnikou, sú totiž zásadné argumenty na predaj aj kúpu chátrajúcich centier, ktoré svoju zlatú éru už majú za sebou.

### SENDVIČE ZO SHERATONU

Toto oživenie zásadne ovplyvnila aj investičná taktika veľkých hotelových reťazcov, menovite Accoru, ktorý v spolupráci so sku-

→ Na prízemí hongkongskej cloudovej kuchyne s niekoľkými poschodiami sa nachádza výdajňa. Vstup je obmedzený, objednávky sa prijímajú bezkontaktné. Výber je však bohatý – pripravuje ho niekoľko nezávislých spoločností, ktoré využívajú spoločný priestor a distribučnú zónu s parkoviskom.  
FOTO 3Stories

pinou SBE uzavrel obchodné partnerstvo, založené na otvorení virtuálnych kuchýň v nevyužívaných hoteloch. Sam Nazarian, generálny riaditeľ SBE, prirovnal nový koncept k ekvivalentom streamovacej éry: „Považujem to za akýsi netflix v stravovaní, v ktorom neustále vzniká nová ponuka jedál, distribuovaná cez netradičné kanály. C3 bude prvým operátorom, ktorý bude združovať food court, virtuálne kuchyne a menšie donáškové služby. Zákazníci si od toho môžu sľubovať vysokú kvalitu viditeľnú vo všetkom, čo majú radi.“ Aby spoločnosť svoje odvážne tvrdenia potvrdila, v úvodnej fáze prevádzkovania s ňou uzavreli kontrakt až štyria michelinmi ocenení šéfkuchári: Dani García, Masaharu Morimoto, Dario Cecchini a Martin Heierling. Voľbu špičkových šéfkuchárov odôvodnil Nazarian ako nevyhnutnosť v úsilí inovovať gastroprmysel: „Takým spôsobom sa nám podarí zmeniť zaužívané fungovanie. Do konceptu virtuálnych kuchýň vnesieme punc kulinárskej profesionality. Pritom budeme využívať existujúce zariadenia a prevádzky našich partnerov.“ Nazarianovo presvedčenie o budúcnosti tohto konceptu viedlo až k tomu, že v novembri minulého roka napokon predal zvyšný polovičný podiel siete lifestyleových hotelov Accoru a všetok záujem

sústredil na skupinu reštaurácií a sietí rýchleho občerstvenia. Accor je však jednou z tých najväčších rýb v dravom prostredí virtuálnych kuchýň. Ba čo viac, vďaka aplikácii Use Kitch dokázali počas minulého roka mnohí hotelieri spojiť sily s menšími živnostníkmi, ktorí si prenajímali kuchynské priestory na vlastné podnikanie. Richard Zaro, prevádzkovateľ malej siete s občerstvením a sendvičmi, začal vďaka tejto možnosti ponúkať menu priamo z dvoch nefunkčných prevádzok; reštaurácie Tender Greens a hotela Four Points Sheraton. „Hotely to berú, ako istý zisk,“ povedal v rozhovore pre New York Times. Krátko po Accore sa k slovu prihlásil ďalší veľký hráč, Hyatt a prostredníctvom tlačovej správy, v ktorej zdôvodnil svoje stanovisko ako snahu podporovať lokálnych podnikateľov v ťažkých časoch, oznámil, že dáva príležitosť na využívanie kuchynských priestorov svojich hotelov.

### ZA ZAVRETÝMI DVERAMI

Jeden z belgických start-upov Casper doručuje jedlo do širšieho okolia Gentu. Ponuka menu sa však nezačína výberom jedla, ale výberom jednej zo šiestice značiek s občerstvením odlišného druhu. Na rozdiel od väčšiny virtuálnych kuchýň však Casper ponúka aj vlastné produkty, čím zároveň





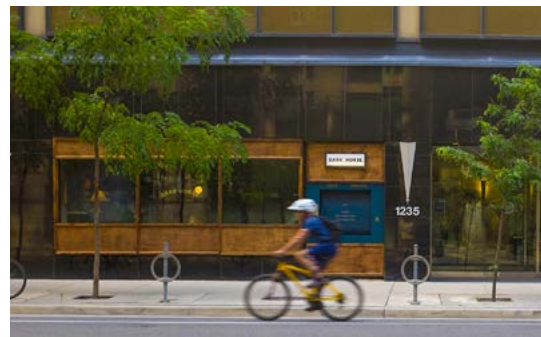


presahuje systém, ktorý sa svetovo adaptuje za rozličných okolností. Start-up si tak buduje popri silnejšej a pružnejšej operatívnej linke pracovníkov, kuchárov a kuriérov aj vlastnú, ľahko zapamätateľnú identitu. Reštaurácia nemá stoly ani stoličky. Má len prípravovňu a distribučnú zónu. Podobné založenie cloudovej kuchyne, v ktorej je sústredených niekoľko značiek súčasne, sa nedávno objavilo aj v Česku. Pražský MyFoodPlace je cloudovou kuchyňou, ktorá profituje z predaja menu piatich rôznych reštaurácií. Objednávka, donáška, dovážanie surovín – to všetko je sústredené na jednom mieste. Zisk je znásobený počtom prevádzok. Preto je fungovanie a aj vnútorná organizácia cloudových prevádzok prehľadnejšia a v tomto období ešte stá-

le atraktívna. Hybridné a čiastočne virtuálne kuchyne sa však už objavujú.

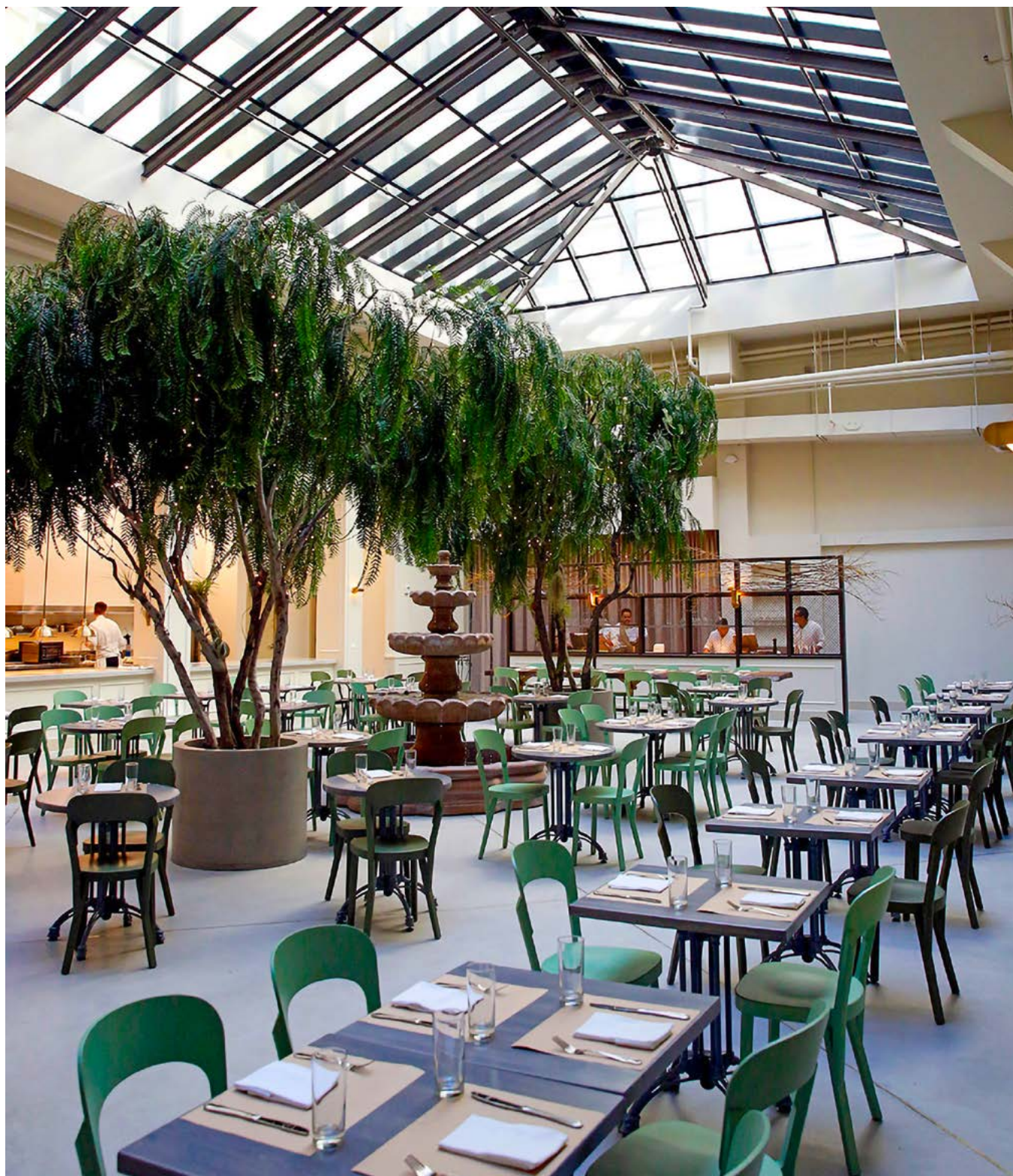
#### INTERAKCIU NEČAKAJTE

Doraziť ku klientom do dvadsiatich minút – taký cieľ si vytýčili zakladatelia milánskeho Kitchen Lab, Andrea Roberto Bifulco a Nicola Ballarini. V spolupráci so Studiom Arme sa vzia virtuálnej kuchyne, ktorá by zodpovedala potrebám bezkontaktného doručovania jedla, zmenila na prehliadku dizajnerskej invencie. Navzdory tomu, že priestor nedisponuje ničím iným, než výdajňou, sa stal pohľad na interiér vo farebnom prevedení zo žltého vinylu a leštenej ocele a plexiskla, za ktorým vidieť len nejasné obrysy pohybujúcich sa pracovníkov, doslovnou interpretáciou toho, čo



↑ Do kaviarne v Toronte sa len tak nedostanete. Nálepka na výklade uvádza, že kaviareň funguje, ako automat. Provizórny priestor vo vestibule budovy ponúka priestor len naoko. Má vyvolať dojem, že všetko funguje, ako kedysi.  
FOTO **Dark Horse Espresso**









← ↑ Hoci je exkluzívna francúzska reštaurácia Spring v Los Angeles zatvorená už tretí rok, v jej vnútri to žije. Kuchynské vybavenie využíva súčasne niekoľko menších reštauračných podnikov bez vlastného zázemia.  
FOTO **Wick Architecture and Design, Thomas Hawk**



↑ V milánskom Kitchen Labe stoly nenájdete. Dizajnovo atraktívny priestor tvorí len výdajňa a pult určený na príjem objednávok. Čakajúci môžu pozorovať pohyb obsluhy len v mihajúcich sa siluetách za polykarbonátovými stenami.  
FOTO **Studio Arne**

virtuálna kuchyňa, respektíve ghost kitchen znamená. O niečo emocionálnejší štýl zvolili v Hong Kongu, kde sa s podmienkou obmedzeného počtu hostí dá najesť aj vnútri. Do novootvoreného Zentral Kitchen/Shikoku môže prísť maximálne 20 hostí v tom istom čase. Interakcia je minimálna a v nejasnom režime meniacich sa povolení navrhli architekti perforované zásteny, ktoré prekrývajú dokonár otvorené okná. Keďže obmedzenia sa nedotkli len reštaurácií, ale aj barov a kaviarní, popri izolovanej obsluhu sa začal využívať aj

↘ Sam Nazarian (vľavo) si do novovybudovaného konceptu virtuálnej kuchyne a foodcourtu c3 prizval niekoľko špičkových šéfkuchárov medzi inými aj Daniho Garcíu (vpravo), nositeľa troch micheliniek.  
FOTO **Dani García/Twitter**



automatizovaný servis a kombinácia fyzických priestorov s výdajňami kioskami. Torontská kaviareň Dark Horse oslovila spoločnosť RC a výsledkom bolo umiestnenie kávomatu na fasáde kaviarne. Pribudla aj provizórna miestnosť, ktorá zostáva večer vysvietená. A hoci je kompletne vybavená, dvoch vecí sa zákazníci nedočakajú; vstupu dovnútra a čašníkov.

#### LEN NATERAZ?

Provizórne zriadené kuchyne však nastoľujú základnú otázku: bude mať tento koncept

dlhodobý úspech? Ak vás nepresvedčili názory Nazariana, skúste vziať do úvahy význam synergicky fungujúceho prostredia. Virtuálne kuchyne sa tak skoro nestratia. Vplývajú na rozvoj ekonomík. Reagujú na potreby on-line prostredia a vyhovujú aktuálnemu stavu. To, či budú mať zelenú, závisí od toho, koľko zodpovednosti prejavia ich zriaďovatelia. Povolenia, pracovné zmluvy a trh s nehnuteľnosťami – to je len niekoľko faktorov, ktoré budú vo veľkej miere ovplyvňovať životnosť takých prevádzok.

# MICHAL DRUGAJ: NÁVRHY NA ZLEPŠENIA PRICHÁDZAJÚ OD HOTELIEROV

PRIPRAVILA Alena Reháková FOTO Sortec Europe

*Načúvajú hotelierom, aby mohli zjednodušiť a zlepšiť prevádzkovú činnosť. Ich úsilie nabralo na obrátkach najmä počas pandémie, keď sa digitalizácia a bezkontaktnosť stali často skloňovanými pojmami. Čo všetko môže hotelierom uľahčiť ich každodenný život približuje Michal Drugaj zo spoločnosti SORTEC EUROPE.*



## **Čím sa zaoberá spoločnosť SORTEC EUROPE?**

Tento rok si pripomíname jubilejných 30 rokov pôsobenia na trhu. Dnes ponúkame komplexnú škálu produktov a služieb audiovizuálneho a zároveň najmä praktického vjemu nielen pre oblasť HoReCa, ale aj pre ďalšie segmenty.

## **Ak by sme sa zamerali na segment HoReCa, produkty spoločnosti nájdeme v celom hoteli. Pri vstupe je to terminál na meranie teploty. Aké ďalšie funkcie môže mať?**

Terminál LifeTec bol odpoveďou na dopyt najmä v súvislosti s pandemiou. Náš tím v priebehu leta 2020 vyladil jeho funkcionálnu na stopercentnú bezproblémovú funkčnosť. Dá sa povedať, že vychádza vo finálnej podobe priamo z našej dielne. Najčastejšie je aplikovaný na stojan zhotovený na mieru. Stojan okrem ukotvenia samotného merača teploty, má kapacitu aj na bezkontaktný dávkovač dezinfekcie, napájaný zo spoločnej siete

(bez nutnosti používať batérie). Dodávaný je v režime Plug-n-Play, stačí ho len zapojiť a používať. Užívanie sprevádza hlasová navigácia v slovenskom a voliteľne aj v inom jazyku. Detegovanie vysokej teploty prebieha zvukovou signalizáciou (alarmom). Terminál môže detekciou upozorňovať aj na nasadenie rúška či respirátora. Po odmeraní teploty sa zobrazí ľubovoľný QR kód, napríklad s odkazom na webovú stránku. Pri nečinnosti terminálu sa ako šetrič zobrazuje voliteľné krátke video alebo infografika.

## **Bezkontaktný check-in a check-out nachádzame v hoteloch čoraz častejšie. Čím je výnimočný práve produkt spoločnosti SORTEC EUROPE?**

Keďže celé zariadenie vyrábame vo vlastnej réžii, je náš check-in/out kiosk výnimočný iba 15 centimetrovou hrúbkou-SLIM dizajnom, a to pri zachovaní všetkej funkcionality a s možnosťou farebného zladenia s dizajnom interiéru hotela. Služí na ubytovanie/odhlásenie hosta, a to od vydania karty od konkrétnej izby, cez platbu za ubytovanie, skenovanie dokladov, informovanie hosta o hotelových službách až po jeho úlohu ako marketingového nástroja – infopanela na zobrazovanie reklamy.

## **Aké technologické riešenia nájdú hostia priamo v hotelovej izbe?**

TV menu nášho systému AVEMEO je absolútne inovatívne – umožňuje uvítanie ubytovaného hosta, ako aj vzájomnú komunikáciu medzi hosťom a personálom.

