

Top

XIV. ROČNÍK, VYDANIE JESEŇ/ZIMA 2020 // CENA 4,40 € / 112 Kč



Zlatá pečať

hotelierstvo/hotelnictví

magazine for hospitality and hotel professionals

PERSONÁL
POTREBUJE
POVZBUDIŤ

AROMATICKÁ KOUPEL

TĚLO PROHŘEJE
A DUŠI POHLADÍ

AKO ZARIADIŤ
HOTEL IV.
KONFERENČNÉ
PRIESTORY

S KOMORNÍKEM
NA SJEZDOVKU

HOTEL RESET & RESTART




CHAMPAGNE
HENRI GIRAUD


PHILIPPONNAT
CHAMPAGNE


CHATEAU TEYSSIER
SAINT EMILION GRAND CRU

Acetola Agricola
Dal Forno Romano

Marion

TOBLÂR
Affinatori in Ramandolo



GAJA


EBNER-EBENAUER


PAUL
ACHS

ALZINGER

BIRGIT BRAUNSTEIN



HUBER
WEINGUT MARKUS HUBER



BWD



•BEST WINES DISTRIBUTION•

VÁŠ DISTRIBÚTOR
EXKLUZÍVNYCH VÍN
Z CELÉHO SVETA.

info@bwd.sk www.bwd.sk #vinujeme




MONTELVINI
Alciati in Vigna

Jermann


SPECOGNA

FATTORIA LE PUPILLE

ELISABETTA GEPPETTI


TENUTA COL SANDAGO
Martina Zanetti

**BEPI
N DE
ETO**


TENUTA SAN GUIDO




Parusso


EL BOSQUE
RIOJA


MARQUES DE GRIGNON


LOIMER

NIK WEIS
ST. URBANS-HOF



ACHAVAL FERRER


Casanova di Neri


CACHAZO
BODEGA DE FAMILIA
1940

A | AALTO | BODEGAS Y VIÑEDOS


MAURO

San Román

BOROVÍČKA JUNIPERUS

PÁLENÁ OD ROKU
1905



RUČNE ZBERANÉ
BORIEVKY



ROZOMLETIE BORIEVOK
A ZAKVASENIE



EXTRAKCIA ORGANICKÝCH
LÁTKOZ KVASU



PRVÁ DESTILÁCIA
A ODLÚČENIE OLEJA



DRUHÁ DESTILÁCIA
A ODLEŽANIE



PRIDANIE KVALITNÉHO
OBILNÉHO LIEHU



BOROVÍČKA JUNIPERUS
NA ZDRAVIE!

MÁME PATENT NA
BOROVÍČKU

REG. N° 46|12.594/66-01/14

Registračné číslo zabudnete,
ale chuť si budete
pamätať.





Umenie ovládania teploty.

VONKAJŠÍ VZDUCH
POD KONTROLOU NEMÁŠ,
ALE NA VNÚTORNÝ
SI EXPERT.
VĎAKA ČISTIČKÁM
VZDUCHU DAIKIN.



daikin.sk/cisticky

IL VERO ESPRESSO ITALIANO



Vychutnajte si
s priateľmi šálku
pravej talianskej
kávy Segafredo.

www.segafredo-zanetti.sk
www.facebook.com/SegafredoSK





FOTO: Adobe Stock



Milí čitatelia,

pozrite sa na obrázok – nechceli by sme sa všetci už takto cítiť?

Vítazne a bez rúšok? Žiaľ, tak ako nečakane koronavírus vtrhol do našich životov, nevieme predvídať, kedy nás prestane mať „v hrsti“. Tento neviditeľný vírus už toho napáchal dosť. Podľa údajov Svetovej organizácie cestovného ruchu došlo v prvom polroku k medziročnému prepadu medzinárodných príjazdov turistov o 65 % (mínus 440 miliónov príjazdov). Masívny pokles dopytu sa odrazil v strate príjmov z medzinárodného cestovného ruchu. Tá dosiahla 460 miliárd dolárov, čo je päťkrát viac ako počas krízy v roku 2009. Podľa tejto organizácie bude návrat na úroveň v roku 2019 trvať 2,5 až 4 roky.

Jedno je dnes isté – svet hotelierstva a gastronómie sa zmenil. Niektoré zo zatvorených hotelov a reštaurácií z prvej vlny „korony“ sa už neotvorili, iné sa z toho doteraz nespamätali, niektoré otvorilo nedávno a teraz budú musieť opäť zatvoriť. V ponuke realitných kancelárií je niekoľko hotelov na predaj, iné čaká rekonštrukcia na byty. Reštaurácie, ktoré si to v minulosti vôbec nevedeli predstaviť, zmenili koncept a ponúkajú dokonca rozvoz jedál. Aj personál postihli zmeny, niektorí dočasne odišli a už sa nevrátili, ďalší sa zamestnali v inej oblasti.

Branža volá po pomoci od štátu. Odborníci radia, čo robiť v tejto neľahkej situácii. Hotelierov varujú pred dumpingovými cenami, zdôrazňujú význam priamych rezervácií a flexibilných stornovacích podmienok. **Hygiena sa stala heslom dnešných dní.** I keď si o víruse môžeme myslieť hocičo, bezpečnosť hostí musí byť pre nás na prvom mieste. **Rovnako slovo „bezkontaktný“ má vraj dnes cenu zlata.** Vývoj týmto smerom trvá už roky, koronavírus však tento trend veľmi urýchlil. Bezkontaktná recepcia, automatizovaná komunikácia s hosťami pri riešení požiadaviek a problémov a digitalizácia hotelových procesov sa dostávajú do popredia i v službách, ktoré boli vždy „kontaktným“ odvetvím.

Ale buďme optimisti a verme, že toto neľahké obdobie sa skončí, štát sa k občanom a podnikateľom neobrátí chrbtom, i keď, v každej životnej situácii záleží na nás, ako sa budeme správať, aké rozhodnutia prijmeme či budeme vidieť pohár poloprázdny alebo plný. Nakoniec možno zistíme, že – slovami Marka Twaina – „Najbližšia pomocná ruka je na konci nášho ramena.“

Veľa zdravia a trpezlivosti praje

Alena Reháková
šéfredaktorka

Za Bárou Turčíkovou

Hovorí sa: „Človek mieni, Pán Boh mení.“ Určite to všetci poznáte z vlastného života. Naša kolegyňa Barbora Turčíková, dlhoročná jazyková korektorka a redaktorka magazínu Top hotelierstvo/hotelnictví, mala pred sebou ešte veľa plánov. Vedela sa tešiť i z maličkostí. Až prišiel jeden osudný májový deň a ona odišla náhle, ako keď sfúknete sviečku. Zostalo tu po nej prázdno; chýba rodine, priateľom, chýba i nám. Venujme jej preto tichú spomienku, lebo ticho je jazykom vyšším než akákoľvek reč. Odpočívaj v pokoji, milá Bára!

media/st vydáva:

FOR FASHION

Ttb
Top Trends v bytosti / bytosti

SaB
STAVBYNICTVO
BYVANIE

Top
hotelierstvo/hotelnictví

EKO
byvanie/bydlení

ST
TROJÁRSTVO
TROJIRENSTVÍ



BARISTA

MLIEKO 3,5% TUKU



ŠPECIÁLNE PRE BARISTOV

BIELKOVINY PRE
SPRÁVNU KREMOVÚ
TEXTÚRU PENY

3,5 % TUKU
PRE LAHODNÚ
PLNÚ CHUŤ

PRÉMIOVÝ
A PROFESIONÁLNY
DIZAJN

IDEÁLNE PRE CAPPUCCINO



RODINNÁ PRAŽIAREŇ KÁVY



WWW.CAFFEORO.SK



VYDÁVA: MEDIA/ST, s. r. o.

KONTAKTNÉ ÚDAJE VYDAVATEĽSTVA 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, www.tophoreca.sk, www.toptrendy.sk

KONTAKTNÉ ÚDAJE VYDAVATEĽSTVA PRE ČR:

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

RIADITEĽKA VYDAVATEĽSTVA:

Antónia Franečková, franeckova@mediast.sk

REDAKCIA:

Šéfredaktorka: Alena Reháková, +421 907 845 642,
rehakova@mediast.sk

Redaktori: Ján Krajč, Anna Salvová, Sláva Štefancová, Pavla Apostolaki,
Branislav Koscelník, Eleonóra Bujačková, Petra Adamcová

Spolupracovali: Milan Pavelka, Radka Telyčková, Jan Halíř, Lenka Vargová Hlubinová, Michal Kysela, Iveta Pupiřová,
Blanka Datinská (jidloaradost.cz)

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

MARKETING:

Róbert Franeč, +421 911 509 095

INZERTNÉ ODDelenie:

Adriana Margulová, Alena Reháková, Andrea Sopčiaková, Alena Pačková, Eva Kuzmová

EKONOMICKÉ ODDelenie

+421 41 507 93 33, ekonomicke@mediast.sk

GRAFICKÉ ŠTÚDIO MEDIA/ST

Grafika: Dominik Hajko, Jaromír Moškoř

DISTRIBÚCIA:

Pavol Jurošek, + 421 903 509 093, jurosek@mediast.sk

Mediaprint Kapa Pressegross, 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, Uzbecká 4, P. O. BOX 164, 820 14 Bratislava 214, e-mail: zahranicna.
tlac@slposta.sk. Distribúciu v Českej republike zabezpečuje Mediaprint & Kapa Pressegross, 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, internetového obchodu
www.martinus.sk alebo www.alza.sk/media
Nevyžiadané rukopisy a materiály redakcia nevracia.
Redakcia nezodpovedá za obsah inzercie.

Foto na titulnej strane:

Silena, The Soulful Hotel, Italy, www.designhotels.com

Zaregistrované: SNK, ISBN 978-80-89532-51-3

Ročník: XIV., vydanie jeseň/zima 2020

Vydané: október 2020

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, TOPHORECA.CZ
PRINT + ONLINE = IDEÁLNA KOMBINÁCIA



PRIJA

Vhodná pre zákazníkov, ktorí sú citliví
na kvalitu kozmetiky. Špeciálna vôňa
si úplne podmaní vaše zmysly.



GENEVA GUILT

Vysoko kvalitná kozmetika
v jednoduchých čistých líniách
s jemným použitím farieb.



Váš najväčší dodávateľ
hotelového vybavenia
a kozmetiky



:ANYAH

Hotelová kozmetika
obsahujúca rastlinné extrakty
rozmarínu a mimózy.

Vyskúšajte naše novinky!
www.roin.sk

TELEVÍZIA, KTORÁ ZARÁBA

avemeo

Samoobslužný kiosk

- Ubytovanie hosťa s rezerváciou aj bez nej
- Platba za izbu kartou
- Skener občianskeho preukazu alebo pasu
- Informácie o službách v hoteli
- Vydávanie kariet na vstup do izby
- Odľahčenie recepcie pri hromadných príchodoch
- Prezentačný infopanel aj pre účely reklamy



SORTEC EUROPE s.r.o.
Michal Drugaj - project manager | avemeo@sortec.sk | +421 911 558 562
www.avemeo.sk

 **RENSON®**

Creating healthy spaces



Pergoly a záhradné doplnky pre Vašu pohodu

S pergolami Renson si vytvoríte štýlové a komfortné prostredie. Výsledný efekt závisí iba od Vašej fantázie. Užite si pohodu, ticho, prírodu, alebo čas s priateľmi a objavte čaro nového priestoru.



www.renson-outdoor.com

Jaroslav Kazimír | Sales Manager Slovakia
+421 908 157 500 • jaroslav.kazimir@renson.net



19 ARCHITECTURE, DESIGN

- 28 Ako zariadiť hotel IV:
Konferenčné priestory
- 42 Kelly Wearstler: Príbeh je
neodmysliteľnou súčasťou designu
- 48 Aj hotelovou kúpeľňou
sa môžete odlíšiť od konkurencie

55 HOTELS

- 76 Koronakríze prověřila
význam přímých rezervací
- 82 Buď fit na cestách
- 86 Jesenná výzdoba exteriéru
a interiéru hotelů a restaurací

91 TOURISM

- 92 S komorníkem na sjezdovku
- 111 Za zážitkami bez bariér
- 116 Jak chutná Dubaj



J.J.DARBOVEN
SINCE 1866

PROFESIONÁLNÍ ŘEŠENÍ PRO HOTELY A RESTAURACE

Alfredo
ESPRESSO

Brosio

Café
Intención

J.J.DARBOVEN
CLASSICS



Specialisté společnosti **J.J. Darboven** jsou připraveni Vám kdykoliv představit široké portfolio produktů a služeb včetně technologií.

S **maximální péčí** pro Vás připraví řízenou ochutnávku **káv, čajů a čokolád.**

www.darboven.cz



- 125 WELLNESS, BEAUTY, SPA
- 126 Sensory branding IV. Máte hmatateľný význam?
- 140 V dialogu s okolím
- 150 Termální Štýrsko

- 157 GASTRONOMY
- 158 Na ceste za gurmánmi
- 171 Ten šéfkuchař je žena!
- 194 Viete, čo jete?

- 211 SERVICES
- 212 Jak na firemní akce v době koronavirové
- 222 Iveta Pupišová: Personál potrebuje povzbudiť
- 228 Pokušenia z hotelovej izby



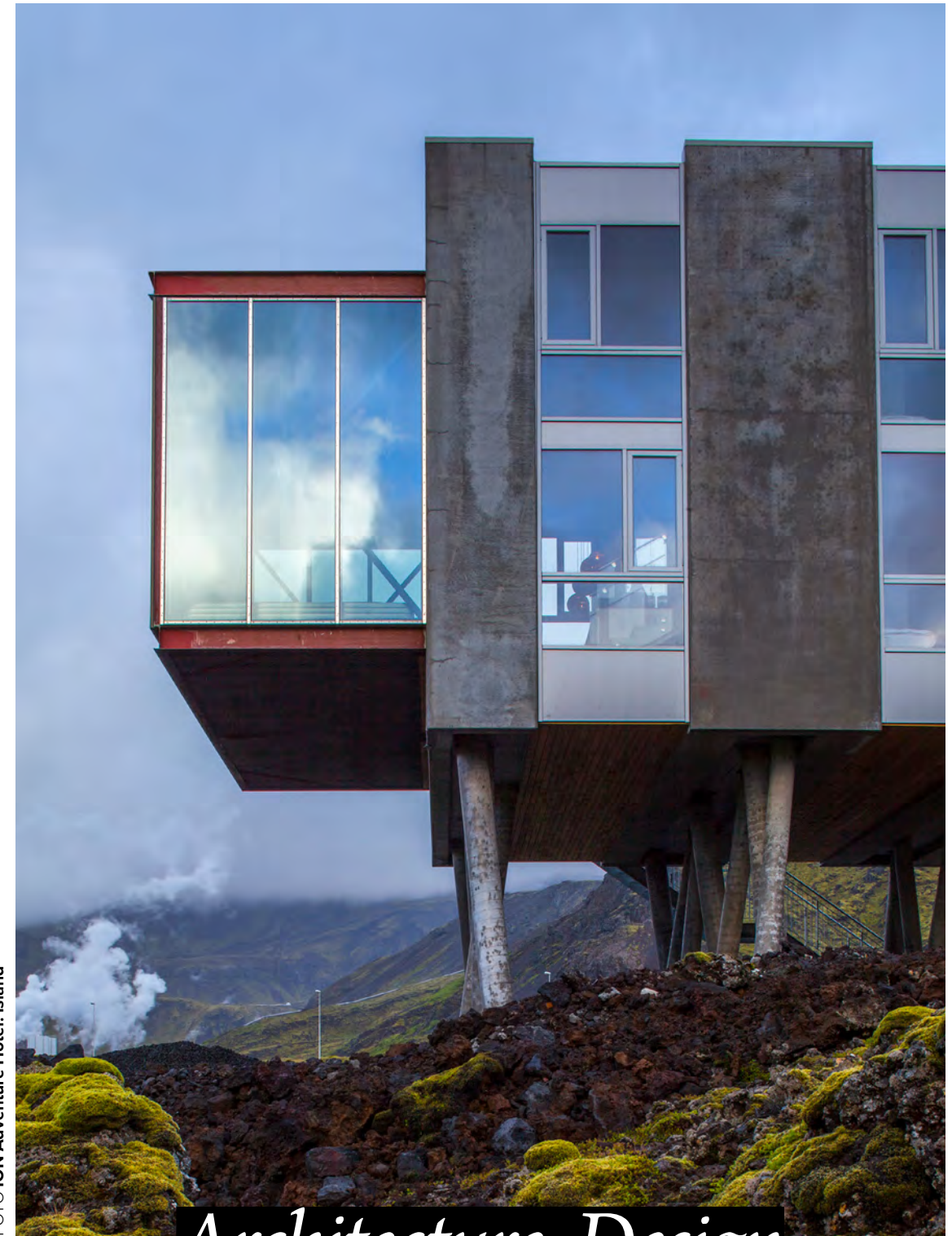
The Kaldewei Nexsys LifelongClean combines award-winning design with permanent functional hygiene in steel enamel. The floor-level shower surface in 17 colours, 20 dimensions, three surfaces and five exclusive design panels offers 5000 possibilities for your individual bathroom planning.