Vytváranie objednávok hotelových služieb a produktov prostredníctvom tohto systému odbremeňuje recepciu a zvyšuje zisk. Navigácia v hotelovej izbe, dotazníky, zasielanie správ na obrazovku udržiavajú hosta v aktuálnom dianí. Napojenie na PMS (Hores, Hoteltime, Protel, Ellipse...) je samozrejmosťou. Rovnako ako Netflix, Youtube a, samozrejme, TV obsah Plustelka Profesionál, ktorého použitie je právne vyrovnané. Všetko je jednoducho spravované zamestnancami v prehľadnom grafickom webovom rozhraní. Grafika a položky menu sú presne podľa požiadaviek hoteliera. Celý systém host ľahko ovláda pomocou jedného TV ovládača. Systém je plne realizovateľný i na ľubovoľný existujúci typ TV v hotelovej izbe, a to použitím Set-Top-Boxu ARRIS, ktorý sa umiestni na neviditeľné miesto – ovládač prijímača ARRIS zariadi bezproblémové ovládanie bez nutnosti priamo „mieriť“ na STB – ten je schovaný v poličke alebo za TV.







Čoraz viac sa reštauračných prevádzkam osvedčuje digitálny prístup. Zákazník sa ešte len približuje k reštaurácii a už ho upúta menuboard s displejom a aktuálnou ponukou, ktorý navyše krásne ladí s dizajnom prevádzky. Rovnako zaujme i aktuálna ponuka zobrazená v dizajnovom tablete na stole.



### **Viacere informácie majú hostia dostupné aj v spoločných priestoroch hotela. Aký spôsob ich zverejnenia by si mali hotelieri zvoliť? Čo všetko môžu takto komunikovať?**

S požiadavkami súčasnosti dnes idú tí hotelieri, ktorí vnímajú potrebu hostia vidieť aktuálne informácie a zároveň to vedú zabezpečiť efektívne. Host' sa pri príchode „čekuje“ pomocou kioska, na ktorom okrem tejto aktivity nájde informácie o hoteli alebo ho obsluží recepcia, pri ktorej sa nápadne vyníma displej s informatívnym obsahom, ktorý sa automaticky generuje podľa požiadaviek hotela. Tento koncept naša spoločnosť aplikuje na mieru do ľubovoľného verejného priestoru hotela či už ide o vjazd autom, parkovisko, lobby, recepciu, výťah, terasu alebo wellness – na zákazníka to pôsobí elegantne a moderne. V spoločných priestoroch hotela sme začali využívať špeciálnu WiFi platformu Meraki od spoločnosti Cisco, ktorá spája technológie a marketing. WiFi za hoteliera sleduje, ako často sa zákazník vracia, ako dlho bol hotelovým hosťom a tiež umožňuje zaslať mu informácie, ktoré si hotelier želá. Tieto informácie má prehľadne k dispozícii kedykoľvek.

### **Reštauračné menu v tlačenej podobe sa práve kvôli hygienickým požiadavkám dostáva do úzadia. Aké riešenie ponúka vaša spoločnosť?**

Dostávame sa do éry, keď si začíname uvedomovať, že tlačaná ponuka neprináša želaný efekt hosťovi ani prevádzkovateľovi reštaurácie. Čoraz viac sa prevádzkam osvedčuje di-

gitálny prístup. Zákazník sa ešte len približuje k reštaurácii a už ho upúta menuboard s displejom a aktuálnou ponukou, ktorý navyše krásne ladí s dizajnom prevádzky. Aktuálna ponuka zobrazená v dizajnovom tablete na stole vždy zaujme. Navyše, treba vziať do úvahy, že údržba plastového a skleneného povrchu je jednoduchšia v porovnaní s papierovou formou.

### **V tomto vydaní magazínu sa venujeme zariadeniu hotelového wellness centra. Čo zo sortimentu spoločnosti SORTEC EUROPE by ste odporúčali práve do tohto priestoru?**

Do priestorov wellness často dodávame ozvučenie a tiež displeje na zobrazovanie ponúk masáží, procedúr a iných ponúk hotela. V tomto priestore je obzvlášť dôležité dbať na dizajn, spoluprácu s architektom a dizajnérom, aby výsledný efekt nepôsobil rušivo. Host' potrebuje oddychovať a hotel predávať – treba nájsť balans a ten prinesie zaslúženú odmenu.

### **So zreteľom na vývoj posledných mesiacov mnohí hotelieri i reštaurátori zariaďujú, resp. rozširujú exteriér hotelov a reštaurácií. Máte i pre tento priestor nejakú novinku?**

Počas slnečných dní sa potenciálny zákazník pohybuje najmä v exteriéri. Limitom štandardných displejov je ich svietivosť, preto našim zákazníkom dodávame LED steny vyzdobené do ľubovoľného tvaru, ktorých svietivosť je až 20-násobne vyššia, a ktoré pútajú pozornosť aj pri najostrejšom slnku. Obsah

na LED stene sa riadi štandardne z nášho systému AVEMEO.

### **Aké ďalšie novinky chystáte?**

Môžem povedať, že každý mesiac pracujeme na niečom novom, návrhy na novinky a zlepšenia často prichádzajú od samotných hotelierov. Najaktuálnejší projekt je digitálny stôl so zabudovaným displejom; keď naň položíte tanier, na displeji sa zobrazí recept k danému jedlu. Zatiaľ sme v plnení požiadaviek digitalizácie segmentu hotelierstva pomerne úspešní, budeme preto veľmi radi ak nás samotní hotelieri či reštaurátori budú kontaktovať s požiadavkou na zhmotnenie ich predstáv.



Terminál LifeTec bol odpoveďou na dopyt najmä v súvislosti s pandémiou. Okrem merania teploty, dokáže skontrolovať nasadenie rúška/respirátora i nadávkať dezinfekciu.

Check-in/out kiosk je výnimočný iba 15 centimetrovou hrúbkou - SLIM dizajnom, a to pri zachovaní funkcionality a s možnosťou farebného zladenia s dizajnom interiéru hotela.



# AJ PROFESIONÁLNA HYGIENA MÔŽE BYŤ EKOLOGICKÁ VĎAKA ECO CHOICE LÍNII JE TO JEDNODUCHÉ



TEXT A FOTO SHP Group

*Závazok byť k prírode ohľaduplnejší sa stáva nevyhnutnosťou. Správať sa vo svojej prevádzke ekologicky si vyžaduje premyslené plánovanie, s ktorým vám môže pomôcť správne zvolený dodávateľ. Vďaka línii ECO CHOICE od Harmony Professional je to naozaj jednoduché.*

Hoci sa náš spoločenský záväzok správať sa ekologickejšie a míňať menej plastov s príchodom pandémie pomerne rýchlo dostal do úzadia, možnosť správať sa ekologicky stále existuje aj v týchto dňoch. Každá prevádzka môže svojim udržateľným správaním nielen chrániť našu planétu, ale vzhľadom na stále väčší záujem o ekologické riešenia aj posilňovať vlastnú konkurencioschopnosť. Jednou z ciest je zavedená iniciatíva Zelený program, ktorej cieľom je znižovanie spotreby všetkých druhov energie a odpadu v hoteloch a reštauráciách. K nej sa teraz pripája aj spomínaná praktická novinka určená pre všetkých, ktorým životné prostredie nie je ľahostajné – lúnia ECO CHOICE.

V novej línii ECO CHOICE od Harmony Professional nájdete ekologické varianty skladaných papierových utierok, toaletného papiera či dvojvrstvových obrúskov. ECO CHOICE produkty sú vyrobené zo špeciálneho SMART ECO papiera, ktorý je ekologický a šetrný k prírode. Produkty sú balené vo fóliových baleniach s využitím až 30 percent predtým recyklovanej fólie a v recyklovaných kartónoch. Všetky majú aj FSC certifikát potvrdzujúci ich ekologický pôvod.

Okrem týchto produktov ponúka lúnia ECO CHOICE ďalšiu zelenú novinku: ekologické dispenzory s unikátnymi vlastnosťami, ktoré skracujú čas rozloženia plastu v prírode až o 99 percent. Pomáha im unikátna prísada Master Bio, ktorá je schopná urýchliť proces rozkladu v mieste na to určenom zo stoviek rokov na niekoľko mesiacov. ECO CHOICE dispenzory sú z hľadiska funkčnosti a dizajnu porovnateľné s klasickými, no ich výhoda je v šetrnosti k prírode. Aj tieto produkty pomôžu vašim prevádzkam prispieť k zvýšeniu ekologického správania.

Udržateľnosť je nielen trendom, ale aj logickou potrebou, ktorej význam bude v budúcnosti narastať. Súčasná situácia je ideálnou príležitosťou, ako sa na nové časy pripraviť a lúnia ECO CHOICE od Harmony Professional je ďalším riešením, ktoré vám pomôže. Či už sa rozhodnete pre výmenu toaletného papiera, utierok alebo dispenzorov vo vašej prevádzke, životnému prostrediu rozhodne urobíte významnú službu.

Celú lúniu produktov ECO CHOICE si môžete pozrieť na [www.tvojeharmony.sk/professional/sustainability](http://www.tvojeharmony.sk/professional/sustainability).



ECO CHOICE



# Zelená pristane každej prevádzke

Vyskúšajte výrobky z línie ECO CHOICE a naplňte svoje predsavzatie správať sa udržateľnejšie. Vaša prevádzka i životné prostredie to ocenia.

Ekologické riešenia profesionálnej hygieny nájdete na [www.tvojeharmony.sk/professional/sustainability](http://www.tvojeharmony.sk/professional/sustainability)



**HARMONY**  
PROFESSIONAL

# PRACOVNÝ TRH SA UŽ NAVŽDY ZMENIL

PRIPRAVILA Alena Reháková FOTO AdobeStock

*Veľká časť zamestnávateľov už nepredpokladá, že sa vráti k pracovnému režimu, aký mali v roku 2019 povedala nám Nikola Richterová, PR manažérka spoločnosti Profesia. Prezradila, o ktoré pracovné pozície je najväčší záujem, ako sa zvýšil počet reakcií na pracovnú ponuku a aké budú dôsledky koronakrízy na pracovný trh.*



**Nikola Richterová**  
PR manažérka  
spoločnosti  
Profesia

**Ako by ste porovnali vývoj na pracovnom trhu medziročne, t. j. roky 2020 a 2019?**

Keď sa pozrieme na počet či štruktúru ponúk roka 2019 a 2020, môžeme mať pocit, že neporovnávame obdobia, ktoré idú po sebe. Na prvý pohľad sa zdá, že ich delí dlhší časový úsek. Zmeny boli skutočne obrovské. Za celý rok 2020 sme evidovali 190-tisíc pracovných ponúk. To je o zhruba 72-tisíc menej

ako v roku 2019. Situáciu, keď bol počet za jeden rok pod hranicou 200-tisíc, sme zaznamenali naposledy v roku 2014. Koronakríza najmä počas prvej vlny zvýšila dopyt po nových zamestnancoch v textilnom priemysle. Okrem toho sme zaznamenali nárast dopytu po IT odborníkoch. Veľké množstvo zamestnávateľov sa oboznámilo s prácou z domu, veľa obchodov sa začalo orientovať na



online predaj a viacero ďalších postupov sa prenieslo do online sveta. Aj preto bolo IT po výrobe a obchode tretím odvetvím s najvyšším počtom ponúk. V roku 2019 bolo štvrté, predtým piate. Koronakríza tak v mnohých prípadoch urýchlila plánovanú automatizáciu. To sa však prejavuje pri zamestnancoch v administratíve či klientskej podpore. Pozície ako office manažér, administratívny pracovník či telefonický špecialista zákazníckej podpory patrili medzi tie, pri ktorých začali firmy šetriť. Počas roka 2020 totiž viacero firiem začalo meniť svoju internú komunikáciu aj zaužívané interné postupy. Začali sa viac využívať systémy, čo znížilo dopyt po ľuďoch v administratíve. S klientskou podporou je to podobné. Sledujeme, že stále viac spoločností využíva botov.

### Ako sa prejavil vplyv vládných opatrení na trhu práce?

Samozrejme, koronakríza niektoré sektory takmer zastavila. Zatvorené hotely, turistické strediská a prázdne reštaurácie spôsobili, že odvetvie, ktoré za posledný rok stále rástlo, v našich ponukách práce medzročne prepadlo až o 44 percent.

Keď rekapitulujeme, tak s výnimkou letných mesiacov je cestovný ruch na Slovensku od príchodu koronakrízy takmer zastavený. Veľký vplyv to má aj na počet brigádnickej ponúk. V roku 2020 sme evidovali na najväčšom pracovnom portáli zhruba 3 600 študentských inzerátov na brigádu. To je takmer o 2-tisíc menej ako v roku 2019.

### Došlo k masovému prepúšťaniu a k zintenzívneniu hľadania práce?

Zamestnávateľia začali uverejňovať menej pracovných ponúk a v správach sa začali objavovať informácie o prepúšťaní. Miera nezamestnanosti vzrástla a na úradoch práce bolo na konci roka prihlásených približne o 70-tisíc viac ľudí ako to bolo pred objavením vírusu na Slovensku. Tieto skutočnosti sa, samozrejme, prejavili aj na našom portáli. Uchádzači majú medzi sebou väčšiu konkurenciu. Kým v roku 2019 platilo, že na jednu ponuku práce reagovalo v priemere 17 ľudí, v roku 2020 to bolo vyše 26. Túto situáciu zrejme nepocítia uchádzači, čo splňajú požiadavky

v IT, školstve či farmaceutickom priemysle. Vidíme, že firmy majú stále veľký dopyt po nových ľuďoch, preto najst' nové uplatnenie nemusí byť v podobných sektoroch náročné ani v súčasnej krízovej ére. Horšie je to však v obľúbených odvetviach, kde vidíme veľký počet záujemcov o pracovné miesta. Ide najmä o administratívu, marketing, reklamu či pozície v médiách. V týchto sektoroch v roku 2020 platilo, že na jeden pracovný inzerát zareagovalo v priemere viac ako 50 ľudí. Treba povedať, že to je len priemer, pričom evidovali sme ponuky práce, kde sa počty uchádzačov rátať v stovkách. Väčší záujem vidíme pri firmách, ktoré dbajú na svoju zamestnávateľskú značku.

### Zmenili sa spôsoby hľadania/ ponuky práce?

Zmenu vidíme pri spôsoboch vyberania pracovných ponúk. Túto skutočnosť spôsobili najmä prepúšťania v sektoroch, ktoré nemôžu fungovať naplno pre rôzne opatrenia. Spomeniem cestovný ruch, event marketing, organizáciu podujatí, služby, umenie či taxi služby. Ľudia, ktorí prišli o prácu v týchto odvetviach, museli celkom zmeniť svoje pracovné záujmy a hľadať nové uplatnenie v iných odvetviach. Preto posielali často životopisy spoločnostiam, ktoré uverejňovali ponuky práce, ktoré nemali špecifické požiadavky na vzdelanie a prax. V porovnaní s rokom 2019 preto výrazne stúpli reakcie na ponuky práce telefonických anketárov alebo kuriérov. Anketár sa dokonca stal pozíciou, na ktorú uchádzači v roku 2020 reagovali najviac so všetkých. Na jednu takú ponuku práce reagovalo v priemere viac ako 100 ľudí. To je veľký záujem. Veľa ľudí je aktuálne v nezávideniahodnej situácii. Priveľa podnikateľov a ľudí je odkázaných na čo najrýchlejšie uvoľnenie prísnych opatrení, ktoré na Slovensku platia od konca minulého roka.