100 % recyclable and made for eternity.



ETIÓPIA? BRAZÍLIA?
Viac ako 50 druhov odrodových káv.

FOTO ION Adventure Hotel, Island



Architecture, Design



AHEAD 2020

INSPIRACE Z ASIE A AMERIKY

TEXT Anna Salvová FOTO archiv hotelů, Designhotels.com

Americká a asijská série ocenění AHEAD Awards 2020 už zná své vítěze. V některých případech jde o univerzální hotelové koncepty posunuté na vyšší úroveň, jindy jsou to programy, které v mnohém připomínají evropskou hotelovou scénu. Samozřejmě i v této části světa najdeme svébytná řešení, která se vymykají globálním představám o komerčním ubytování. Vybrali jsme pro vás hotely z „opačného konce světa“, které naši redakci oslovily nejvíce.

◀ RESTAURACE

NAN BEI, ROSEWOOD BANGKOK, THAJSKO

Interiérový design fine dining restaurace v 19. patře hotelu Rosewood čerpá inspiraci z legendy o mladé tkadleně a pastýři krav. Studio AvroKo si pohrálo s odkazy na art deco estetiku, kterou pojmul sebevědomým a mladistvým způsobem. Porota ocenila zejména práci s množstvím jemných detailů. Restauraci třeba zdobí instalace z 800 drobných, ručně vyrobených mosazných ptáčků, které jsou jakousi čínskou verzí „valentinek“. Dle legendy totiž milencům pomohly najít cestu k sobě straky, které vytvořily živý most. Název restaurace v překladu znamená „sever“ a „jih“, čímž prozrazuje kulinářský původ menu. Tvoří jej autentické jižanské delikatesy z plodů moře a kachní speciality ze severu.



▲ EVENTOVÉ PROSTORY

GRAND BALLROOM A JUNIOR BALLROOM, HOTEL ROSEWOOD HONGKONG

Hotel Rosewood v Hongkongu posunul design eventových zón na zcela novou úroveň. Designéři z Tonychi Studio vyhradili konferenčním a meetingovým místnostem až dvě podlaží, přičemž je řešili jako prostorné a sluncem zalité prostory s exkluzivním výhledem na přístav Victoria. V případě sálu Grand Ballroom lze o rozloze tisíc metrů čtverečních dokonce mluvit jako o největším eventovém prostoru v celém Hongkongu, a to bez použití podpůrných sloupů. V sále, který pojme až 780 lidí, se používá speciální automatizovaný systém skládacích dělicích příček, takže místnost lze variabilně rozčlenit.

▲ RENOVACE A REKONSTRUKCE

HOTEL RAFFLES, SINGAPUR

Architektonická ikona se po třech letech intenzivních rekonstrukčních prací dočkala svého znovuzrození. A renovace se opravdu vydařila. Hotel v koloniálním stylu spatřil světlo světa v roce 1887 a přesně o sto let později byl prohlášen za národní památku. Navštívilo ho mnoho slavných lidí, jako například Rudyard Kipling či Elizabeth Taylor. Jeho redesign zůstává věrný době, kdy toto místo proslavila pověstná grációznost, pohostinnost, zdvořilost a služby na vysoké úrovni. Injekce v podobě nových technologií se pro změnu stará o to, aby byl pobyt v Městě lvů ještě pohodlnější a příjemnější.

► HOTELOVÉ POKOJE

SANTA MONICA PROPER HOTEL, KALIFORNIE, USA

O americké designérce Kelly Wearstler se dočtete i v tomto vydání našeho magazínu. Její neobyčejný smysl pro textury, detaily a sofistikované kompozice využili majitelé sítě Proper Hotels & Residences, kteří jí světili interiér hotelu v kalifornské Santa Monice. 271 hotelových pokojů se rozkládá v původním objektu z 20. let minulého století i v dobudované přístavbě. Designérka oděla interiéry pokojů v existujícím rekonstruovaném bloku do tmavších tónů a květinových tapet, zatímco apartmány v nové části lahodí oku svými tlumenými neutrálními barvami.



▼ CHATY, KABINY A KEMPY

THE LINDIS, SEVERNÍ OTAGO, NOVÝ ZÉLAND

Minimalistický luxus glampinových resortů zažívá svůj obrovský boom. The Lindis v novozélandském údolí Ahuriri se nachází uprostřed chráněných přírodních parků a nabízí jen pět obytných apartmánů. Působivá dynamická architektura pomáhá objektu snadno splynout s konturami okolní nedotčené krajiny. Přírodní rámec má i interiér mini hotelu, jelikož dominantními materiály jsou kámen a dřevo. Pokoje jsou laděné do neutrální palety barev.



▲ KRAJINNÁ ARCHITEKTURA A OUTDOOR

HOTEL AUREA, NIKARAGUA

Nový ekologický resort se rozprostírá v hustém lesním porostu na Smaragdovém pobřeží Nikaraguy, které patří k nejvyhledávanějším destinacím surfařů ve Střední Americe. Prázdninové útočiště nabízí jedenáct apartmánů, zřízených v jednopodlažních stavbách, které jsou moderní reinterpretací starých koloniálních domů. Autorům projektu – Carlos Avala + Partners a Ruticel Cabrera – se podařilo zástavbu citlivě integrovat do prostředí hustého porostu a současně zde nápaditým způsobem uplatnit přírodní materiály. Hotel efektivně využívá dešťovou vodu a také šetří náklady na vytápění díky přirozenému stínění, které poskytují stromy.



► BAR, KLUB A LOUNGE

LITTLE SISTER LOUNGE, MOXY NYC EAST VILLAGE, USA

Králové newyorské klubové scény, sdružení pod značkou Tao Group, spravují celou síť nočních podniků a barů. Jejich nováček Little Sister Lounge zve hosty na cestu do minulosti. Prostřednictvím designu se ocitnou v East Village 90. let, kdy byly v kurzu tajné podzemní lounge kluby. Námětu se přizpůsobuje i přitažlivý koncept interiéru se sametovými pohovkami, koženým banketovým sezením a ručně zhotovenými vintage lustry, které dotvářejí valené klenby obložené dřevem. A protože na území, kde se dnes podnik nachází, byly ještě v 19. století pastviny, doplňují interiér působivé tapety s venkovskou tematikou.