### Ktoré ukazovatele boli najviac ovplyvnené koronakrízou?

Môžeme vidieť, že koronakríza ovplyvnila na trhu práce takmer všetko. Predovšetkým sú to pracovné možnosti, je ich menej. Znížili sa počty pracovných ponúk a zvýšil sa počet ľudí, ktorí hľadajú prácu. Na druhej strane vidíme, že ľudia zmenili preferencie, a ako som

### VÝVOJ POČTU PRACOVNÝCH PONÚK

2015	211 355
2016	248 800
2017	274 973
2018	273 944
2019	262 173
2020	190 070

ZDROJ Profesia.sk

### ODVETVIA S NAJVIŠŠÍM MEDZIROČNÝM POKLESOM

Rok	2019	2020	% pokles
Lízing	351	351	-48%
Cestovný ruch, gastro a hotelierstvo	12 920	7 196	-44%
Služby	6 514	4 104	-37%
Administratíva	31 105	19 848	-36%
Zákaznícka podpora	7 693	5 054	-34%

ZDROJ Profesia.sk

### POČET BRIGÁDNICKÝCH PONÚK, KTORÉ SÚ VHODNÉ PRE ŠTUDENTOV SŠ A VŠ

2016	4 537
2017	5 485
2018	5 445
2019	5 419
2020	3 584

ZDROJ Profesia.sk

### VÝVOJ PRIEMERNÉHO POČTU REAKCIÍ NA PONUKU

2015	20,2
2016	16,4
2017	14,5
2018	14,6
2019	17,1
2020	26,3

ZDROJ Profesia.sk

### NAJOBĽUBENEJŠIE POZÍCIE UCHÁDZAČOV V ROKU 2020

	Priemerný počet reakcií na ponuku
Anketár	102,7
Sekretárka	99,7
Vizualista	96,1
Kuriér	88,4
Office manager	88,4
Promotér	86,8
Fotograf	86,5
Poštový doručovateľ	84,3
Asistent	81,4
Novinár	80,3

ZDROJ Profesia.sk



spomenula, reagujú viac na ponuky bez požiadaviek; zároveň platí, že aj firmy dnes hľadajú iných ľudí ako napríklad v roku 2019. Čo sa však týka preferencií zamestnávateľov, nedá sa povedať, že by sme dnes videli vyslovene nové pracovné miesta, ktoré nám priniesla výlučne koronakríza. To, čo dnes vidíme na trhu práce je skôr urýchlenie dopytu po automatizácii a robotizácii. To, že sa firmy budú v budúcnosti orientovať viac na online služby, zjednodušovanie a automatizovanie jednotlivých interných chodov, sa komunikovalo už dlho. Prišla však pandémia, ktorá veľký podiel zamestnancov zavrela doma a preto sa firmy museli obrátiť na nové technoló-

s Open HR forum, pričom respondentmi boli personalisti spoločností, ktoré pôsobia na Slovensku. Desatina zamestnávateľov potvrdila, že aktívne znižuje kancelárske kapacity a v nasledujúcom období prejde na zdieľané pracovné stoly. To znamená, že veľká časť zamestnancov bude pracovať už iba z domu a do práce bude chodiť iba vtedy, keď budú mať dohodnuté stretnutia, prípadne iné dôvody. Jednoducho povedané – firma bude mať menej pracovných stolov než zamestnancov. Koronakríza nás preniesla do budúcnosti a platí, že trh práce sa už ani po jej skončení nevráti k zaužívaným procesom aké sme poznali v roku 2019.

veľkému počtu nadčasov. Zároveň však platí, že správanie ľudí na trhu práce sa vďaka koronakríze zmenilo. Dá sa povedať, že pred niekoľkými rokmi celý trh práce „patril“ najmä ľuďom. Zamestnávatelia mali problém zohnať nových ľudí a z preto sa začali prispôbovať ich požiadavkám. Nároky ľudí pritom rástli. Sledovali sme aj narastajúcu fluktuáciu; keď bol človek vo firme nespokojný, nemal problém odísť, pretože vo väčšine odvetví platilo, že pracovných možností bolo veľa. Teraz je už situácia iná. U ľudí stúpa lojalita. Naša spoločnosť si dala na konci roka 2020 spraviť prieskum prostredníctvom agentúry Focus. Podľa neho až 90 percent ľudí nepovažuje aktuálnu situáciu za vhodnú na výmenu práce. Ľudia si v čase krízy vážia viac istoty. To sa nám potvrdilo aj v našej anketke Najzamestnávateľ, v ktorej vyberajú ľudia každý rok najatraktívnejších zamestnávateľov v rôznych odvetviach na Slovensku. Medzi najčastejšími dôvodmi, ktoré rozhodovali, sa vôbec po prvý raz objavila udržateľnosť pracovných miest a pracovného kolektívu. Skutočne môžeme vidieť, že ľudia vnímajú strach zo súčasnosti a viac si vážia, že majú pre koho pracovať a majú stabilný finančný príjem. Mnoho ľudí si uvedomuje, že meniť prácu môže byť v súčasnosti riskantné. Zamestnanec odchádza z firmy, ktorú pozná a prichádza do neznámeho prostredia, kde je navyše v skúšobnej lehote. Jednoduché to nemajú ani zamestnanci, ktorí nastupujú do

---

“ KORONAKRÍZA NÁS PRENIESLA DO BUDÚCNOSTI A PLATÍ, ŽE TRH PRÁCE SA UŽ ANI PO JEJ SKONČENÍ NEVRÁTI K ZAUŽÍVANÝM PROCESOM AKÉ SME POZNALI V ROKU 2019. ”

---

gie skôr. Už dnes môžeme vidieť, že väčšina zamestnávateľov už ani nepočíta s tým, že sa vráti k pracovnému režimu aký mali v roku 2019. Potvrdilo to aj výsledky prieskumu, ktorý spoločnosť Profesia iniciovala spolu

**Aké sú priority ľudí hľadajúcich prácu, došlo k zmene vplyvom koronakrízy?**

Podľa našich údajov platí, že ľudia menia prácu najčastejšie pre nespokojnosť so svojim platom, nevyhovujúcimi pracovnými podmienkami či





”MNOHO ĽUDÍ SI UVEDOMUJE, ŽE MENIŤ PRÁCU MÔŽE BYŤ V SÚČASNOSTI RISKANTNÉ.“

#### VÝVOJ PONÚK, KTORÉ NEPOŽADUJÚ PRAX

2016	32,40 %
2017	34,60 %
2018	36 %
2019	36 %
2020	32,60 %
2021*	29,5 %

\*Obdobie od 1. januára do 16. mája

ZDROJ Profesia.sk

firiem, ktoré dnes fungujú z domu. Online onboarding nových ľudí pri home office je taktiež veľmi špecifický a noví zamestnanci sa dostávajú predsa len o čosi ťažšie do nového kolektívu.

#### Čo sa zmenilo na strane zamestnávateľov, pribudli nejaké nové požiadavky, ponúkli nové možnosti?

Keď zamestnávatelia uverejnia pracovnú ponuku, dostanú od uchádzačov viac životopisov ako v roku 2019. Môžu si preto dovoliť byť náročnejší vo svojich predstavách o nových ľuďoch vo firme. Vidíme to napríklad pri požadovaní praxe. V roku 2019 platilo, že približne 36 percent ponúk na našom portáli bolo vhodných pre absolventov. V roku 2020 tento podiel klesol na 32,6 percenta. Vyššie požiadavky zamestnávateľov sa pritom výrazne prejavujú aj v roku 2021. Podiel ponúk, ktoré nepožadujú niekoľko rokov praxe, predstavuje iba 28 percent. Vidíme, že zamestnávatelia sa začali orientovať viac na odborníkov s niekoľko-ročnými skúsenosťami. Túto skutočnosť mohli spôsobiť aj prísne opatrenia. Ako som už spomínala, keď nastupuje človek do firmy, oboznamovanie s prácou, pracovným kolektívom či ďalšími vecami prebieha on-line. Práve toto môže byť jeden z dôvodov, prečo majú firmy

nižšiu ochotu prijať ľudí, ktorým treba venovať viac času na zaúčanie.

#### Čo sa týka segmentu horeca – k akým zmenám došlo? Už pred koronakrízou prezentoval tento segment nedostatok pracovných síl...

Presne tak. Nedávno sme robili rešerš našich mediálnych výstupov a analýz. Zaujalo nás, že ešte na začiatku marca 2020 sme komunikovali, že sektor cestovný ruch, gastro a hotelierstvo nám na Slovensku stále rastie, brzdia ho však problémy s hľadaním novej pracovnej sily. Tento sektor má totiž problém, že zaujíma prevažne uchádzačov do 25 rokov. S vyšším vekom uchádzačov už záujem často klesá. Túto tému sme rozoberali ešte 4. marca 2020 na tlačovej konferencii na Profesia days v Bratislave. O dva dni neskôr už bol oficiálne oznámený prvý prípad koronavírusu na Slovensku a na trhu práce sa to prakticky prejavilo zo dňa na deň. Pokles ponúk bol najskôr spôsobený tým, že zamestnávatelia sa zľakli. Neskôr ich už ovplyvňovali opatrenia.

#### Ako vyzerá situácia v segmente horeca teraz po uvoľnení opatrení?

Napriek tomu, že v polovici mája bolo uvoľnenie opatrení stále len čiastočné, počet pra-

covných ponúk v cestovnom ruchu, gastronómie a hotelierstve bol za mesiac a pol vyšší ako to bolo za celý prvý kvartál 2021. Prvé tri mesiace tohto roka priniesli na náš portál v tomto sektore iba 613 pracovných ponúk. Od 1. apríla do 16. mája išlo o 1 612 pracovných ponúk. Ani súčasnosť však nie je pre mnoho prevádzok jednoduchá. Napriek tomu, že sme tu mali Covid automat, ktorý mal jasne informovať o tom, aké opatrenia budú na Slovensku platiť pri konkrétnych pandemických ukazovateľoch, sledovali sme opätovné zmeny, čo mohlo priniesť nižšiu prehľadnosť a schopnosť predpovedania uvoľňovania opatrení pre firmy. To spôsobilo, že uvoľňovanie zastihlo mnohé prevádzky opäť nepripravené. Sme svedkami toho, že zamestnávatelia boli nútení hľadať pracovnú silu zo dňa na deň a v čo najkratšom čase. Vzhľadom na to, že sledujeme nárazový rast pracovných príležitostí, mnoho firiem mohlo mať problém so sťaženou situáciou s hľadaním pracovnej sily. Aj preto Profesia počas celej pandemickej doby prináša zlepšenia, ktoré môžu pomôcť firmám získať potrebných ľudí jednoduchšie. Pri sektore horeca sme po uvoľnení zvýhodňovali ponuky a snažime sa využívať nové kanály na informovanie potenciálnych uchádzačov o dostupnosti týchto pracovných možností.

# Flexibilná hotelová práčovňa

primus

GET AHEAD IN LAUNDRY



**CLEANING**  
všetko pre pranie, čistenie a žehlenie

[www.cleaning.sk](http://www.cleaning.sk)

[www.primuslaundry.cz](http://www.primuslaundry.cz)

## PRÁČOVNE HLÁSIA ÚBYTOK ZÁKAZIEK, HOTELOM CHÝBAJÚ PRACOVNÉ SILY

PRIPRAVILA Alena Reháková

*Ako koronakríza ovplyvnila pranie a čistenie hotelovej bielizne, sme sa dozvedeli v rozhovore s Marekom Uhrínom, prezidentom Spoločenstva pracovní a čistiarní.*

### **Ako sa „darilo“ pracovním za ostatný rok?**

Väčšina pracovní riešila počas celého roka existenčné problémy. Tieto prevádzky sú totiž závislé od cestovného ruchu a spoločenského života. Vyhláškou Úradu verejného zdravotníctva Slovenskej republiky v čase núdzového stavu boli práčovne zaradené medzi výnimky, na ktoré sa nevzťahoval zákaz činnosti. A práve vďaka tejto výnimke sa prevádzky pracovní dostali do situácie, keď síce mohli byť otvorené, ale nemali zákazky. Najväčší objem ich zákaziek tvoria totiž dodávky z hotelov, penziónov, reštaurácií, wellness a fitness centier a kúpeľov. Obmedzenie mobility obyvateľstva pre zákaz vychádzania, zákaz hromadných spoločenských podujatí, svadiieb, uzatvorenie lyžiarskych stredísk a ďalšie, zastavili prísun zákaziek do prevádzok pracovní. Zlá situácia zapríčinila prepúšťanie zamestnancov. Niektoré prevádzky v tomto období skončili svoju činnosť a zatvorili. Práčovne nemajú na cieľnú pomoc nárok. Programy finančnej pomoci majú toľko vylučovacích podmienok, že sa na ne nevzťahujú. Vládne reštrikcie pripravujú prevádzkovateľov pracovní a čistiarní o obživu. Pre mnohých podnikateľov v tomto odbore budú ďalšie dni a týždne otázkou bytia a nebytia, pretože úbytok zákaziek je fatálny a veľmi znepokojivý.

### **Po pandémie, ktorá sa ešte neskončila, sú mnohé ubytovacie zariadenia v nepriaznivej finančnej situácii. Ako by ste porovnali externé pranie s vlastnou práčovňou v tomto období? Zmenilo sa niečo v prospech jednej či druhej možnosti?**

Práčovňa je jednou z najdôležitejších služieb, ktoré hotel potrebuje. Niektoré hotely uprednostňujú vlastnú práčovňu, aby si sami udržali kontrolu nad kvalitou prania a zabezpečili flexibilitu dodávok bielizne, čo je nevyhnutné na bezchybný chod prevádzky. Myslím, že aktuálne sa zmenila situácia v ubytovacích zariadeniach pre nedostatok personálu. Časť prevádzkovateľov s vlastnou práčovňou bude mať preto problém s práním bielizne. V súčasnosti prichádza veľká časť komerčných pracovní s kvalitnejším poskytovaním služieb. Inovujú spôsoby prania a kladú väčší dôraz na dezinfekciu bielizne. Maximálne sa usilujú prispôbovať požiadavkám ubytovacích zariadení. Očakávajú, že situácia v hotelovom a gastro segmente sa zlepši a služby prania sa naštartujú v plnom režime.



# KVALITNÉ OBLEČENIE

PRE HOTELY, GASTRO SEGMENT I PRE FIRMY, KTORÉ  
DBAJÚ NA REPREZENTÁCIU A OCHRANU SVOJICH  
ZAMESTNANCOV

TEXT A FOTO AGAL Textil Servis

*Bez služieb by náš každodenný život nefungoval. Ide o náročné a potrebné povolanie zároveň. V pracovnom oblečení trávajú pracovníci služieb nezriedka viac ako desať hodín denne. Cítiť sa po celý čas pohodlne, sviežo a zároveň pôsobiť reprezentatívne a profesionálne je výzvou.*



látku z materiálu X-DRY a nový spôsob jej výroby, vďaka ktorej má nositeľ oblečenia neobmedzené pohodlie pri pohybe a zároveň pocit sviežosti a hygienickej čistoty.

Reprezentovať svoju firmu môžu zamestnanci nenásilne a štýlovo. Vyšívané a sublimované logá, 3D logá a potlače sa aplikujú podľa potrieb a záujmu zamestnávateľa na trendové tričká, polokošeľe, elegantné blúzky, saká a košeľe, ale aj na potreby pre hostí a klientov, napríklad uteráky, osušky, šľapky alebo dáždniky. Ak chcete obdarovať svojich zamestnancov alebo klientov praktickým darčekom, pri nosení ktorého budú mať na očiach obľúbenú značku, prekvapte ich reklamným darčekom vo forme vyšívaných alebo potlačených mikín, šiltoviek či tričiek. AGAL Textil Servis pre vás vytvorí na základe vašich predstáv komplexný produkt. Od predloženia fyzických vzoriek, návrhu umiestnenia loga, odsúhlasenie vzorky až po realizáciu a dodanie v hygienickom balení.

Okrem predaja oblečenia pre jednotlivé skupiny poskytovateľov služieb sa spoločnosť AGAL Textil Servis zameriava aj na poskytovanie starostlivosti o oblečenie a textilie, napríklad pranie a čistenie. To robia v troch rodinných pracovniach na Slovensku, kde dbajú na individuálny a osobný prístup ku každému klientovi.



[www.agaltextil.sk](http://www.agaltextil.sk)

Slovenská spoločnosť AGAL Textil Servis je expertom na výrobu a predaj pracovného oblečenia pre rôzne odvetvia služieb. Na výrobu využívajú výhradne európske certifikované textilné materiály. Ide o overenú a značkovú kvalitu, ktorá je garanciou trvanlivosti jednotlivých produktov. Oblečenie

a textil sú vhodné na priemyselné čistenie, pretože jednoduchá starostlivosť o oblečenie je jednou z mät, ktorú si spoločnosť stanovila. Praktické, ľahko udržiavateľné a čistiteľné. V ponuke spoločnosti nájdete aj oblečenie s unikátnym A-MOVE systémom údržby. Ide o technológiu kombinujúcu kvalitnú

# PO POUŽITÍ ZNOVU POUŽÍTE

TEXT Ján Krajč

*Hoci sú v ponuke recyklovateľné dózy, téma redukcie obalového odpadu je naliehavá. Stále sa nedarí zamedziť tvorbe odpadu. Riešením by mohlo byť viacúčelové balenie.*



↑ Kokosové škrupiny vznikajú ako vedľajší odpad potravinárskeho a kozmetického priemyslu. Namiesto hromadného spaľovania je pritom možné využiť ich nie ako obaly, ale riad.  
FOTO Pontus Ohlsson





➤ V rámci prehliadky Salone del Mobile 2021 boli predstavené i gastro obaly z ekologického, stopercentne prírodného materiálu. Priestman Goode v spolupráci s dizajnérmi ako Margarita Talep navrhli dózy z nevyužitej šupky kakaových bôbov. FOTO Priestman Goode/Carolyn Browne

Len v málokterom odvetví majú obaly takú krátkodobú životnosť ako v gastronómii. Jednotlivé časti menu bývajú individuálne zabalené. Čo sa s nimi stane hneď po spotrebe je otázka na spotrebiteľov a ich vlastnú zodpovednosť. Iniciatívy podporujúce udržateľné formy balenia spotrebného tovaru a potravín sa usilujú o to, aby bol systém moderný, rovnako dostupný pre každého a životné prostredie zaťažoval čo najmenej. Aj tu však platí, že na problematiku treba pozerať z viacerých hľadísk.