► LOBBY A SPOLEČENSKÉ PROSTORY

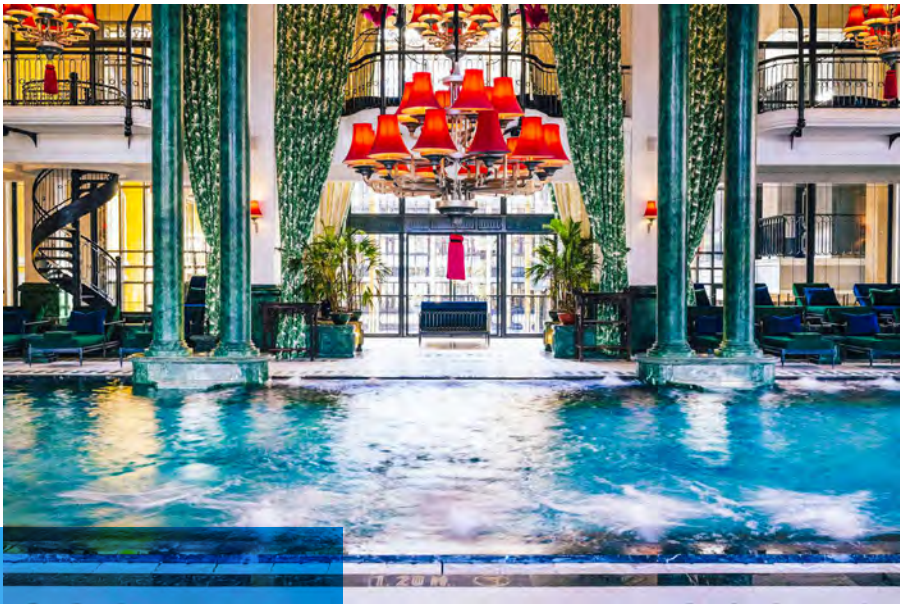
GRAND HYATT XI'AN, ČÍNA

Design hotelu, ve kterém se snoubí velkolepost dneška s půvabem starobylé kultury, symbolizuje cestu a zároveň touhu po nových začátcích. Prostory recepcce působí díky vyvýšenému stropu dramaticky a velkolepě, přispívá k tomu však i několik dalších prvků. Na jedné straně je to motiv křídel, navozující dojem létání, které evokují velkorozměrné tmavé panely ze dřeva, na druhé straně motiv pohybu, který vytvářejí řady křivočarých vertikálních lišt ve světlém odstínu.

► SPA & WELLNESS

HOTEL DE LA COUPOLE, SAPA, VIETNAM

Prostředí jako z pohádky se v sedmém patře otevírá hostům prvotřídního vietnamského hotelu. Wellness komplex Nuages Spa spojuje léčebné znalosti vietnamského etnika Red Dao s krásou glamour stylu a francouzského umění haute couture z 20. a 30. let minulého století. Impozantní je zejména prostor s plaveckým bazénem Le Grand Bassin se smaragdovými mramorovými sloupy, bronzovými sochami, růžovými lustry a velkoryse řešenými okny s výhledem na údolí Sapa.



◀ RESORT

ASBURY OCEAN CLUB, ASBURY PARK, USA

Autoři elegantního přímořského resortu podle poroty vnesly do této kategorie hotelů zcela nový vítr. Je totiž téměř nemožné najít místo, které by bylo tak blízko New Yorku, nabízelo by pobyt u oceánu a současně skvělou architekturu, úžasnou historii a zvláštní genius loci. Na tvorbě konceptu se podílel interiérový designér Anda Adre, BONETT Kozerski Stuios a Handel Architects, kteří shodně tvrdí, že resort je zhmotněním skutečného pohodlí a nevýrávého luxusu.



► HOTELOVÁ NOVOSTAVBA

THE MENHADEN, GREENPORT, USA

Nevelký butikový hotel na okraji Long Islandu reflektuje historii městečka Greenport jako rybářské usedlosti. I z toho důvodu dostal pojmenování po sledovité rybě menhaden, která se v těchto vodách dlouhá léta loví. Interiér hotelu se 16 pokoji je zařízen v moderním, ale příjemně hřejivém minimalistickém stylu, který evokuje skandinávský hygge. Jak se vyjádřila porota soutěže, hotel působí vskutku kouzelně a nadčasově. Design přitom odráží udržitelný a environmentálně uvědomělý přístup majitelů k hotelové turistice. Navíc, jsou tady vystaveny i artefakty, které byly objeveny při hloubení základů, jako historické cihly, láhve nebo podkovy.

► VIZUÁLNÍ IDENTITA

MOSS HOTEL, HOBART, AUSTRÁLIE

Důležitou součástí hotelu, kterou však hosté vnímají spíše podprahově, je jeho branding a vizuální komunikace, počínaje logem, fontem písma, konče vizitkami a brožurami. Studio Ongarato vytvořilo pro butikový hotel Moss v Austrálii vizuální identitu, do které zakódovalo odkazy na tasránské dědictví i moderní prvky, jako jsou výrazné zelené textury. Podle porotců je komunikace hotelu „elegantní, rafinovaná a půvabná“.



◀ NOVÝ KONCEPT ROKU

HANARE, TOKIO, JAPONSKO

Inovativní japonský koncept krátkodobého bydlení se snaží návštěvníky země vycházejícího slunce vtáhnout co nejvíce do života tamní komunity. Namísto jednoho hotelu proto nabízí několik ubytovacích jednotek, které jsou roztroušeny po rezidenční zóně jednoho z městských obvodů Tokia. Kola, prádlo na sušácích, dětské hračky či futon na slunečních balkonech – i to jsou obrazy, které mohou návštěvníci hotelu Hanare běžně zažít.



► SUITE APARTMÁN

GRAND HARBOUR CORNER SUITE, ROSEWOOD HONGKONG, ČÍNA

Panoramatické výhledy na blízký přístav a nekonečné pohodlí luxusu nabízí apartmán s velkorysou rozlohou 123 metrů čtverečních. Porota ocenila, že autoři interiérového řešení pojali prostory spíše rezidenčně než typicky hostitelsky, díky čemuž se zde hosté mohou cítit stejně pohodlně jako doma. Apartmán zařídili množstvím promyšlených milých doplňků, prostorným šatníkem i dechberoucí mramorovou koupelnou se samostatně stojící vanou.





RENSON®

KU KOMFORTU PRISPIEVA AJ TIENENIE

TEXT A FOTO Renson

Ak hosť vstúpi do hotela či reštaurácie, prvé, čo si všimne, je kvalita vzduchu. Ak nie je na požadovanej úrovni, hneď sa do jeho podvedomia zapíše negatívnym dojmom. Predpokladom dobrého vzduchu v interiéri je jeho optimálna výmena a kvalitné vonkajšie tienenie, ktoré zabraňuje prehrievaniu interiéru. Rovnako v exteriéri prispieva tienenie ku komfortu hostí. Navyše, ak externé terasové prístrešky obohatíte o integrované osvetlenie, ohrev či audio, ponúknete hosťom extra zážitky.

AKO SA CHRÁNIŤ PRED PREHRIEVANÍM A OSTRÝM SVETLOM
Prirodzené slnečné svetlo dodáva veľa pozitívnej energie a vytvára príjemný pocit. Ak je však slnečné svetlo príliš ostré a relatívne nízko pri okne, treba urobiť príslušné opatrenia. Tieniace systémy či už látkové vonkajšie clony alebo vhodné slnolamy, umožňujú užívať si slnko a slnečný svit po celý rok a zároveň

chrániť interier nielen pred priamym svitom a prehrievaním, ale aj pred vetrom a dažďom.