#### POLOVIČNÁ EKOLÓGIA

Nadšenie z biologicky rozložiteľných obalov u mnohých ochladlo po tom, čo zistili, že ani vyhodenie „eko“ obalu nie je jednoduché. Hoci sa o zavádzanie nádob z bioplastu a lisovanej celulózy usilujú už mnohí výrobcovia a prevádzky nimi nahrádzajú doteraz využívané plastové a polystyrénové boxy, zmeniť zmysľanie musia predovšetkým spotrebiteľia a samosprávy. Pretože keď nenájdeme v mestách správne nádoby, do ktorých sú kompostovateľné obaly vhodné, budú stále putovať do kontajnerov komunálneho odpadu. Navyše, problém s tvorbou odpadu tým neklesá, len sa mení jeho podoba. Namiesto nadmernej tvorby jednorazového plastu sa tak tvorí nadmerné množstvo jednorazovo

kompostovateľného odpadu. A ten nie vždy automaticky môžete kompostovať v záhradnom či kuchynskom komposteri. Nejednotako označovaný produkt sa síce dá zmeniť na kompost, no vyžaduje si to špeciálne, veľkokapacitné kompostovacie zariadenia. Environmentalisti už upozornili, že aj kompostovaním produkujeme plynné zlúčeniny, ktoré prispievajú k otepľovaniu. Dnes často skloňovaným riešením je kuchynský komposter. Pri jeho užívaní sa však predpokladá záhrada alebo iné miesto, kde by bolo možné odpad z neho využiť. Vzhľadom na to, že donáškové služby a väčšina reštauračných zariadení sa nachádzajú v mestských prostrediach, ktoré vzhľadom na ich zahusťovanie a občiansku vybavenosť neumožňujú všetkým domácnostiam mať záhradu, vyvstáva otázka, čo sa dá robiť s kompostovateľnými obalmi, ktoré ako súčasť kuchynského odpadu zostanú premenené na humus približne po dvoch až troch mesiacoch.

Už z princípu je zrejmé, že akákoľvek tvorba odpadu má vplyv na životné prostredie. Bez ohľadu na to či ide o kuchynský odpad, gastro obaly alebo jednorazový riad. Podniky tak začínajú prechádzať na odlišný systém balenia a potraviny uskladňujú v takzvaných „reusable“ obaloch. Sľubujú si od toho men-

šie znečistenie, zníženie tvorby nadmerného a nežiaduceho odpadu a minimalizovanie výrobných a nadobúdacích nákladov na nové obaly. Hoci sa tieto formy zatiaľ len zavádzajú, práve znovu použiteľné obaly by mali byť riešením, ktoré v budúcnosti zabráni vzniku nového odpadu, prípadne eliminuje požiadavku na výrobu nových obalov, ktorá nevyhnutne prináša ďalšiu záťaž na prírodné zdroje.

#### SÚ BIOPLASTY GREENWASHING?

Mnohí predajcovia a spotrebiteľia sú naďalej presvedčení o zmysluplnosti bioplastov a kompostovateľných plastov. Greenpeace však už v roku 2019 vo svojej správe False Solutions upozornila, že rozličné označovanie plastov, ktoré sú len čiastočne rastlinného pôvodu, predstavuje nebezpečenstvo pre životné prostredie a napokon aj pre ľudské zdravie. Znepokojivá je aj informácia, že len desať percent plastov na svete sa skutočne dostáva do recyklačného procesu. Väčšina z nich sa stáva len súčasťou hromadných, niekoľko akrov veľkých skládok, ktoré zostávajú buď na povrchu alebo putujú do oceánov vo viere, že podmorský tlak odpad „rozpustí“. Trefou možnosťou je, že sa jednoducho zakopú do pôdy a nechajú zarásť ako hľušina. Pre prevádzkovateľov gastro zariadení tak



môže byť mäťúce či výberom „ekologickejšieho“ obalu skutočne prispievajú k zmene. Ani zákazníci v tom nezostávajú nevinne, keďže v domnienke, že bioplastové obaly a celulóza sa v prírode postupne rozložia, nechávajú obaly odhodene v parkoch či na miestach, kde sa konajú kultúrne podujatia. To však neodráža realitu. Plastové a celulózo­vé výrobky nie sú totiž vyrobené takým jednoduchým spôsobom, ako by sa mohlo zdať; každá zlož­čenina sa rozkladá a uniká spolu s nimi v takzvaných mikroplastoch.

Čo sa teda v skutočnosti deje s plastmi, ktoré poslúžili účelu a my sme ich s dobrým pocitom separovali do vhodnej nádoby? Triedia sa. A tie, ktoré triedením neprejdú, putujú v tonách na iné miesta, do iných krajín, kde

sa napokon aj tak ilegálne spália. Fakty, ktoré nerobia dobrú reklamu nikomu. Reštauračné prevádzky si začínajú uvedomovať, ako im tieto negatíva môžu škodiť a tak hľadajú ekologicky zmyslajúcich dizajnérov. Napríklad aj medzi študentami. Bistro Boudin v San Francisco sa rozhodlo osloviť kalifornské štúdio Mauii s požiadavkou na rebrand a návrh obalov, ktoré by neobsahovali žiadny plast a ani bioplast. Použiť nemohli ani polypropylén, akryl či polyetylén a iné syntetické látky. Dizajnér Yi Mao pre bistro navrhol ľahké, no odolné dózy z prírodzene zlisovanej papierovej buničiny, ktorá neobsahovala žiadne tlačiarenské farby. Logo aj všetky informácie na obale boli doň jednoducho vyrazené. No nie vždy je možné využiť recyklovaný papier v jeho najčistejšej forme.

Obalové inžinierstvo je kapitola sama o sebe. A tak sa aj masové užívanie papierových obalov len čiastočne zasluguje o zmenu situácie v životnom prostredí.

#### ZUB ZA ZUB, STROM ZA STROM

Azda najpriateľnejším a v súčasnosti aj často skloňovaným riešením by mohlo byť vysádzanie novej dreviny či rastliny za každú zo­žatú či vyťaženú. To by však predstavovalo len neustále dorovnávanie chýbajúceho per­centa. Iné je to však v prípade, že sa množstvo vysadených rastlín znásobí aj malou investíciou. Sieť Starbucks bola veľmi dlho kritizovaná za márnivosť, s akou poskytuje zákazníkom jednorazové plastové šálky a vlny nespokojnosti neustali ani po zavedení





← Znovupoužitelný príbor z kokosu je riešením ako maximalizovať možnosti pôvodnej suroviny a zároveň znížiť tvorbu odpadu z jednorázových plastových príborov. FOTO Mria Ilves

obalmi sa dajú také misky opakovane využiť. Ak nie priamo na stravovacie účely, tak na dekoratívne.

### ZMENY V SUROVINÁCH

Problém sa však netýka len obalov, ale aj ostatných súčastí menu vrátane jednorázového riadu a príboru. Zdá sa, že ani prírodné pôsobiace bambusové paličky nie sú celkom kóšer pokiaľ ide o ich negatívny vplyv na životné prostredie. Podľa spravodajského portálu The Diplomat sa len v Číne ročne vyrobí viac ako päťdesiat miliárd jednorázových paličiek. Napriek tomu, že sa bambus považuje za najrýchlejšie rastúcu drevinu, hromadenie čínskych paličiek, ktoré sú podobne ako sójové omáčky a zázvor súčasťou každej objednávky, je na úkor výrubu bambusových lesov. Na zlepšenie situácie pritom niekedy stačí uviesť paličky a sójovú omáčku ako voliteľnú položku pri každej objednávke. Ani tie najväčšie pan-ázijské siete reštaurácií či výrobcovia totiž zatiaľ neprejavili záujem o obnovu bambusových lesov. A spolu s ubúdajúcimi lesmi sa stráca aj biotop vzácných živočíchov vrátane pánd. Ešte rýchlejšie ako bambus rastú morské riasy. Na rozdiel od rastlín ich možno kultivovať aj mimo prirodzeného prostredia, teda bez priameho zásahu do morského prostredia. Výhody ich rýchleho rastu si uvedomujú najmä materiáloví inžinieri a dizajnéri. Spolupráca medzi združením Notpla a platformou Just Eat viedla k tomu, že v apríli tohto roka uviedli na trh prototyp gastro obalov z rias a stebiel trávy. Ich trvanlivosť je približne štyri týždne a možno ich spracovať aj v domácich podmienkach. Neobsahujú žiadne syntetické látky, nemastia sa a nepremokajú. V aktuálnom období je tento typ obalu testujú tri anglické reštaurácie a v prípade, že sa osvedčia, výrobcovia by radi predstavili toto riešenie aj na ďalších trhoch. Andrew Kenny, výkonný riaditeľ Just Eat pre britský denník Mirror uviedol: „Budeme radi, ak sa

pohárov z celulózy. Preto sa spoločnosť rozhodla spojiť s iniciatívou One Tree Planted, pričom každých sedemdesiat centov z ktorejkoľvek objednávky putuje do fondu na zalesňovanie. Do tejto iniciatívy sa okrem Starbucks zapájajú aj iné značky. Investícia do vysádzania nových stromov je dostupná aj pre jednotlivcov. Dokonca v rámci segmentu FMCG sa Starbucks zaviazal zodpovedne vyrovnávať prírodné deficity, ktoré sa tvoria následkom kávového plantážnictva a pridružených výrobných odvetví vrátane papierenského. Podľa oficiálneho vyhlásenia tak od začatia projektu One Tree One Bag umožnilo vysadenie viac ako tridsať miliónov kávovníkov. Podobné iniciatívy majú význam najmä preto, že vracajú do prírody viac, než

z nej berú a keďže zrejme nikdy neprestaneme využívať prírodné zdroje, zamýšľať sa nad maximálnym využitím obmedzeného množstva zdrojov, ktoré by inak končili ako odpad, je namieste. Vzhľadom na trvajúci boom s kokosovými orechmi môžeme považovať i výskyt riadu z kokosových škrupín za výsledok úsilia o nájdenie ekologického riešenia. Nie je to len preto, že kokosové škrupiny sa v prírode rozložia, ale i preto, že potravinársky či kozmetický priemysel nevie škrupiny nijako spracovať, takže ich v nadmernom množstve zvyknú spáliť ešte farmári, čo len prispieva k dosť kritickej situácii uhlíka v ovzduší. Aj preto je spracovanie kokosových škrupín na účely kuchynského riadu najpriateľnejšou možnosťou. Navyše, v porovnaní s inými

→ Nie každý biologický plast je skutočne prijateľný pre planétu a neškodný pre životné prostredie. Na obrázku sú tradičné bioplastové poháre, ktoré sa využívali počas jedného z mnohých letných festivalov. Po skončení festivalu však skončili pohodene na zemi. FOTO **Brian Yurasists**



nám na základe tohto pokusu podarí dostať iniciatívu za hranice krajiny a dokážeme takeaway stravovanie urobiť o niečo udržateľnejším, bez miliárd ton nespracovaného odpadu ročne.“ Či sa podarí plány previesť do reality, ukážu už najbližšie mesiace.

#### JEDNA APPKA NAVYŠE

Ak prevádzkujete bistro, začali ste v dôsledku pandémie s donáškovými službami alebo máte franšízu, zrejme už viete o percente pravidelných zákazníkov, ktorí sú s vašimi službami spokojní. Uvedomili si to aj veľké sprostredkovacie spoločnosti ako Deliveroo. So zámerom redukovat obalový odpad z donáškových reťazcov nadviazali spoluprácu s viacerými startupmi zavádzajúcimi takzvaný reusable program. Systém opakovane využívaného odovzdávania je na jednej strane vítanou alternatívou, na druhej strane si vyžaduje samostatnú on-line platformu s evidenciou zapožičaných obalov. Tie zostávajú v databáze po naskenovaní jednotlivých QR kódov. Nemecký Vytal či singapurský Muuse sú zástancami duálneho systému donáškového jedla spočívajúceho v zapožičaní znovu využiteľných obalov, ktoré možno odovzdať kuriérovi pri ďalšej objednávke, prípadne odniesť do partnerských obchodov. V spolupráci s desiatkami okresov a reštaurácií sa tak naskytá možnosť zakúpenia skenovateľných dóz či pohárov, ktoré možno vrátiť dva týždne od ich použitia. Zatiaľ čo Vytal sa ujal vo všetkých väčších nemeckých mestách vrátane Berlína, Kolína, Frankfurtu či Hamburgu, Muuse sa zo Singauru dostal už aj do Toronta, Hongkongu, Jakarty či San Francisca. Okrem samostatných aplikácií možno nájsť podobné riešenia aj na aglomerujúcich prostrediach ako Grub, pričom obal si môžu zákazníci vbrať ešte pred objednávkou samotného jedla.

#### V JEDNEJ SLUČKE

Najväčším inovátorom v rámci politiky opätovného využívania obalov je startup Loop. Logistika znovu použiteľných obalov v rámci programu pritom funguje prostredníctvom kuriérov poštovej doručovacej služby. Tí na základe registrácie užívateľa dostávajú informáciu o prázdnych obaloch. Namiesto skládky všetky obaly putujú naspäť do fabriek, kde sú znovu naplnené. Do tohto systému sa zapojil aj americký Burger King a to s ponukou znovu použiteľných riadov a boxov pre zákazníkov. Ide však o súčasť väčšieho rámca firemnej etikety udržateľnosti, do ktorého sú zahrnuté aj aktivity ako nahrádzanie plastov, interný recyklačný program, ale aj obmedzovanie používania slamiiek – papierových i tých, ktoré sú vyrábané z kukuričného škrobu. Hoci sa toto fungovanie v súčasnosti testuje približne v päťdesiatich prevádzkach východného pobrežia USA, pre tamojších zákazníkov je už nastavený spôsob objednávania a platby. Zakladá sa na podobnom princípe ako zálohovanie, čiže po použití sa zákazníkovi vráti, respektíve pripíše na účet čiastka za obal, za ktorý vopred uhradil depozitnú sumu. Zakladateľ projektu Loop, Tom Szaky tvrdí, že spolupráca so spoločnosťami ako Burger King si nevyžiadala náročné vyjednávanie: „Nemusel som im to dlho objasňovať. Veľa spoločností si veľmi dobre uvedomuje vplyv ich činnosti na životné prostredie.“ Na jeho zábery reagovali popri výrobcoch aj retailové spoločnosti a veľké reťazce vrátane britskej a francúzskej siete hypermarketov, ktoré fungujú aj u nás. Szaky však nevedie len Loop, ale aj pridružený projekt TerraCycle, ktorým sa usiluje dať firmám návod ako vy-

tvoriť obal, ktorý vydrží celý výrobný cyklus opakovane. Inak povedané, takéto znovu využiteľné formy balenia nezostávajú len na konci užívateľského reťazca, ale prechádzajú celým výrobným procesom. Virginie Helias, riaditeľka sektora udržateľnosti P&G dodala, že znovu používanie je výhodnejšie, než recyklácia. V prejave pre CNN dodala, že pre zákazníkov je ekologický faktor dôležitý a je viditeľne rozhodujúci v tom, čo má pre nich zmysel kupovať. S veľkou pravdepodobnosťou sa ten istý scenár čoskoro uplatní aj na gastroprevádzky a donáškové služby.

#### ŠETRIŤ NA TOM, ČO MÁ VÝZNAM

Stačilo by, keby sme sa zamysleli len nad tým, do čoho baliť jedlo, aby sme boli voči prírode férovejší? Keď si úprimne odpovieme na to, kolkokrát by sme vedeli nájsť uplatnenie pre zamastenú papierovú tašku a či by si našiel celulóзовý pohárik z fastfoodu miesto v kredenci pekne medzi ostatným riadom, naozaj by sme mali z ekologických obalov až taký dobrý pocit? Šance, že tieto obaly dostanú druhé využitie, nie sú veľké a predsa, pri nákupe vybavenia do ktorejkoľvek prevádzky zaváži skôr jednotková cena. Na prvý pohľad je to samozrejmosť, nad ktorou nemá zmysel dlhšie uvažovať. Niektoré environmentálne dilemy je náročné rozlúsknuť na počkanie a dokonca sa pri tom musia vystriedať generácie. Časť našich obalov sa však môže využívať opakovane. Ak existuje možnosť využiť niečo opakovane, znamená to, že tým vieme znížiť záťaž na životné prostredie, znížiť nákupné výdavky a aj naše vlastné nároky. A z toho sa už oplatí mať dobrý pocit.