Najmä prehrievanie objektov je stále väčším problémom, pretože počet horúcich dní v Európe neustále rastie. Dnešné domy sú veľmi dobre izolované, čo je v chladnom zimnom období žiaduce, ale počas teplého leta je izolácia prekážkou pre únik prehriateho

vzduchu. A to je dôvod, prečo sa čoraz väčší dôraz kladie na chladenie objektov v lete oproti kúreniu počas zimy.

LÁTKOVÉ SLNEČNÉ CLONY
FIXSCREEN A TOPFIX

Prispievajú k vizuálnemu komfortu najmä v období, keď je slnko relatívne nízko a zapríčiňuje nepriemerný osvit, ktorý pôsobí

rušivo napríklad pri sledovaní televízie alebo pri práci s počítačom. Látková vonkajšia clona bráni obťažovaniu svetlom a zároveň chráni interier pred prehriatím, keďže dokáže zastaviť až 90-percent tepelnej energie už pred oknom. Voľbou vhodnej látky (fyzikálne parametre, farebnosť) možno dosiahnuť nielen optimalizáciu podmienok vo vnútorných priestoroch, ale aj získať zaujímavý dizajnový doplnok. Navyše, ak si nezvolíte blackout verziu, nestratíte vizuálny kontakt s okolím.

ROHOVÁ CLONA – PANOVIŠTA 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 dômyselným 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 cel-

kovou plochou clony – 30 m². 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 obidva tieto aspekty – kombináciu vetrania s dobrými akustickými vlastnosťami a textilnú exteriérovú clonu odolnú voči vetru. Konštrukciou a dizajnom dokonalo ladí s ostatnými tieniacimi prvkami, čím umožňuje ich vzájomné kombinovanie na objekte.

PERGOLY Renson – CAMARGUE, ALGARVE, SKYE, LAPURE

Základnou funkciou pergoly 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 vybaviť dažďovými



“PREHRIEVANIE OBJEKTOV JE STÁLE VÄČŠÍM PROBLÉMOM, PRETOŽE POČET HORÚCICH DNÍ V EURÓPE NEUSTÁLE RASTIE.”

alebo veternými senzormi, LED svetlom, ohrievačom a audio systémom. Ovládajú sa pomocou diaľkového ovládača alebo cez inteligentný systém domu.

AERO SKYE: INTEGROVANÁ POSUVNÁ STRECHA S OTOČNÝMI LAMELAMI

Skye je najnovším modelom zastrešenia terás firmy Renson, ktorý ponúka maximálny komfort pri pobyte na terase v každom počasí. Strešné lamely je možné otvárať a zatvárať podľa potreby a želania. Otáčaním lamiel možno regulovať intenzitu slnečných lúčov, ktoré cez strechu prechádzajú, a tak reagovať na polohu slnka v rôznych denných i ročných obdobiach. Pri nepriaznivom počasí možno strešné lamely celkom uzavrieť. Otvorenie lamiel a ich odsunutie do strán umožní napríklad počas noci pozorovať hviezdnu oblohu.

www.renson.sk

www.renson.cz

www.renson.eu

www.renson-outdoor.com



AKO ZARIADIŤ HOTEL IV.: KONFERENČNÉ PRIESTORY

TEXT Alena Reháková FOTO AdobeStock; Kimpton Hotel Van Zandt Austin; Paris Marriott Rive Gauche Hotel; Seminar Hotel Astoria Lucern;
Hotel Mercure Kyjev; Hotel de La Coupole Vietnam, designhotels.com

Aj v tomto vydaní pokračujeme v našej sérii rád, ako zariadiť hotel dizajnovo a funkčne. Tentoraz sa budeme venovať zariadeniu konferenčných priestorov. Na čo treba brať zreteľ a čomu sa, naopak, vyhnúť, nám prezradí Mgr. art. Michal Kysela, ktorý má v tejto oblasti bohaté skúsenosti.

Aká je vhodná poloha konferenčnej miestnosti v rámci hotela, samozrejme, s prihliadnutím na jestvujúcu dispozíciu?

Konferenčné priestory v hoteli sú atraktívnym lákadlom predovšetkým pre korporátnu klientelu. Tento segment hostí však potrebuje naozaj komplexné služby a keď

že kvalita služieb a konkurencia narastá, treba poskytnúť niečo navyše, a tak sa odlišiť. Či už skvelú polohu hotela s dobrou nadväznosťou na dopravnú infraštruktúru alebo jedinečný zážitok spojený s lokálnym genius loci. Samostatnou kapitolou sú veľkokapacitné konferencie, pri kto-

rých sa do popredia dostáva celková maximálna kapacita a schopnosť ponúknuť napr. viac ako 200 hosťom zodpovedajúci catering a ubytovanie. Toto dokáže na Slovensku len niekoľko hotelov. V rámci samotného hotela je optimálne umiestniť konferenčné miestnosti a zázemie na

Aj konferenčné priestory je možné zariadiť dizajnovo a funkčne. Variabilita priestorov vzhľadom na počet účastníkov je veľmi dôležitá.



nástupnom podlaží – spravidla je to prízemie. Dôvodov je hneď niekoľko – od bezpečnostného (protipožiarneho) hľadiska, cez jednoduchosť prístupu hostí či bezproblémové zásobovanie pre catering. Na spodných podlažiach hotela väčšinou ešte nenájdeme hotelové izby, preto je aj jednoduchšie zvukovo oddeliť konferenčnú zónu od zvyšných priestorov – predovšetkým od ubytovania.

Aké zázemie by mala mať konferenčná miestnosť?

Je vhodné, ak je pri konferenčnej miestnosti dostatok priestoru na občerstvenie, prípadne i na prezentáciu spoločností, s ktorými program konferencie súvisí. Okrem čo najprijemnejšieho absolvovania samotnej prednášky v konferenčnej miestnosti je pre úspech a dobré hodnotenie dôležité, ako je o hostí postarané

v čase pred konferenciou, počas prestávok a po konferencii. Sme ľudia, máme svoje fyziologické potreby – preto už pri projektovaní hotela je veľmi dôležité správne navrhnuť počet a polohu sociálnych zariadení. Na to nám slúži prepočet podľa STN EN ISO 18513, kde je definovaný minimálny počet a typ toaliet pre „zhromažďovacie priestory“ (nad 200 osôb). Dlhé rady pred toaletami sú totiž veľmi nepríjemným momentom pre každého návštevníka konferencie. Nikto si nepredstavuje, že väčšiu časť prestávky strávi čakáním na toaletu. Potom ani pripravený catering človek neocení tak, ako by si zaslužil. Zázemie konferenčnej miestnosti by malo byť veľmi dobre vetrateľné. Ak to kapacita hotela a priestorové možnosti dovoľujú, dôležité je oddeliť hotelovú klientelu od účastníkov konferencie, a to z jednoduchého dôvodu – aby si vzájomne nezávideli. :-) Niektorí by mohli túžiť po pripravenom cateringu, druhí by radšej sedeli vo foyer hotela a popíjali miešaný drink či kávičku namiesto účasti na prednáške.

Ako je to s veľkosťou miestnosti verzus počet účastníkov?

Ak sa rozprávame o multifunkčnom priestore, ktorý je podľa STN definovaný ako „zhromažďovací priestor“, čo znamená zhromaždenie viac ako 200 osôb, platí prepočet na také miestnosti nad 200 m² - 1,2 m²/osoba. Pre správny návrh konferenčnej sály treba brať do úvahy projekt protipožiarnej ochrany. Projekt vzduchotechniky zasa

“SAMOSTATNOU KAPITOLOU SÚ VEĽKOKAPACITNÉ KONFERENCIE, PRI KTORÝCH SA DO POPREDIA DOSTÁVA CELKOVÁ MAXIMÁLNA KAPACITA A SCHOPNOSŤ PONÚKNUŤ NAPRÍKLAD VIAC AKO 200 HOSTOM ZODPOVEDAJÚCI CATERING A UBYTOVANIE. TOTO DOKÁŽE NA SLOVENSKU LEN NIEKOĽKO HOTELOV.”

rieši optimálnu výmenu vzduchu v miestnosti a pracuje s počtom osôb/m³ vzduchu.

Pohodlné sedenie na konferencii je veľmi dôležité, ako ho zabezpečiť?

Existujú medzinárodne používané pomenovanie typov sedenia resp. ukladania stolov v konferenčných priestoroch, a to: kino sedenie (bez stolov); školské sedenie (so stolmi); stoly do tvaru U; Ženeva sedenie (stoly do tvaru uzatvoreného obdĺžnika); banketové sedenie (veľké okrúhle stoly); recepcia (stand by stoly). V našich podmienkach sa pri organizovaní konferencií najčastejšie používajú prvé dva typy sedení.

dizajn na mieru – na zladenie s okolitým interiérom.

Dôležitým faktorom je osvetlenie, na čo treba pamätať?

Konferenčné sály v hoteloch sú multifunkčné miestnosti, kde sa konajú rôznorodé aktivity: sústredená práca, prednášky, interaktívne workshopy, oslavy spojené s tanečnou zábavou aj v nočných hodinách, kino premietanie a pod. Osvetlenie tak musí byť šité na mieru všetkým možnostiam, čo znamená dizajnovanie viacerých svetelných scén a výber vhodných svietidiel, a to nielen z hľadiska

diť intenzitu osvetlenia scény. Kľúčovým prvkom pri riešení osvetľovacej sústavy konferenčného priestoru hotela je integrácia inteligentného DALI riadenia, ktoré naprogramovaním jednotlivých scén a nasledujúcim jednoduchým ovládaním umožní vyvolať požadovanú svetelnú atmosféru na rôzne typy eventov.

V niektorých konferenčných miestnostiach sa nachádza aj zvýšené pódium.

Zo svojej praxe si nespomínam na prípad, že by sme navrhovali zvýšené pódium pre rečníkov. Vo veľkých konferenčných sálach (nad 200 ľudí) však táto možnosť pripadá do úvahy, ale spravidla je riešená už v návrhu stavby ako pevná stavebná konštrukcia. V menších konferenčných priestoroch (do 200 ľudí) sa viac používa mobilný rečnícky pult. Existuje aj dôvod prečo je to tak. Vo väčšine slovenských hotelov slúžia konferenčné priestory aj ako svadobné sály. Musia mať teda veľmi variabilne navrhnutý interiér, pretože čo je vhodné na konferenciu nemusí byť prírodné na svadbu a naopak.

Akými interiérovými prvkami je vhodné konferenčnú miestnosť zariadiť?

Pokiaľ ide o stoličky do konferenčnej miestnosti, tie je pomerne jednoduché navrhnuť. Spočíta sa maximálna kapacita konferencie pre „kino sedenie“ plus niekoľko stoličiek navyše ako rezerva. Komplikácia prichádza, keď priestor konferenčnej sály potrebujeme aj na svadbu alebo iný spoločenský event (banket). Tu si hotelier musí vybrať, ktorý typ akcie mu prináša väčší benefit, a podľa toho zvoliť zodpovedajúce sedenie.

Optimálne stoličky pre konferencie sú čalúnené s podrúčkami a s možnosťou písacieho pultíka. Vynikajúce je, keď možno stoličky spájať dokopy a vytvárať rovné rady. Ďalšou výhodou konferenčných stoličiek je ich je stohovateľnosť. Výrazne sa tým šetrí skladový priestor hotela. Ak sa pozrieme na stoličky na svadbu či ples, tie majú iné vlastnosti. Sú zväčša čalúnené (aspoň podsedák), romantického tvaru



a nemajú podrúčky. Výhodou je možnosť oživiť stoličku textilným návlakom. Pokiaľ ide o stoly tiež volíme stohovateľné a skladateľné. Po oživení banketovými či raťovými „sukňami“ sú využiteľné aj na svadby a bankety. Pri týchto typoch eventov sú však často žiadané okrúhle stoly, ktoré treba dokúpiť.

Čo umiestniť na podlahu a steny?

Bola by veľká vzácnosť nájsť konferenčný priestor, ktorý by mal na podlahe inú krytinu ako koberec. Hlavným dôvodom je pozitívny vplyv na priestorovú akustiku miestnosti. Je potom otázkou dizajnovej preferencie či vyberieme záťažový metrážny koberec s neobmedzeným výberom dizajnov už predvolených alebo sa rozhodneme pre „kancelárske“ riešenie v podobe kobercových štvorcov. Aj pri nich už dnes existuje široká škála rôznych vzorov a farebností. Výhodou kobercových štvorcov je väčšia flexibilita pri výmene lokálneho poškodenia. Pri kobercoch a kobercových štvorcoch je zvyčajne udávaný aj parameter útlmu kročajového hluku (impact sound insulation). Ide o útlm zvuku v stavebných konštrukciách, čo je veľmi dôležitý údaj najmä ak sú pod konferenčnou miestnosťou napríklad hotelové izby. Pokiaľ ide o steny, už som spomenul pojem priestorová akustika. Okrem nej existuje ešte stavebná akustika. Stavebná akustika alebo vzduchová nepriezvučnosť sa zaoberá problematikou prestupu hluku medzi susediacimi priestormi, teda v akej miere stavebná



konštrukcia zabráni prestupu hluku dnu alebo von. Priestorová akustika sa zaoberá tým, čo sa deje so zvukom alebo hlukom v konkrétnom priestore po jeho vzniku,

teda aké je jeho šírenie, doznievanie a ako ho sluchom vnímame. Pri správnom navrhovaní konferenčných priestorov riešime priestorovú i stavebnú akustiku. Vaša

“JE VHODNÉ, AK JE PRI KONFERENČNEJ MIESTNOSTI DOSTATOK PRIESTORU NA OBČERSTVENIE, PRÍPADNE I NA PREZENTÁCIU SPOLOČNOSTÍ, S KTORÝMI PROGRAM KONFERENCIE SÚVISÍ.”



MICHAL KYSELA

Cíti sa dobre všade tam, kde sa hovorí jazykom kvalitnej architektúry a dizajnu. Ako Stredoslovákovi mu nerobilo problém porozumieť ani „vyhodňarom“ od Domaše, kde ešte ako veľmi mladý dostal dôveru pri navrhovaní interiérov oceňovaného hotela Zelená Lagúna****. Odvtedy so svojím tímom stále študuje najnovšie trendy v hotelovom dizajne a získané skúsenosti sa usiluje aplikovať pri návrhu a realizácii hotelových interiérov. www.inroom.sk

Ako riešiť variabilitu miestnosti?

Pri novo navrhovaných hoteloch je najčastejšie využívaným spôsobom variabilné delenie konferenčného priestoru posuvnými stenami. V rámci týchto stien bývajú integrované aj dvere – čiže je možné užívanie predelených priestorov bez obmedzenia. Naopak, po skončení eventu sa panely posuvných stien „zaparkujú“ na určené miesto, kde nikomu neprekážajú. Výhodou týchto deliacich konštrukcií je aj normou vyžadovaná nepriezvučnosť či

ka intenzity a farby svetla, ale aj z hľadiska ich dizajnu. Pri sústredenej práci potrebujeme svietidlá, ktoré nám zabezpečia rovnomerné osvetlenie na 500 lx, na lepšie rozlišovanie farieb sa zasa odporúča vybrať farbu svetla s indexom CRI90+. Pri workshopoch a prednáškach treba svetlo sústrediť na prednášajúceho. Pri oslavách zasa používame svietidlá, ktoré nám spríjemnia atmosféru. Treba sa vyhnúť intenzívnemu svetlu, ktoré by nám svietilo do očí. Pomocou stmievania možno la-

Pri zariaďovaní miestností na školenia, semináre, konferencie či kongresy je nutné pamätať na dostatok obslužného priestoru, vrátane sociálnych zariadení.



otázka však asi smerovala k riešeniu konferenčnej miestnosti z hľadiska priestorovej akustiky, a teda riešení, ktoré pomáhajú optimalizovať čas dozvuku. Pokiaľ je totiž čas dozvuku príliš dlhý, je zvuk nejasný a hovorené slovo nezrozumiteľné. Čas dozvuku je v každom priestore merateľný. Po zmeraní sa navrhne akustické riešenie, čo v kontexte zariaďovania konferenčnej sály najčastejšie znamená rôzne formy akustických stenových panelov či stropných dosiek. Tieto môžu spoluplytvárať jedinečný dizajn priestoru, v prípade, že sa zvolia tvarovo výrazné „priznané“ prvky. Alebo, naopak, môžu byť takmer neviditeľné – decentne umiestnené na strope a stenách.