# KVALITNE ZABALENÉ JEDLÁ I POTRAVINY SPOLOČNOSTI TECHNOPACK

TEXT A FOTO Technopack

*Stovky typov baliacich strojov svetových lídrov vo výrobe zariadení na balenie, baliaci materiál a okamžitý servis. Zvolenská spoločnosť Technopack Slovakia dodáva baliace stroje pre potravinárstvo i priemysel. V gastrosegmente sú vychytené vákuové baliace stroje a stroje na balenie do misiek.*



Využívajú ich pekárne, mliekarne, spracovatelia mäsa a vajec, obchodné reťazce, ale aj reštaurácie a všetky spoločnosti, ktoré potrebujú zabaliť svoj produkt. Technopack Slovakia je na trhu už viac ako štvrtstoročie a odvtedy pripravil na mieru baliace zariadenia pre stovky podnikov a prevádzok.

Riaditeľ spoločnosti Marián Halaj tvrdí, že každá požiadavka klientov na balenie je výzvou. V oblasti gastronómie je aktuálne trendom balenie do hotových vákuových vrecúšok. „Takto zabalené výrobky sú chránené pred vonkajšími vplyvmi a mechanickým poškodením. Predĺženie trvanlivosti možno dosiahnuť buď samotným vákuovaním alebo vákuovaním s pridaním

modifikovanej atmosféry (MAP). V tomto sortimente strojov ponúkame kvalitné stroje európskej spoločnosti Henkelman. Ponúkame predĺženú záruku na všetky typy vákuových strojov,“ predstavil Marián Halaj ponuku baliacich strojov.

Ďalšími zariadeniami, ktoré pomáhajú automatizovať balenie jedál, sú stroje na balenie do misiek. Určené sú na balenie hotových jedál, polotovarov a potravinárskych výrobkov do misiek s možnosťou vákuovania a pridaním ochrannéj atmosféry na predĺženie trvanlivosti. V ponuke sú okrem jednoduchých zariadení aj poloautomatické či plnoautomatické linky na výkon až 60 misiek za minútu.

Marián Halaj poukazuje aj na to, že zvolenský dodávateľ obalových strojov a spotrebných materiálov zastupuje výlučne lídrov vo výrobe jednotlivých komodít. „Nehľadáme výrobcov s najnižšou cenou, ale výrobcov s najlepšou kvalitou. Dobrú kvalitu baliacich zariadení a ich minimálnu poruchovosť dokážu naši klienti oceniť až v praxi, kde im nevznikajú prestoje výroby pre poruchovosť baliacich technológií, ktoré im dodávame. Ak vzniknú poruchy dodaných zariadeniach, nastupujeme okamžite na servisných zásah, respektíve vieme klientovi počas odstraňovania poruchy zapožičať adekvátne baliace zariadenie,“ dodal Marián Halaj.

[www.technopack.sk](http://www.technopack.sk)

# ONLINE OBCHODNÁ PLATFORMA MERXU SA ROZRASTÁ

## SEGMENT HORECA PATRÍ MEDZI NAJŽIADANEJŠIE

TEXT A FOTO merXu, pexels.com, unsplash.com

*Online platforma merXu pre B2B obchodovanie má za sebou prvé mesiace fungovania. Vznikla v reakcii na trendy a potreby trhu a výrobcov, distribútorom a veľkoobchodníkom ponúka možnosť začať okamžite obchodovať v medzinárodnom meradle, konkrétne v strednej Európe a Pobaltí.*

Aktuálne je na merXu registrovaných viac ako 5 000 firiem z Česka, Slovenska, Poľska, Litvy a Estónska a môžete tu nájsť viac ako 700 000 produktov. V lete plánuje projekt ďalšiu expanziu do Nemecka, Rumunska i Maďarska.

Medzi najpopulárnejšie a najžiadanejšie predajné kategórie patrí aj segment HoReCa, kde sa nachádzajú významní dodávatelia z Česka, Poľska a Estónska.

Platforma je dostupná na webových stránkach [www.merxu.com](http://www.merxu.com) a jej použitie je v súčasnosti zadarmo; platí na registráciu a vykonávanie transakcií.

Ponúknuť veľkoobchodom a firmám s nespotrebným tovarom možnosť začať okamžite obchodovať online bez investícií do vlastného e-shopu, získať nových zákazníkov v celom regióne strednej Európy a Pobaltia, zjednodušiť každodennú prácu obchodníkov – to sú niektoré ciele B2B online obchodnej platformy merXu, ktorú na konci roka 2020 spustil skúsený tím špecialistov na elektronický obchod na čele s Przemyslaw Budkowskim, členom CEO skupiny Allegro a Václavom Liškou, zakladateľom najväčšieho českého online trhoviska Aukro.

Václav Liška, country manažér platformy informoval, ako prebieha obchodovanie a fungovanie celej platformy: „Platforma merXu je navrhnutá výhradne pre spoločnosti, a to nielen pre malé a stredné podniky, ale aj pre

veľké subjekty. V súčasnosti umožňuje obchodovanie s nespotrebným tovarom z kategórií: elektrotechnika, priemyselné výrobky, stavebníctvo, spomínaný segment HoReCa, výrobky pre zdravie a bezpečnosť pri práci, nástroje pre profesionálov a podobne. Je primárne zameraná na výrobcov, veľkoobchodníkov a distribútorov tovaru v týchto kategóriách, ale aj všeobecne pre dodávateľov a subdodávateľov vo viacerých oblastiach, developerov, inštalačné spoločnosti a ďalšie.“

Od konca roka 2020, keď bol projekt spustený si ho obľúbili okrem Slovenska a Česka aj klienti zo zahraničia. Viac ako polovica transakcií je cezhraničných, čím sa podaril jeden z cieľov - prepojiť B2B obchodníkov v medzinárodnej rovine.

A aké výhody prináša obchodníkom merXu? Objasňuje Vladimír Liška: „Predovšetkým by som zdôraznil, že predávať cez merXu je veľmi jednoduché. Podporujeme všetky známe formáty (CSV, XML, XLS, Heureka feed) a ponúkame aj pripojenie cez API rozhranie. Platforma zároveň poskytuje automatický preklad produktov do všetkých jazykov. Predajcovia môžu na merXu pridávať katalógy produktov, takže produkty možno vyhľadávať nielen podľa mena, ale tiež podľa EAN kódu či konkrétnych parametrov. Výrobky je možné nakúpiť vo veľkoobchodnom aj maloobchodnom množstve, a tiež cez hromadné transakcie alebo prostredníctvom dopytu, čo ocenia najmä spoločnosti zo stavebného priemyslu i HoReCa segmentu,







ktoré potrebujú nakupovať výrobky z rôznych kategórií súčasne a vo veľkom množstve. Tiež podporujeme budovanie dlhodobých vzťahov medzi užívateľmi platformy, teda predávajúcimi a ich zákazníkmi. Cez merXu je možné dojednávať cenu, podmienky transakcie i detaily zákazky. Všetka komunikácia sa automaticky prekladá do jazykov komunikujúcich strán, takže pomáhame prelomiť aj prípadnú jazykovú bariéru.“

Nákupy na platforme sú bezpečné a prebiehajú výlučne u overených predajcov. Klientom je k dispozícii najväčší výber priemyslových produktov v regióne strednej a východnej Európy. Prevádzkovatelia merXu do obchodovania pravidelne zaraďujú zľavové a promo akcie, možnosti vyjednávania konkrétnych transakčných podmienok a množstevných zliav. Platforma merXu momentálne funguje v Poľsku, Českej republike, na Slovensku, v Litve a Estónsku.

**merXu**  
www.merxu.com

“NÁKUPY NA PLATFORME MERXU SÚ BEZPEČNÉ A PREBIEHAJÚ VÝLUČNE U OVERENÝCH PREDAJCOV. KLIENTI MAJÚ K DISPOZÍCII NAJVÄČŠÍ VÝBER PRIEMYSLOVÝCH PRODUKTOV V REGIÓNE STREDNEJ A VÝCHODNEJ EURÓPY.“



# EDITA ANGYALOVÁ: NAŠE RIEŠENIA SMERUJÚ K EFEKTIVITE, ŠETRIA ČAS, SILY A KAPACITY PERSONÁLU

PRIPRAVILA Alena Reháková FOTO Asseco Solutions

*Pandémia zasiahla segment HoReCa neobyčajne tvrdo. I keď sa opatrenia postupne uvoľňujú, obavy hotelierov i reštauratórov neutíchajú. Ako im môžu v tomto neľahkom období pomôcť technológie, sme zisťovali v rozhovore s Editou Angyalovou, CEO a predsedníčkou predstavenstva spoločnosti Asseco Solutions, a. s.*



**Spoločnosť Asseco Solutions je lídrom v oblasti reštauračných a hotelových softvérov. Aké problémy musel zvládnuť HoReCa segment po nútenom zatvorení hotelov a reštaurácií?**

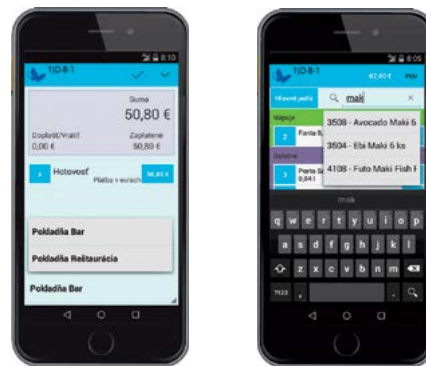
Z rozhovorov, ktoré sme viedli so zástupcami HoReCa segmentu, vyplynulo, že viaceri z nich sa na začiatku pandémie nevedelo zorientovať či ich podniky zostanú zatvorené týždeň alebo niekoľko mesiacov. Iní, poučení predchádzajúcou krízou, sa rozhodli svoj biznis ukončiť, s ľuďmi sa férovo vyrovnáť a neskôr sa pokúsiť podnikanie reštartovať. Zvyšní podnikatelia okamžite hľadali vhodnú reakciu na opatrenia. Najväčším problémom bolo, že v podstate nevedeli, čo bude platiť o týždeň, o mesiac, pretože opatrenia sa stále menili. Názna zlepšenia prišiel koncom mája minulého roka a zdalo sa, že gastro segment dospel k názoru, že druhá vlna pandémie už nepríde. Dokonca ani štát nerobil žiadne prípravy, hoci odborníci na riziko druhej vlny pandémie upozorňovali. V našej spoločnosti sme počas prvej vlny necítili výraznejší odlišný vplyv, pretože všetci si mysleli, že to vykryjú z rezerv.

Druhá vlna pandémie však bola horšia. Ako dodávatelia informačných systémov sme pocítili nielen masívnejší pokles požiadaviek na úpravy systémov, ale niektorí podnikatelia v HoReCa segmente nás vyslovene žiadali o pomoc. Samozrejme, pokiaľ to bolo možné, vyšli sme im v ústrety – buď znížením objemu zazmluvnených prác alebo ich odpustením či rozložením v čase. Z rozhovorov s našimi klientami, patriacimi medzi

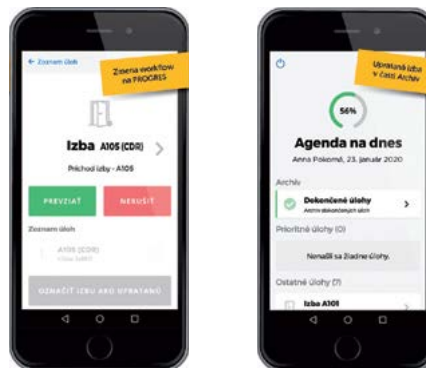




Reštauračný systém Asseco BLUEGASTRO



Mobilný čašník KASSANDRA



HOUSEKEEPING - mobilná chyžná

najväčších hráčov HoReCa segmentu, ktorí mali k dispozícii istý finančný „vankúš“ vyplynulo, že ten, kto prežije začiatok roka 2022 bude tým, kto zostane na trhu. A za týmto bodom dnes ešte rozhodne nie sme.

**S akými najčastejšími požiadavkami na automatizáciu a digitalizáciu ste sa ako dodávateľ softvérových riešení pre tento segment stretli?**

Samozrejme, boli firmy, ktoré sa rozhodli pandemickú situáciu využiť na to, aby zlepšili riadenie procesov, ale, najmä, všetci pochopili, že kto nie je online bude mať problémy. Veľmi skoro sa na nás obrátili s rôznymi požiadavkami, ako napríklad vytvorenie e-shopov, online funkcionalít a podobne. Pokiaľ boli v prevádzke terasy, prevádzkovatelia sa zaujímali o náš produkt Mobilný čašník, ktorý pomáha zefektívniť obsluhu.

**Pretrvávajú obavy podnikateľov v HoReCa segmente aj po uvoľnení opatrení?**

Tých obáv je niekoľko. Najviac ich trápia obavy z príchodu tretej vlny pandémie. Situácia sa však líši v závislosti od toho či

ide o reštauračné alebo ubytovacie zariadenia. Reštaurácie momentálne prežívajú najmä nečakaný nedostatok personálu. Keďže opatrenia trvali dlho, ich rezervy sa minuli a zamestnancov prepustili. Z prieskumov vyplýva, že približne 20 percent ľudí, ktorí z branže odišli, sa už neplánuje vrátiť; ostanú vo výrobe či iných službách. To znamená, že odvetviu budú chýbať ľudia. Už sa to aj aktuálne prejavuje. Tento problém sa v podstate týka celej ekonomiky. Keď vidíme, že je nejaký podnik zatvorený, nemusí to znamenať, že skrachoval, že pri aktuálne platných nariadeniach nedokáže pokryť ani len náklady. Môže to byť signál, že nemá ľudí a ani sa mu ich nedarí nájsť. Pri ubytovacích zariadeniach je to ešte zložitejšie, veľké problémy majú najmä mestské hotely. Mnohé z nich ešte vôbec neotvorili, iné hľadajú spôsoby a možnosti ako využiť svoje priestory inak.

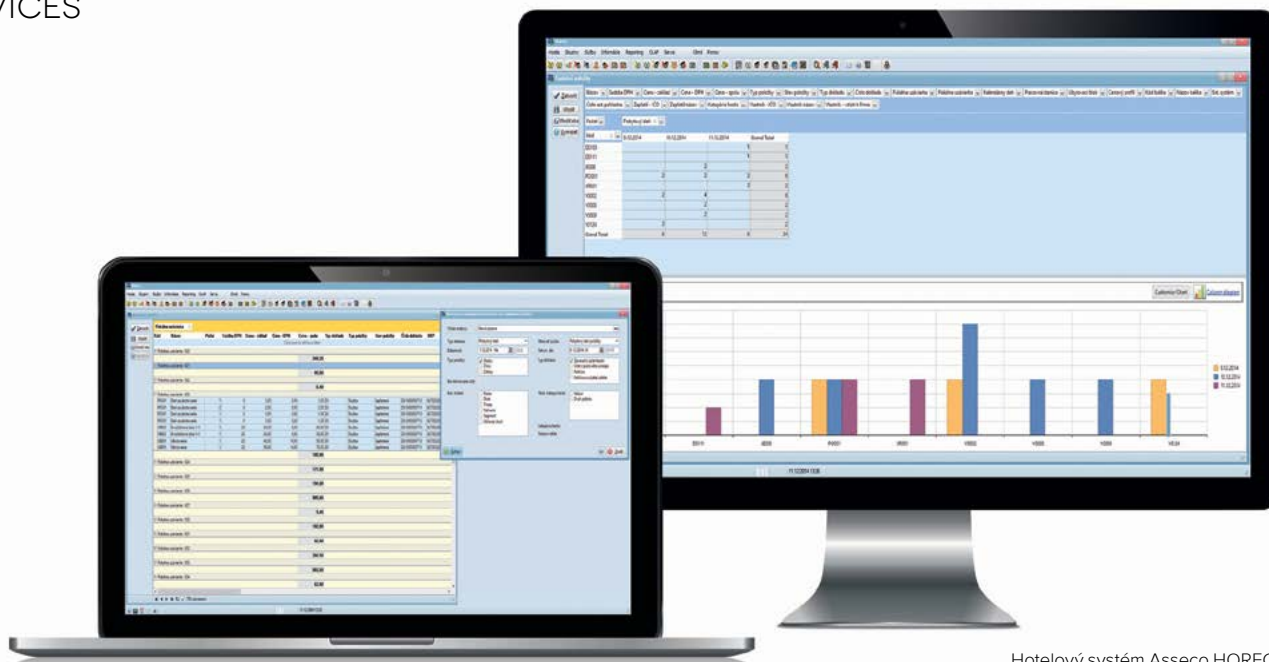
**Ako vnímate pomoc štátu HoReCa segmentu?**

Po obavách z nedostatku personálu, ďalší okruh obáv súvisí s nedostatočnou štátnou pomocou, ktorá prichádza neskoro a útržkovito. Samozrejme, boli podnikatelia, ktorí

získali značné financie, ale aj takí, ktorí nepadli sitom. Treba však férovo povedať, že nielen preto, ako boli nastavené programy pomoci, ale aj preto, že mali problém deklarovať parametre pomoci, pretože v oficiálnych číslach nemali evidované všetky tržby.

**Možno viac ako v minulosti potrebujú majitelia prevádzok reálny pohľad na stav ich prevádzok. Na správne rozhodovanie potrebujú mať k dispozícii rôzne analýzy, štatistiky, reporty a iné dáta...**

Tu sa dostávame k tretiemu okruhu obáv. Zdravé podniky, ktoré sa usilovali akýmkoľvek spôsobom prežiť, si zobrali úvery, ktoré však budú pred sebou ešte dlho tlačiť. Hoci navonok to bude vyzerať, že prevádzka zarába, keďže je otvorená, v podstate bude zarábať na splácanie dlhov. V takej situácii nám prichádzajú ďalšie požiadavky na manažovanie procesov efektívnejšie a ako čo najviac vecí robíť bezobslužne. Samozrejme, segment HoReCa je o službách, a tie sa bez ľudí nedajú poskytovať, ale všade tam kde nie je účasť personálu nevyhnutná a kde možno prevádzkovo ušetriť, treba tieto procesy automatizovať.



Hotelový systém Asseco HOREC

Je dôležité, aby sa majitelia nerozhodovali pocitovo či intuitívne, ale mali k dispozícii reálny pohľad na stav svojich prevádzok, a to aj jednotlivo. V našom reštauračnom systéme Asseco BLUEGASTRO je dostatok rôznych reportov, prehľadov, štatistík, uzávierok, a to i denných. Ide o dáta väčšieho rozsahu než vyžaduje zákon. Tieto dáta sú veľmi užitočné, napríklad môžu poskytnúť informáciu o tom či otvoriť polovicu alebo celý interiér reštaurácie alebo či je na rajóne potrebný ďalší človek. To všetko pomáha pri správnom manažérskom rozhodovaní. Teda nie sú to len akési tabuľky pre tabuľky, ale reálny pohľad na stav prevádzky.

**Spomínali sme, že v odvetví HoReCa je aktuálne nedostatok kvalifikovaného personálu, dokážu aj v tomto technológii pomôcť?**

Veľmi častou požiadavkou našich zákazníkov je minimalizovanie blízkeho kontaktu hosťa s personálom a automatizovanie objednávkového procesu. Zvyšuje sa aj požiadavka na efektívnosť, optimalizáciu objednávok, ale i platieb od stola. Tu sa dostáva do popredia náš produkt Mobilný čašník. Je to vlastne „all in one“ zariadenie, ktoré má čašník v ruke. Je v ňom integrovaný platobný terminál a ďalšie užitočné funkcie, ktoré sú priamo súčasťou alebo sú prepojené s reštauračným systémom Asseco BLUEGASTRO. Ďalej

je to kuchynský terminál, ktorý zabezpečí okamžité odoslanie objednávky do kuchyne a vzápätí ju personál začne pripravovať. Súčasťou sú dokonca aj preinventúry vytvorené s cieľom automatizovania manuálnej práce. Všetky funkcie tohto produktu vrátane softvéru KASSANDRA, ktorý je súčasťou riešenia, smerujú k tomu, aby čo najviac úkonov bolo možné urobiť na mieste. Ak by som to teda mala zjednodušiť, najdôležitejšie riešenie, ktoré môže v tejto chvíli pomôcť s nedostatkom personálu je Mobilný čašník, a k tomu aj iné drobné funkcionality v systéme Asseco BLUEGASTRO. Je to napríklad načítanie objednávky pomocou QR kódu od stola, vhodné nielen pre reštaurácie, ale i ubytovacie zariadenia.

**S tým súvisí aj letná kampaň, ktorou chcete pomôcť znovu naštartovať gastro biznis?**

Áno. Sme presvedčení o tom, že problémy, ktorým HoReCa segment aktuálne čelí, sú vážne. Všetci si želáme, aby tieto podniky prežili, pretože nielenže sú dôležitou súčasťou ekonomiky, ale majú význam aj pre nás, aby sme mali kam ísť za dobrým jedlom alebo si objednať pobyt v hoteli... Počas letnej kampane platnej do konca augusta, ponúkame reštauračný systém Asseco BLUEGASTRO pre nové prevádzky zadarmo a pre existujúcich zákazníkov s 50 % zľavou na dodatočné

funkcionality. Pri kúpe all in one zariadenia s mobilným čašníkom KASSANDRA, dostanú druhé zariadenie len za jedno euro. Vnímame to tak, že každé ušetrené euro sa dnes cení, a to je dôvod a prínos našej letnej kampane.

**Možno ešte viac ako reštaurácie, boli pandemiou zasiahnuté ubytovacie zariadenia. Ako vidíte aktuálny stav hotelierstva?**

Áno, máte pravdu. Mnohé z nich boli nútené zavrieť alebo zmeniť koncept. Iné zase čakajú na vyhodnotenie zimnej sezóny a až jar 2022 ukáže, ktoré z nich sa ešte dokážu postaviť na nohy. Ešte ťažšie to budú mať mestské hotely, ktoré ponúkajú okrem ubytovacích služieb aj rôzne konferencie či firemné eventy a vyťažené boli najmä cez pracovný týždeň klientami na služobných cestách. Aj keď si myslím, že to nie je trvalý stav, dá sa predpokladať, že už sa to nevráti do starých kolají, keďže aj v tejto oblasti sa vo väčšej miere prechádza do online prostredia.

**Hotelové zariadenia aj vplyvom koronakrízy riešia problém s nedostatkom hostí. Ako ich dokážu informačné systémy podporiť?**

Všetko, čo som už spomenula, sa týka aj hotelov, ktoré tiež poskytujú gastronomické služby. Pre ubytovacie zariadenia by som upriamila pozornosť na naše samoobslužné



terminály (kiosky), ktoré ponúkajú check-in/check out hosta a ktoré majú priamu väzbu s informačným systémom, čo znamená, že ak hosť príde do izby čaká ho tam uvítanie na TV, má tam svoj účet a podobne. Hotelom ponúkame aj e-shopové riešenia, možnosť objednať si stravu priamo na hotelovú izbu. Ešte vo väčšej miere ako pred koronakrízou je žiadaný a mimoriadne potrebný personalizovaný marketing. Náš hotelový systém Asseco HOREC disponuje prepracovaným vernostným systémom, ktorý je vhodný pre menšie i väčšie zariadenia. Prostredníctvom viacerých funkcií má marketingový manažér alebo v menších zariadeniach i prevádzkar, možnosť robiť špeciálne marketingové aktivity cielené nielen pre skupiny hostí, ale až na úroveň jednotlivého hosta.

#### **Aké technologické novinky sa objavujú v súvislosti s nedostatkom personálu v ubytovacích zariadeniach?**

Technologické novinky dokážu pomôcť vyrovnáť sa s nedostatkom personálu i v hoteloch.

Či už sú to spomínané kiosky alebo ďalšie produkty, z ktorých môžeme uviesť produkt Mobilná chyžná či umiestnenie podpisového tabletu na recepcii, ktoré zefektívnia a zrýchlia celý proces check-in, ale aj internú komunikáciu hotelového personálu. Každý smeruje k efektívnosti a šetrí tiež čas, sily a kapacitu personálu.

#### **Ako vidíte budúcnosť z hľadiska technológií vo všeobecnosti a konkrétne pre HoReCa segment?**

S napätím očakávame spustenie systému tzv. zelených covid pasov. Vnímame isté oneskorenie, ktoré nie je žiaduce, pretože zariadenia sa už postupne otvárajú a potrebujú mať tieto riešenia k dispozícii. Rovnako tak ďalšie funkcionality, ktoré zhromažďujú informácie o hosťovi – kde a ako dlho sa zdržal a podobne. Ak by sme to konkretizovali napríklad na reštauráciu, bolo by možné sledovať, pri ktorom stole hosť sedel, kto tam sedel s ním, kto ho obsluhoval; teda zabezpečiť trasovanie pri súčasnom dodržiavaní GDPR. Myslíme si, že niektoré

opatrenia, ako aj samotné očkovanie tu s nami bude ešte nejaký čas, preto niektoré veci budú systematicky zmenené. Bezdotykové systémy, identifikácia hosta, minimalizácia kontaktu s personálom a ďalšie sa stanú trvalým javom, a to nielen v HoReCa segmente.

#### **Čo by ste na záver prevádzkovateľom hotelov a reštaurácií odkázali?**

Letnú kampaň myslíme veľmi úprimne, subjektom v HoReCa segmente ňou podávame pomocnú ruku, ktorú, veríme, že radi prijímú. Všetkých, ktorí majú stále isté obavy by sme chceli povzbudiť v tom, že tretia vlna nebude taká zlá ako druhá, že Európska únia sa dohodla na podmienkach a počas leta bude možné vycestovať do zahraničia, a teda môžeme i na Slovensku očakávať zahraničnú klientelu. Ostáva nám dúfať, že čo najviac HoReCa subjektov tento rok prežije a v ďalšom sa viac „nádychnu“. Ľudia zúfalo čakajú na to, aby mohli cestovať a zažiť niečo nové. Tak azda tento rok spoločne dobojujeme a ten ďalší bude lepší. Držme si palce, sme v tom všetci spolu.

**Pomôžeme  
naštartovať aj  
váš **gastro** biznis!**

[www.bluegastro.sk](http://www.bluegastro.sk)

**ASSECO**  
SOLUTIONS

**Softvér  
zdarma  
do 31.8.**



# ECO FRIENDLY PRODUKTY

## Z NETKANEJ TEXTÍLIE PRE SEGMENT HORECA

TEXT AFOTO HVJ, s. r. o.

*Ekologické zmýšľanie neznamená automaticky meniť celý princíp koncepcie fungovania hotelových, termálnych, spa, wellness či športových zariadení. S udržateľnou firemnou kultúrou sa dá začať jednoduchými, ale v konečnom dôsledku významnými krokmi, vďaka ktorým sa znižujú negatívne vplyvy na životné prostredie a podporuje zdravý a kvalitný životný štýl.*



Ekologický, hygienický, praktický, ale i zdravotný rozmer sa totiž dá dosiahnuť aj používaním jednorazových stopercentne biodegradovateľných produktov z netkaných textílií. Elimináciou niekoľkonásobného prania, čistenia, dezinfekcie či bielenia bielizne a iných textílií sa chráni životné prostredie a na nie poslednom mieste ide aj o úsporu finančných prostriedkov. Produkty z netkaných textílií sú kvalitnými výrobkami z čisto prírodných materiálov – biologicky odbúrateľnej viskózy, viskózovej zmesi a bambusových vlákien i čistej celulózy. Sú vhodné pre všetky zariadenia, kde sa kladie dôraz na ekológiu, maximálnu hygienu, kvalitu a zodpovedný výber ecofriendly produktov.

Áno, rozumiete správne. Dá sa nimi nahradí akýkoľvek bežne používaný textil.

Postelné obliečky, plachty, pyžamá, uteráky, osušky, župany, ale aj jednorazová spodná bielizeň, papučky či sprchovacie predložky – to všetko nájdete v portfóliu výrobkov spoločnosti HVJ, s. r. o., ktorá je výhradným distribútorom talianskeho výrobcu Medical Sud Italy pre Slovenskú a Českú republiku.

Jednotlivé ekologické produkty si môžu dať prevádzkovatelia ubytovacích, wellness, spa, termálnych i športových zariadení, ale aj ich zákazníci vyrobiť i na mieru s vlastným logom alebo prezentovať svoj návrh ekologicky udržateľného produktu. Vďaka širokej škále prírodných materiálov, dizajnov, strihov, ktoré výrobca ponúka, je k dispozícii viacero možností produktov. Limitom je len vlastná tvorivosť.  
**[www.lavio-medicals.sk](http://www.lavio-medicals.sk)**

### ADEKVÁTNA NÁHRADA

Produkty sú určené nielen pre ecofriendly zariadenia, ale aj pre tých, ktorí umožňujú svojim klientom spolupodieľať sa na ochrane životného prostredia ponúknutím možnosti voľby ekologických, biodegradovateľných produktov z netkanej textílie, ako adekvátnej náhrady doteraz používaných produktov vyrábaných zo štandardných materiálov. A klientov, ktorí riešia vplyv svojej činnosti na životné prostredie je možno viac, ako by ste očakávali. Prieskum hovorí, že až 48 % zákazníkov je ochotných za produkty a služby priplatiť, ak sú šetrné k životnému prostrediu. A v mnohých prípadoch priplatok ani nie je nutný.





# POLYMÉROVÁ DEZINFEKČIA

## H<sub>2</sub>O-COOL

TEXT A FOTO Silco

*Dezinfekcia, ktorá je zdravotne neškodná pre deti i zvieratá, nezapácha, nie je horľavá a neobsahuje chlór. Ekologická dezinfekcia H<sub>2</sub>O COOL je založená na aktívnych polyméroch, ktoré dokážu zastúpiť dezinfekčný účinok chlóru bez rizika tvorby škodlivých chloramínov.*

disiCLEAN HAND DISINFECTION – bezchlórový dezinfekčný prostriedok na rýchlu dezinfekciu rúk. Po aplikácii je pokožka optimálne chránená niekoľko desiatok minút. Pri častom používaní nespôsobuje podráždenie. Eliminuje široké spektrum mikroorganizmov. Neobsahuje chlór, alkohol, aldehydy ani fenoly. Prípravok je vhodný pre celú rodinu, na cestách, v práci alebo domácnosti.

disiCLEAN SPORT & SPA – určený na okamžité použitie na rýchlu dezinfekciu plôch, predmetov, zariadení, nástrojov a ťažko prístupných miest postrekom. Bol vyvinutý špeciálne na dezinfekciu saun, ma-

sážnych lôžok, zariadení vo fitness a wellness, kozmetických salónov, zariadenia bazénov a víriviek. Nepoškodzuje sklo, drevo, kožu, plast, papier, textil, gumu, kov a podobne.

disiCLEAN SURFACE non-FOAMING – tekutý čistiaci a dezinfekčný prostriedok na dezinfekciu a strojové umývanie v domácnosti, priemysle, ubytovacích zariadeniach, potravinárstve, školstve, sanitárnej oblasti, vzduchotechnike, veterine, zdravotníctve, športových odvetviach a stravovaní. Je charakteristický silnou a dlhotrvajúcou baktericídnou, fungicídnou (protipliesňovou) a protikvasinkovou účinnosťou (pri nízkom zatažení až 7 dní).

disiCLEAN UNIVERSAL – univerzálny a vysoko účinný čistiaci a dezinfekčný prostriedok je určený na čistenie a dezinfekciu všetkých plôch, predmetov a nástrojov v kuchyniach, kúpeľniach, fitness a wellness centrách, kozmetických a kaderníckych salónoch, komerčných sektoroch a tiež v priemysle. Prostriedok sa vyznačuje výbornou odmasťovacou schopnosťou. Je charakteristický baktericídnou, fungicídnou a virucídnou aktivitou.

disiCLEAN ANTI-CALC – čistí, dezinfikuje a odstraňuje vodný kameň. Je určený na upratovanie a dezinfekciu sanitárnych povrchov. Na očistených povrchoch zanecháva lesk a sviežu vôňu. Vytvára ochranný film a zamedzuje tak usadzovaniu nečistôt a vodného kameňa. Je charakteristický silnou a dlhotrvajúcou baktericídnou, fungicídnou a protikvasinkovou účinnosťou (pri nízkom zatažení až 7 dní).

disiCLEAN LIQUID SOAP – jemné tekuté mydlo s glycerínom a antibakteriálnou prísadou na každodennú dezinfekciu rúk. Je vhodné tam, kde je zvýšený nárok na hygienickú čistotu. Ako antibakteriálna zložka je použité chemické antiseptikum, ktoré ničí viacero baktérií a má aj bakteriostatický účinok.