Optimálne akustické riešenie pri navrhovaní hotelových prevádzok možno konzultovať so špecialistom – inžinierom akustiky. Ako som sa už spomenul, v stavebno-technickom riešení treba navrhnuť kompenzačné opatrenia na zamedzenie



šírenia hluku stavebnými konštrukciami. Vzápätí treba v konferenčnom priestore pomocou dostupných prostriedkov (povrchové materiály, tvar miestnosti a jej zariadenie) dosiahnuť vyhovujúce riešenie priestorovej akustiky. Nakoniec sa pristúpi k správne ozvučeniu konferenčnej miestnosti dostupnou audio technikou.

Vydýchaný vzduch v miestnosti znižuje pozornosť účastníkov a prispieva k značnému diskomfortu.

Osobne verím, že dnes sú už všetky moderné konferenčné miestnosti vybavené výkonnou vzduchotechnikou s plne automatickým riadením. Odporúčaná hodnota výmeny vzduchu na jednu osobu je 25m³/hod. Dosiahnutie tejto hodnoty si viem len ťažko predstaviť manuálnym vetraním miestnosti. Kvalita vzduchu má veľký vplyv na schopnosť sústrediť sa, preto čerstvý vzduch v miestnosti je rovnako dôležitý ako dobrá akustika, vhodné farebné riešenie či správne osvetlenie. Čo sa

týka úspory prevádzkových nákladov hotela je vhodné aj použitie rekuperácie.

Aké farby zvoliť, aké materiály a štruktúry?

Z hľadiska použitých interiérových prvkov sme už hovorili o akustických stenových či stropných riešeniach, koberci na podlahe a čalúnených konferenčných stoličkách. Pri oknách a interiérových dverách by sme mali dbať o čo najväčší zvukový útlm. Správnym výberom okna možno dosiahnuť útlm až 45 dB – čo je bežná hodnota hluku, ktorý prichádza z mestskej ulice. Ďalšie zvýšenie akustického komfortu i stavebného odhlučnenia môžu ponúknuť aj textilné závesy či inštalovanie tieniacich systémov.

A čo sa farebnosti týka, pre konferenčný priestor odporúčam svetlé jasné a chladné farby – napr. bielu, svetlo šedú, svetlo modrú, svetlo zelenú a pod. Taká farebnosť v kombinácii so správnym osvetlením a s čerstvým vzduchom umožňujú lepšie sústredenie.





Podlahová plocha: 6 340 m²
Koncept a dizajn interiéru: EL EQUIPO
 CREATIVO (Oliver Franz Schmidt + Natali Canas
 del Pozo + Lucas Echeveste Lacy)
Spolupráca: Ave Bradley + Henry Reeve
Architektonický a stavebný dohľad:
 GCA Architects
Svetelný dizajn: Artec 3
Rok dokončenia: 2020

MLADÁ DUŠA V STAROM TELE



TEXT Sláva Štefancová FOTO Adrià Goula

V srdci barcelonského kultúrneho aj historického centra, neďaleko známeho bulváru Las Ramblas, nájdeme uprostred rodinných domov novootvorený butikový hotel, ktorý dokonale vystihuje atmosféru mesta a prináša odkazy na miestne tradície v kombinácii so súčasným spontánnym prístupom k dizajnu.

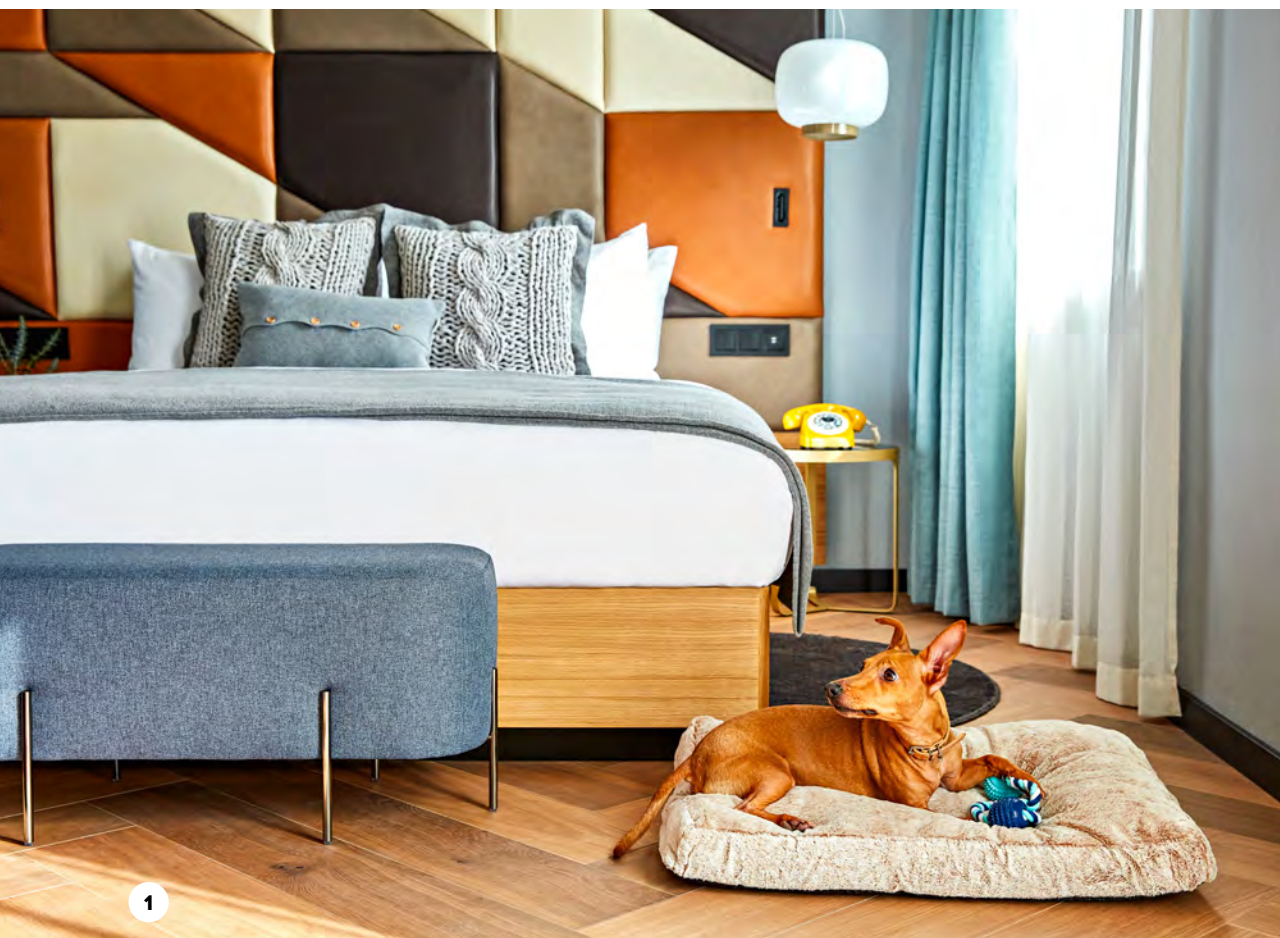


- 1/ Kaviareň Cafe Got prepojená s priestorom vstupnej haly pripomína pohodlný obývací priestor.
- 2/ Kaskáda svetidiel so sklenenými žiarovkami nad vstupom vnáša do priestoru zaujímavý efekt.
- 3/ Na stenách kaviarne nájdeme na mieru navrhnuté zelené obklady s geometrickým vzorom, inšpirovaným miestnymi remeslami.
- 4/ Miesta na sedenie sú zámerne viditeľné z ulice cez presklenú fasádu a majú hostí vyzývať, aby vstúpili do priestorov hotela.
- 5/ Flexibilné pracovné priestory sú špecialitou hotela – fungujú ako spojenie dnes tak moderného coworkingu a služieb luxusného butikového hotela.