Pre čitateľov magazínu pri objednávke použijete zľavový kód „Hotel 2021“ na zľavu 25 % z celého sortimentu + doprava zadarmo.



[www.h2o-cool.sk](http://www.h2o-cool.sk)





## SKRÁŠLITE SVOJ HOTEL HRDZOU

TEXT A FOTO Orange Steel

*Ak sa pri vašom hoteli nachádza záhrada alebo terasa, určite ste sa už zamýšľali, čím ju zariadiť, ozvláštniť, skrásliť, aby bola pre vašich hostí vytúženou oázou pokoja a harmónie a zároveň bola krásna a výnimočná?*

Okrem dreva a plastu nám súčasná moderná éra prináša dokonalú alternatívu k obom spomínaným materiálom – oceľ cor-ten. Patinujúca oceľ cor-ten je prírodný materiál, ktorý chráni sám seba pred prehrdzavením – paradoxne pomocou vrstvy korózie, ktorá časom vzniká iba na jeho povrchu, ale nepreniká hlbšie. Je teda celkom bezúdržbový a trvácny. Navyše, počas pri-

rodzeného procesu „hrdzavenia“ ponúka na obdiv všetky odtiene od sýto oranžovej až po hnedú. Tým vytvára s okolitou zelenou v lete nádherný kontrast a dopĺňa hrejivé farby záhrady na jeseň.

Výrobky značky Orange Steel tento dokonalý materiál posúvajú ešte ďalej; cor-ten je v rôznych kombináciách s antikorom, sklom





- ↓ Záhradný krb NINA, 3 290 € s DPH\*
  - ↓ Záhradné ohnisko NINA, 3 190 € s DPH\*
  - Záhradný zásobník na drevo s barom NINA, 2 990 € s DPH\*
  - ← Záhradné ohrievadlo MADISON, 1 590 € s DPH\*
  - ← Záhradný kvetináč MADISON, 699 € s DPH\*
- \*pozn.: Cena je uvedená bez dopravy.



a ďalšími materiálmi. V ponuke nájdete krby, ohniská, ohrievadlá či kvetináče, ktoré sú nielen praktické a funkčné, ale plnia aj estetickú a dekoratívnu funkciu. Všetky výrobky značky Orange Steel možno personalizovať, takže si môžete vytvoriť napríklad krb s vlastnou značkou či logom vášho hotelu. Výrobky z ocele cor-ten nie sú útlacitné, znesú aj vyššiu záťaž, hrubšie zaobchádzanie a „celoživotný pobyt“ v exteriéri. Mnohé z nich majú dokonca viaceré funkcie, ktoré oceníte najmä v menších záhradách či na terasách. Ohnisko tak vašim hosťom poskytne svoje služby na posedenie pri káve a sladkom koláčiku, večer

ich zohreje ako otvorené ohnisko a neskôr po vložení roštu im na ňom môžete ugrilovať chutné rebierka. Spolu so zásobníkom dreva máte k dispozícii atraktívny minibar a dekoratívne ohrievadlo vám na antikorovej platni zohreje punč či varené víno. Každý výrobok je prepracovaný do najmenšieho detailu, aby priniesol potešenie najnáročnejším zákazníkom. Ak teda chcete hotelovej záhrade dodať punc výnimčnosti, nechajte sa zlákať na prírodnú galériu päťdesiatich odtieňov hrdzavej...

[www.orangesteel.sk](http://www.orangesteel.sk)  
[info@orangesteel.sk](mailto:info@orangesteel.sk)



# HOTELIERI, NA SLOVÍČKO...

PRIPRAVILA Alena Reháková FOTO [unsplash.com](#), [AdobeStock](#)

*„Pandémia nám ukázala, ako veľmi platí, že slovná zásoba sa mení v súlade s potrebami a spôsobom života používateľov jazyka,“ povedala pre náš magazín PhDr. Sibyla Mislovičová, pracovníčka Jazykovedného ústavu Ľudovíta Štúra SAV v Bratislave. Aké sú najčastejšie chyby v komunikácii, do akej miery je vhodné preberať slová z cudzieho jazyka a ako komunikuje mladá generácia v porovnaní so skôr narodenými, prezradila v rozhovore.*

## **Na úvod nám priblížte, čo je náplňou vašej práce?**

Skúsím stručne. Výskum súčasného slovenského jazyka, najmä v oblasti jazykovej kultúry, terminológie, jazykového poradenstva, sledovanie problémových pravopisných a gramatických javov z hľadiska profesionálnych i bežných používateľov súčasnej slovenčiny (s tým súvisí aj príprava rozličných príspevkov a publikácií), ako aj redakčná (som hlavná redaktorka časopisu Kultúra slova) a popularizačná činnosť (napr. účinkovanie v relácii Slovenčina na slovíčko v RTVS). Pred pandémiou to bola aj rozsiahla prednášková činnosť (pre rozličné inštitúcie), ale online prednášky sa mi vidia málo efektívne a trochu únavné. Azda bude niekedy v budúcnosti možné opäť sa stretnúť so záujemcami o lovenčinu naživo.

## **Ako vnímate používanie slovenského jazyka v komunikácii a písomnom prejave v poslednom období?**

Nie je to jednoduchá otázka. V prvom rade treba rozlišovať medzi prejavmi profesionálov (redaktorov, moderátorov, hercov, učiteľov, ale aj pracovníkov v oblasti hotelierstva a pod.) a bežných používateľov jazyka. Od tých prvých sa očakáva, že zvládajú používanie svojho pracovného nástroja – slovenského jazyka – na vyššej úrovni, ak to tak nie je, nemusí sa to páčiť prijímateľom ich prejavu. No a tí druhí – každý bežný používateľ jazyka zvláda komunikáciu tak, ako potrebuje (doma, v práci, s priateľmi a pod.), a je len na ňom, či pokladá za dôležité ovládať svoj rodný jazyk na viac ako štandardnej úrovni. V druhom rade je rozdiel medzi hovoreným

a písaným prejavom. Pri hovorenej komunikácii je dôležitá plynulosť prejavu, jeho primerané členenie, správna melódia, zreteľná artikulácia atď. Profesionál alebo jednoducho každý, kto chce čo najlepšie sprostredkovať informáciu a zaujať poslucháča, by si mal dávať pozor na rozličné zlozvyky, ktoré sú dnes „populárne“, a to hmkanie, používanie výplnkových slov, opakovanie slov (naozaj, vlastne, takže), neprirodzená melódia a pod. To používajúceho môže odradiť..

S písomnými prejavmi je to dnes horšie ako v minulosti, tak sa všeobecne konštatuje. Často aj v oficiálnych textoch nachádzame priveľa zbytočných chýb. Na úvahy, prečo to tak je, tu máme málo priestoru. Jedným z dôvodov (okrem nedostatočných základov získaných v škole) môže byť aj to, že stále pokladáme texty zverejnené na internete za akoby „neoficiálne“, lebo nie sú „na papieri“, a myslíme si, že nie je potrebné tak úzkostlivo dbať o správny pravopis, gramatiku či štylizáciu. Lenže to už dávno neplatí. Všetko dôležité, podstatné aj oficiálne je práve na internete, teda by sme mali aj – a najmä – týmto textom venovať dostatok pozornosti z jazykového hľadiska. Čitatelia si osvojujú podvedome napr. pravopis, a ak je text chybný, buď

sa hnevajú, alebo to pokladajú za správne. Na oficiálnej stránke nejakej inštitúcie by nemali ostať základné chyby typu „odborný pracovníci“ (správne odborní pracovníci), ani „v našom hotely ponúkame tieto služby“ (správne v našom hoteli) či „relax v exteriéry“ (správne v exteriéri) a pod. Trocha sa obávam, čo bude po ročnej absencii žiakov v školách...

## **Ako komunikuje mladá generácia v porovnaní so skôr narodenými?**

Zrejme základný rozdiel je v tom, že mladší komunikujú na sociálnych sieťach a to je dosť špecifický komunikačný kanál. Do značnej miery ovplyvňuje ich prejav vo všeobecnosti – rýchlo, stručne, náznakovo vyjadriť písomne to, čo tí skôr narodení povedia radšej z očí-vočí. Obširne vyjadrovanie nie je v móde, využívajú sa skratky a emotikony. Ďalší rozdiel je to, že mladí ľudia majú radi anglické výrazy a s obľubou nimi pretkávajú svoj prejav. Starší to pokladajú skôr za niečo neprirodzené, obťažujúce a nie vždy zrozumiteľné. Samozrejme, takéto odlišenie nemožno zovšeobecňovať a zaškatulkovať komunikáciu podľa veku. Čo je pre jedného zaujímavé, pre iného môže byť nevhodné... Niektorí ľudia bez ohľadu na vek obľubujú sociálne siete a používanie cudzích výrazov, iní to zasa odmietajú...

---

„HOSŤ SKÔR UVERÍ NIEKOMU, KTO MÁ KULTIVOVANÝ JAZYKOVÝ PREJAV, VYJADRUJE SA SPISOVNE A NAVYŠE DOKÁŽE EFEKTÍVNE SFORMULOVAŤ TO, ČO POTREBUJE Povedať.“

---





### **Ako sa mení slovná zásoba?**

Pandémia nám ukázala, ako veľmi platí, že slovná zásoba sa mení v súlade s potrebami a spôsobom života používateľov jazyka. Náš život sa zmenil a zmenila sa aj naša slovná zásoba doslova zo dňa na deň. Používajú sa nové slová (korona, covid, momka), preberajú sa cudzie výrazy (vo väčšej miere ako dosiaľ), v médiách sa vyskytuje viac odborných výrazov (incidencia, monoklonálny, PCR a AG testy), oprašujeme staršie, menej používané výrazy (očkovanie), slová a slovné spojenia nadobúdajú nové významy (travovanie, covid automat) atď. Pri mnohých slovách zaznamenávame priam raketové

zrýchlenie v náraste ich frekvencie. Dostali sme sa do situácie, ktorá zmenila doslova všetko. A to sa muselo odraziť aj na slovnej zásobe.

### **Je vhodné preberať slová z cudzieho jazyka?**

Preberanie slov z cudzích jazykov je prirodzený spôsob obohacovania slovnej zásoby. V súčasnosti je dominantná najmä angličtina, z ktorej si často požičiavame slová. Aj pred pandémiou bol pomerne prudký pohyb najmä v oblastiach, ako sú informačné technológie, ekonómia, bankovníctvo a pod., pretože novinky a ich pomenovania prichádzajú rýchlejšie, ako sa s nimi dokážu používatelia

jazyka vyrovnáť a nájsť pre ne vhodný slovenský ekvivalent. Nič však netreba preháňať, a i keď sa dnes preberanie slov a ich zdomákovanie odohráva akosi rýchlejšie, každé slovo potrebuje istý čas na to, aby sa adaptovalo a začlenilo do našej slovnej zásoby. A nie každému (cudzemu slovu) sa to podarí.

### **Môžete, prosím, uviesť príklady cudzích slov, ktoré obohatili našu slovnú zásobu a slov, ktoré by sme používať nemali, ak existuje ich slovenský ekvivalent?**

Tých obohacujúcich – prichádzajúcich z angličtiny – je v poslednom čase mnoho, stačí načítať do oblasti informačných technológií



a internetovej komunikácie – používame smartfóny, notebooky, vieme, čo je softvér či klaud (alebo to aspoň tušíme), takisto streamujeme, lajkujeme, hejtujeme, četujeme, sledujeme influencerov, čítame blogy – a tak by som mohla ešte dlho pokračovať ☺. Prirodzene, mnohé z týchto slov sú ešte stále v procese zdomáčkovania. Sú však aj anglické výrazy, ktoré až tak veľmi „nepotrebujeme“, pretože v danom význame máme plnohodnotný slovenský ekvivalent, resp. domáce, dávno ustálené slovo. Mój obľúbený príklad je slovo message, pokladám ho v slovenskom texte za zbytočné. Alebo v reštaurácii – ak je nápoj osviežujúci, nemusíme povedať, že je fresh... Ani oddychovú zónu nazvať chill zóna. Hovorím, samozrejme, o oficiálnej komunikácii.

**Všimli ste si nejaké nedostatky priamo pri komunikácii v hoteloch a reštauráciách?**

Nebývam často v hoteloch na Slovensku, na dovolenky chodím väčšinou k moru, tak nemôžem použiť vlastné skúsenosti... Ale hotelierom a reštaurátorm odporúčam cibriť si jazykový prejav (ústny aj písomný), lebo človek, resp. hosť skôr uverí niekomu, kto má kultivovaný jazykový prejav, vyjadruje sa spisovne a navyše dokáže efektívne sformulovať to, čo potrebuje povedať.

**V oblasti hotelierstva som sa stretla s formuláciou pracujem na recepcii i v recepcii, ako je to správne?**

Spojenie pracovať na recepcii je bežnejšie.

**Ako je správne uviesť: raňajky vám donesieme na izbu či do izby, cenník wellness služieb nájdete na izbe či v izbe?**

V spojení so slovom izba odporúčam ako prirodzenejšie predložky do a v – raňajky vám

donesieme do izby, cenník nájdete v izbe, ale nemožno pokladať za „velkú“ chybu ani predložku na v tomto spojení.

**Existuje nejaký ekvivalent slova lobby bar, resp. je správne takto ho uvádzať?**

Ďakujem za otázku, je to dobrý námet na príspevok ☺. Určite existuje domáci ekvivalent, napr. bar v hale, bar na recepcii, halový bar, recepčný bar. Všetky tieto ekvivalenty sa používajú a sú zrozumiteľnejšie ako spojenie lobby bar (navyše pri tomto názve majú používatelia jazyka problém aj s pravopisom, teda či má byť pôvodný zápis lobby alebo zdomáčený loby, či ho písať ako spojenie dvoch slov, či ako jedno slovo). Ide o to, že obvyčajný človek ocení informáciu, ktorej rozumie. Názov lobby bar síce vyzerá efektne, ak však poskytuje dobré služby, neuškodí, ak ho pomenujete „po našom“... V slovenskom prostredí



„KAŽDÉ SLOVO POTREBUJE ISTÝ ČAS NA TO, ABY SA ADAPTOVALO A ZAČLENILO DO NAŠEJ SLOVNEJ ZÁSoby. A NIE KAŽDÉMU (CUDZIEMU SLOVU) SA TO PODARÍ.“

poznáme slovo loby, či lobby najmä v iných významoch (zoskupenie ľudí, ktoré ovplyvňovaním politických činiteľov, zákonodarcov, ministrov, úradníkov presadzuje svoje súkromné alebo skupinové záujmy, ako aj skupina vplyvných osôb vôbec).

**Pracovné funkcie v hoteloch sa často uvádzajú ako general manager, event manager, sale manager – je to opodstatnené v komunikácii s domácimi zákazníkmi?**

Nepokladám to za šťastné riešenie. Chápem, že sú to názvy funkcií, ktoré sa používajú v zahraničných hoteloch, ale priznajme si, kto vie, čo vlastne znamenajú?

**Akú radu by ste dali hotelierom a reštaurátorom v oblasti komunikácie s hosťami?**

Moja rada je jednoduchá, už som to spomínala. Každý človek – i keď podvedome – radšej počúva niekoho, kto má príjemný a bezproblémový jazykový prejav, a ocení to tým, že mu uverí. Podobne si rád prečíta kultivovane napísanú informáciu napr. o hotelových službách... Preto je dobré, aby hoteloví pracovníci dbali o jazykovú kultúru svojho prejavu, ale i textov, ktorými prezentujú svoj hotel či reštauráciu. Keď to tak nie je, klient si to všimne a môže nadobudnúť dojem, že človek, ktorý sa nevie vyjadrovať, nebude veľmi dôveryhodný, podobne letáčik o hoteli či jedálny lístok s pravopisnými chybami nie je tou najlepšou vizitkou...



#### Nesprávne

faktúrovať

on-line

start-up

spol. s r. o.

10%

15 °C

doporučiť

jedná sa o...

žiadúci

púzdro

jednorázový

ďalší

súčasný

plieseň

varianta

šampión (huba)

expirácia

dostatok informácií

dvaja výherci

#### Správne

fakturovať

online

startup

spol. s r. o.

10 %

15 °C

odporučiť

ide o...

žiaduci

puzdro

jednorazový

ďalší

súčasný

pleseň

variant

šampión

expirácia

dostatok informácií

dvaja výhercovia

guláš i guláš

posledný i ostatný

huby i hríby

jablčný i jablkový

#### Nesprávne

Ubytoval som sa s mojimi kolegami.

Ubytoval som sa s mojim kolegom.

Ocitol sa v roli hostiteľa.

Museli sme ponížiť rozpočet.

Tovar máme skladam.

Ihneď k odberu.

Napadlo ma...

Prídem za hodinu.

Máme za to, že...

Vyplňte prosím tento dotazník.

Pani Nováková, bola by ste taká láskavá...

**Príspevky o týchto a ďalších témach a mnoho dobrých rád nájdete v knihe:**

**Slovenčina na každý deň**

Sibyla Mislovičová a kol.

VEDA, vydavateľstvo Slovenskej akadémie vied, Bratislava, 2020

#### Správne

Ubytoval som sa s mojimi kolegami.

Ubytoval som sa s mojim kolegom.

Ocitol sa v role hostiteľa.

Museli sme znížiť rozpočet.

Tovar máme na sklade/v sklade.

Ihneď na odber.

Napadlo mi...

Prídem o hodinu.

Domnievame sa, že...

Vyplňte, prosím, tento dotazník.

Pani Nováková, boli by ste taká láskavá...





## UMENIE BYŤ HOŠŤOM PROTOKOL NA KAŽDÝ DEŇ - 2. ČASŤ

PRIPRAVILA Eleonóra Bujáčková FOTO [unsplash.com](https://unsplash.com)

*Jedlo je zrejme hlavný dôvod, prečo chodíme do reštaurácie. Mnohí však berú reštaurácie ako malé wellness centrá, kde si môžu oddýchnuť, stráviť príjemné chvíle s priateľmi, užiť si atmosféru. Takže stôl v reštaurácii je v tej chvíli osobitným svetom, oázou pohody, kde možno aspoň na chvíľu zabudnúť na okolitý svet. Práve preto by mala byť táto malá oáza čistým a útulným priestorom.*

Dodržiavanie etikety v reštauráciách je jednoduché pre tých, ktorí ich pravidelne navštevujú. Hošť je vždy kráľom, preto by mal v sebe prekonať pocit, že znamená menej ako reštaurácia. Pravda, aj on však musí dodržiavať pravidlá. Sú preverené tradíciou, postačí z času na čas zopakovať si ich. Takisto zariadenie, ktoré navštívime, musí spĺňať základné kritéria.

### ČISTOTA POL ŽIVOTA

Nie je nič horšie ako špinavý a neupravený stôl. Rovnica je jednoduchá. Ako môžem dôverovať kuchyni, keď stôl, pri ktorom sedím, je plný omrvínok a na obruse sú flaky? Našťastie, v lepších reštauráciách sa to nestáva a nakoniec zákazník si môže vždy vybrať. Farebnosť prestierania na stole by mala korešpondovať s farebným tón-

mi interiéru. Vtedy pôsobí nevťeravo, príjemne a decentne. Biela, samozrejme, nepokazí nikdy nič. Ak personál zvolí zaujímavú dekoráciu, ktorá podlieha ročným obdobiam a aktuálnym sviatkom. V druhom prípade treba dať veľký pozor na to, aby veľkonočné vajčička či zajačiky neboli na stole ešte v máji. Je to jedno z najväčších faux pas v rámci prestierania. Druhým sú umelé kvety v plastovej vázičke. Aj takéto maličkosti môžu ovplyvniť správanie hosťa a zanedbanie spoločenskej etikety.

Vždy je dobré zistiť si o reštaurácii, ktorú hodláme navštíviť, čosi viac. Podľa toho sa aj oblečíme. Pokiaľ do reštaurácie **vedú schody**, ide po nich vždy prvá žena. Muž je za ňou, aby ju v prípade, že sa potkne, mohol zachrániť pred pádom. Rovnaké pravidlo platí aj pri

schádzaní zo schodov, preto muž ide pred ženou. Dvere otvára muž a tiež vchádza do reštaurácie ako prvý. Pred tým, než si sadne, počká, kým sa usadí dáma, pomôže jej buď on sám alebo prítomný čašník.

V luxusných reštauráciách obyčajne zákazníkom **ponúknu jedálne lístky** bohaté na krásne a domyselné názvy jedál. Často sú za sofistikovanými názvami jednoduché jedlá. Pre správny výber sa treba spýtať čašníka, čo názvy v jedálnych lístkoch znamenajú a nechať si poradiť. Čašník povie zloženie aj prípravu jedla, prípadne odporučí špecialitu reštaurácie. Vedieť, čo sme si objednali, je prevencia pred možným sklamaním.

**Papierová servítk**a alebo látkový obrúsok, ktorý je na stole, má svoju praktickú funkciu.



Servítka nie je skúškou z noblesného správania, slúži na to, aby sme zabránili prípadným fľakom na oblekoch či šatách. Dajte si ju na kolena alebo páni za kravatu, aby si chránili košeľu. Ak ju však budete ignorovať, tiež nič nepokazíte. Dnes platí, že všetko, čo dostanete na tanieri, je jedlé, aj listy či kvety. Zmenilo sa aj tvrdenie, že je neslušné všetko zjesť a musíte na tanieri nechať zvyšky. Práve naopak, tým, že dojete, dávate šéfkuchárovi najavo, že vám chutilo. Ak z jedla necháte, šéfkuchár vie, že vám nechutilo.

Ak chce zákazník **vyskúšať niečo exotické**, čo pred tým nikdy nejedol, mal by poprosiť čašníka o radu. Slimáky sa jedia pomocou špeciálnych príborov, personál ukáže akým spôsobom. Dnes už každý vie, že pri hydinových krídelkách alebo stehienkach, dostáva aj vlhčený obrúsok alebo misku s vodou na umytie rúk. Pri stolovaní platí klasické pravidlo, príbor sa používa vždy zvonka smerom dovnútra, čašníci odložia príbory, ktoré nebudú potrebné a ak si jedlo vyžaduje špeciálny príbor, prinesú ho.

Platí, že vychovaný hosť je najlepší hosť, tak si zapamätajte, že k **bufetovému stolu** môžete zájsť niekoľko ráz, takže nie je dôvod, aby ste si nabrali do rúk priveľa chufoviiek. Riskujete, že vám popadajú...

Za prehešok voči etikete sa považuje **kladenie mobilu alebo peňaženky** na stôl. Keď sa doje polievka, lyžicu treba vylložiť na tanierik. Pokiaľ počas stolovania spadne na zem kúsok jedla, netreba sa poň zohýbať, nemali by sa tiež zmetať rukami popadané omrvinky. Rovnako sa netreba trápiť ani kvapkami vína na obruse. Nechajte to na čašníkov, oni stôl upracú, ak je to nevyhnutné.

Jedno zo základných pravidiel, ktoré ste už zrejme stokrát počuli a aj tak ste ho neraz porušili. Pri formálnejších príležitostiach by si človek mal dávať pozor na to, aby na stôl **nevykladal svoje lakte**, pretože tam nemajú čo hľadať. Svoje ruky treba kontrolovať a o hrany stola sa opierať predlaktím. Neslušné je na niekoho ukazovať prstom, radšej **použite otvorenú dlaň**, ak potrebujete na niečo ukázať, pričom ukazovanie na ľudí by ste mali do maximálnej možnej miery obmedziť.

## DOBRE VEDIEŤ

Predstavte si, že pridete do reštaurácie a obsluha vám odporučí filirované kačacie prsia

s gratinovanou zeleninou a pošírovanými knedličkami. Ako zákusok vychváli soufflé s klevelou a na záver večera prinesie digestív. Sú pre vás gastronómické výrazy španielskou dedinou a nechcete sa strápníť? Máme pre vás niekoľko dobrých rád.

- » **Al dente** – na hryz. Výraz na označenie stavu cestovín, ktoré sú uvarené, ale nie celkom mäkké.
- » **Anna zemiaky** – príloha označujúca zemiaky dusené na masle.
- » **Annette zemiaky** – podobná úprava ako anna zemiaky, podávané sú však s nasekanou cibulkou a syrom.
- » **Antipasta** – predjedlo (antipasta sa skladá z potravín typických pre Stredomorie, často sú to huby, olivy, šunka, chren ...).
- » **Aperitív** – alkohol podávaný pred jedlom, pripraví žalúdok na trávenie.
- » **Blanširovanie** – úprava zeleniny; krátko sa sparí vo vriacej vode a hneď vloží do ľadovej vody.
- » **Bridírovanie** – oviazanie rýb pri tepelnej úprave tak, aby nestratili tvar.
- » **Býčie srdce** – druh paradajok.
- » **Couvert [kuvert]** – poplatok za stolovanie, pečivo, dochucovadlá ap.
- » **Digestív** – alkohol podávaný po jedle, aby uľahčil trávenie.
- » **Dranžirovanie** – porciovanie mäsa.
- » **Filírovanie** – krájanie na plátky.
- » **Flambovanie** – opalovanie pokrmov aromatizovaných alkoholom. Robí sa ako konečná fáza úpravy jedla.
- » **Frapovanie** – ochladzovanie pohárov ľadom.
- » **Gratinovanie** – zapekanie jedla s omáčkou alebo so syrom.
- » **Klevela** – teplá ovocná omáčka.
- » **Mousse** – ľahká pena (môže byť sladká alebo slaná).
- » **Pont neuf [pont nef]** – zemiaky nakrájané na silné hranolky s jednou stranou klenuťou. Servirujú sa na mäse.
- » **Pošírovanie** – spôsob úpravy jedla v horúcej (nie však vriacej) vode. Upravujú sa tak napríklad vajička alebo knedličky.
- » **Sorbet** – ľadová ovocná šťava či ľahká ovocná zmrzlina.
- » **Soufflé [sufle]** – nadýchaný náky, najčastejšie z ochutených našľahaných bielkov.



## ETIKETA (Z FRANCÚZSKÉHO SLOVA ÉTIQUETTE, LÍSTOK, ŠTÍTOK)

Etiketa pôvodne znamená lístok alebo štítok s nejakou informáciou. Tak isto sa označovali aj lístky s menami, ktorými sa na francúzskom dvore určovalo miesto pri stole, kam si má hosť sadnúť. Tento význam sa neskôr rozšíril na pravidlá slušnosti a dobrého spoločenského správania vôbec. Aj v tomto rozšírenom význame však etiketa znamená pravidlá skôr zdvorilosti, pričom ich porušenie spoločnosť odmieta. Kto porušil etiketu, je nevychovaný a nezdvorilý.

## DOBRE RADY

1. Ak chcete okoštovať niečo z cudzieho taniera, **nenachajte sa za tým cez celý stôl a bez opýtnia**. Isto zhodíte pohár s červeným vínom alebo sa vám chytia vlasy od horiacej sviečky.
2. **Nekrájajte si všetko jedlo dopredu**. Odkrajujte si počas toho, ako jete.
3. Prosím, **nebuďte na čašníka drzý** alebo povýšenecký. Takto nikoho neohúrite.
4. Na privolanie čašníka **nekríčte, ani nemávajte**. Postačí nadviazať očný kontakt alebo zdvihnúť prst pravej ruky.
5. Dajte si záležať, aby ste sa **obliekli primerane k danej udalosti**. Červená adidasová šuštiaková súprava nebude príliš laďí s krištáľovým lustrom.
6. Keď pijete víno či kávu, **nevystrukujte maliček**. Nie, naozaj pri tom nevyzeráte ako fajšmeker.
7. Použitý textilný obrúsok **nehádzte na vrch taniera**. Po konzumácii ho nechajte naľavo od taniera. Ak počas jedla odchádzate na toaletu, mali by ste ho položiť na stoličku.
8. Nejedzte rýchlejšie ako vaši spoločníci a objednajte si **rovnaký počet** chodov ako oni.
9. **Nechodte na večeru príliš hladný**. V high-class reštauráciách príprava jedla obvykle trvá dlhšie.
10. Nezapúdbajte, že ste na večeri, nie na Wi-Fi párty. **Nefejsbukujte, nevykladajte mobil na stôl** a nepatrí sa **foťiť** si jedlo na Instagram.



BEZPEČNĚ  
NA VELETRHU  
SAFE ZONE

# FOR GASTRO & HOTEL

11. VELETRH HOTELOVÉHO  
A RESTAURAČNÍHO ZAŘÍZENÍ,  
POTRAVINÁŘSTVÍ  
A GASTRONOMIE

**KONGRES**  
FOR GASTRO & HOTEL

5. SETKÁNÍ LÍDRŮ ČESKÉHO POHOSTINSTVÍ

7.-8. 10. 2021

PVA  
EXPO PRAHA

OFICIÁLNÍ VOZY



7.-9. 10. 2021

[www.for-gastro.cz](http://www.for-gastro.cz)

## JEDENÁCTÝ VELETRH FOR GASTRO & HOTEL POMŮŽE OŽIVIT KRIZÍ ZASAŽENÝ SEGMENT POHOSTINSTVÍ

TEXT ABE, a.s.

*Pandemická krize a s ní přijatá opatření se podepsala na současném stavu pohostinství v Česku. Gastronomie a její přidružená odvětví patří mezi nejpostiženější obory podnikání a jejich podpora je pro další pozitivní vývoj nezbytná. Restartovat segment HoReCa pomůže i veletrh hotelového a restauračního zařízení, potravinářství a gastronomie*

**FOR GASTRO & HOTEL. Ten proběhne ve dnech 7. až 9. října 2021 na výstavišti PVA EXPO PRAHA. Oficiálními vozy veletrhu jsou automobily značky FORD.**

Veletrh FOR GASTRO & HOTEL bude očekávanou a důležitou příležitostí pro tuzemské podnikatele a firmy z oboru pohostinství pro osobní setkání s odborníky, obchodními partnery i s veřejností. Také letos na podzim uvede novinky a technologie a přinese doprovodný program včetně odborného kongresu.

Jak naznačuje velký zájem mezi vystavovateli, také 11. ročník veletrhu konající se v Hale 1 letňanského výstaviště přinese mnoho zajímavostí, novinek a podnětů pro podnikatele v pohostinství. Prezentovat se budou významné firmy ze секcí technologie, hotelnictví, vybavení hotelů, nábytku, rezervačních technologií i zabezpečení podniků a mnoho dalších. Chybět nebudou ani speciality, potraviny a s nimi spojené ochutnávky.

Například společnost Blažek Gastro přiveze na veletrh novinku od španělské firmy MIBRASA a předvede pečení v troubě i na grilu v podání španělského profesionála. Firma JIPA International zase představí multifunkční zařízení pro gastro provozy a své nejnovější produkty uvede jedna z nejznámějších českých porcelánek G. Benedikt 1882. Společnosti, jejichž portfolio produktů patří do segmentu pohostinství, mají nejvyšší čas přihlásit se. Podrobnosti o veletrhu najdete na [www.for-gastro.cz](http://www.for-gastro.cz).

### CHUTNÝ I PRAKTICKÝ PROGRAM

Veletrh přinese zajímavý doprovodný program, připravena bude například programová scéna novinek a trendů nazvaná GASTRO TOUR, nebudou chybět zajímavosti z dílny Asociace kuchařůacukrářůČR. Nejvýznamnějším bodem doprovodného programu však bude odborný KONGRES FOR GASTRO & HOTEL, který se bude konat v Kongresovém sále výstaviště v první den veletrhu 7. října.

Jeho stěžejním tématem bude Druhý restart: Spolupráce a peníze v pohostinství. Kongresem bude rezonovat téma spolupráce oborových organizací při jednáních se státem. Profesionálům přijdou přednášet také uznávaní odborníci, kteří poradí, jak fungovat v ekonomických otázkách, například financování podniku nebo jak budovat stabilní tým personálu. Účastníci se také seznámí s případovou studií o QR platbách, díky nimž mohou podniky vydělat více. Dozví se i jak správně postavit byznys plán při otevírání nové restaurace a mnoho dalších informací klíčových pro úspěšné podnikání v současné době. Více informací o odborném kongresu získáte na [www.kongresforgastro.cz](http://www.kongresforgastro.cz).



The logo for Merxu, featuring the word "merxu" in a lowercase, sans-serif font. The letter "x" is stylized in a bright yellow color, with a small yellow dot above it and another below it, resembling a person's arms and legs.

# merxu

> **nejširší nabídka**  
HOREKA produktů

> **ověření** dodavatelé  
z celé Evropy

> **nejnižší** ceny

na [www.merxu.com](http://www.merxu.com)





  
**prémiové mrazom  
sušené ovocie**



**Anastasia Kuzmina**  
S Brixom trafiš do kvality • Hit the quality with Brix