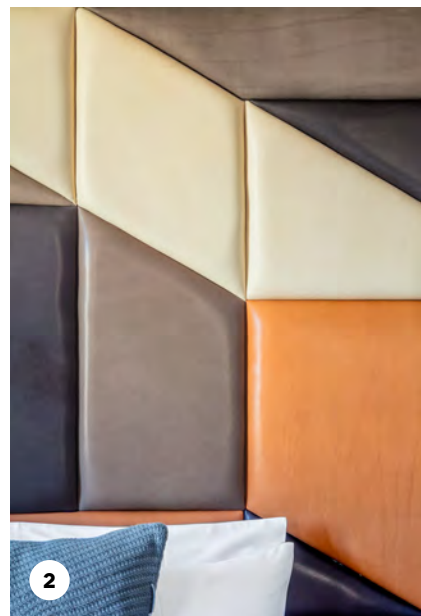


“BARCELONA JE VSKUTKU FAREBNÉ MESTO. AK BY SI DIZAJNÉRI MALI VYBRAŤ LEN DVE PREŇ TYPICKÉ FARBY, BOLI BY TO TEPLÉ TERAKOTOVÉ TÓNY MIESTNEJ ARCHITEKTÚRY A SVIEŽE MODRASTÉ TÓNY STREDOZEMNÉHO MORA.”





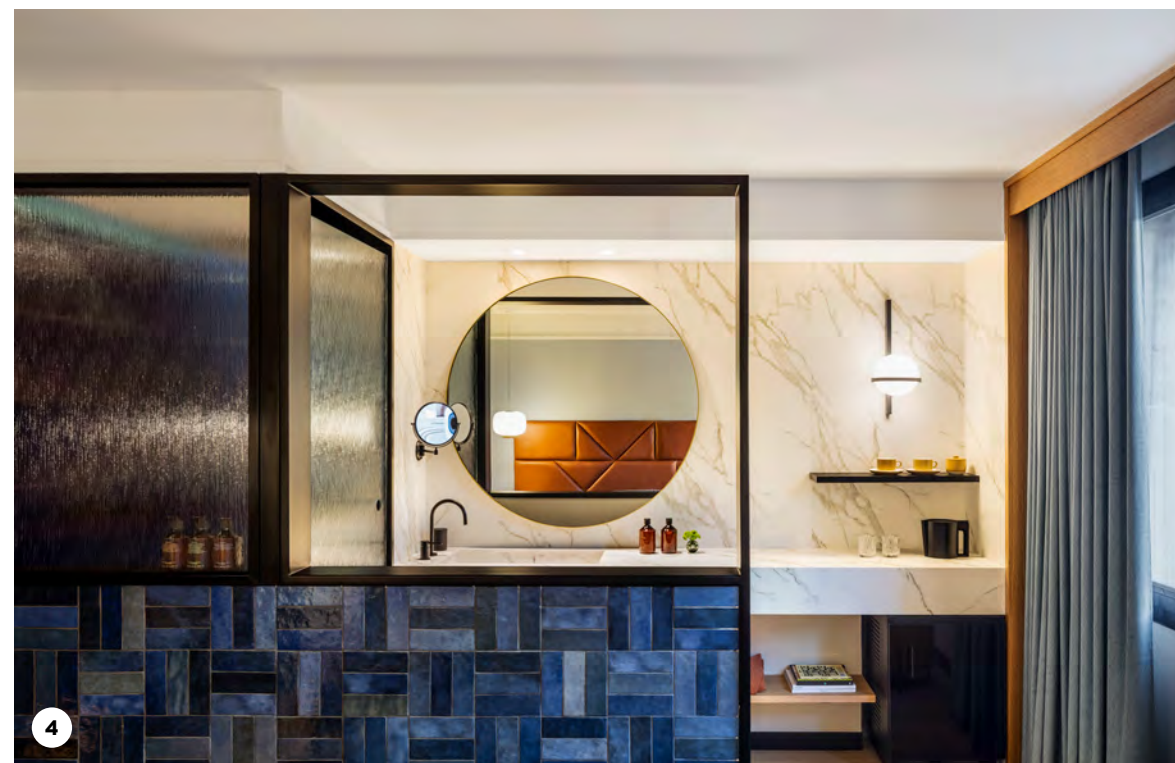
1



2



3



4

Nový hotel Kimpton Vividora, ktorý sa nachádza v Starom meste Barcelony, ponúka originálny zážitok s prívlastkom španielsky. Jeho dizajn odráža barcelonský životný štýl s elegantnou, veselou a sviežou atmosférou, rovnakou ako samotné mesto. Španielska luxusná značka IHG Kimpton Hotels združuje jedinečné butikové hotely bez uniformného dizajnu, zamerané na miestne zážitky a veľmi osobitý štýl. A v tomto prípade aj architektúru Barcelony. Stratégia dizajnérov zo štúdia El Equipo Creativo spočívala v nadviazaní dialógu medzi hotelom a mestom, konkrétne v úzkom prepojení s okolím, v ktorom sa budova nachádza. Ciutat Vella, v preklade Staré mesto, je skutočne najstaršou časťou mesta, známa pomalým životným tempom. Umelecká štvrť so starým telom a mladou dušou je plná peších ulíc, múzeí, pouličného umenia, malých obchodíkov, tradičných barov a kaviarní, improvizovaných skate parkov... Okolie a interiér hotela má pozývať miestnych aj turistov, aby sa stretávali, komunikovali a tešili. Preto pôsobí nenútené elegantne a zároveň originálne. To všetko so sebou prináša ručne vyrobené prvky, miestne značky a umenie, farebnú

vzorovanú keramiku spolu s opätovne interpretovanými odkazmi na minulosť v kombinácii so súčasným spontánnym prístupom k dizajnu, ktorý dáva hotelu Vividora jedinečnosť.

SPOJNICA MEDZI HOTELOM A OKOLÍM

Jednou z výziev pre autorov interiérového návrhu bolo využiť priestor v úrovni ulice. Na prízemí umiestnená kaviareň Cafe Got funguje ako spojnica medzi mestom a hotelom – aktívny priestor s dlhou fasádou otočenou smerom do ulice, ktorý pozýva turistov a miestnych, aby vstúpili. Vstupná hala do hotela sa nachádza na medziposchodí. Priestor s dvojnásobnou svetlou výškou ju spája s kaviarňou. Zaujímavý efekt vnáša do priestoru kaskáda svetidiel so žiarovkami nad vstupom. Tri recepcné pulty z kameňa odkazujú na kamenné fontány v gotických patiach. Priestor vo vestibule je doplnený o salónik a stoly pre coworking. Tieto flexibilné pracovné priestory sú špeciálnou hotelu – fungujú ako spojenie moderného coworkingu a služieb luxusného butikového hotela. Pracovné priestory v hoteli si môžete prenajať už od 9 eur na deň alebo za 79 eur mesačne. V cene „členstva“ je okrem pripojenia na WIFI, miesta na prácu a stretnutia s klientmi, aj prístup do reštaurácie,

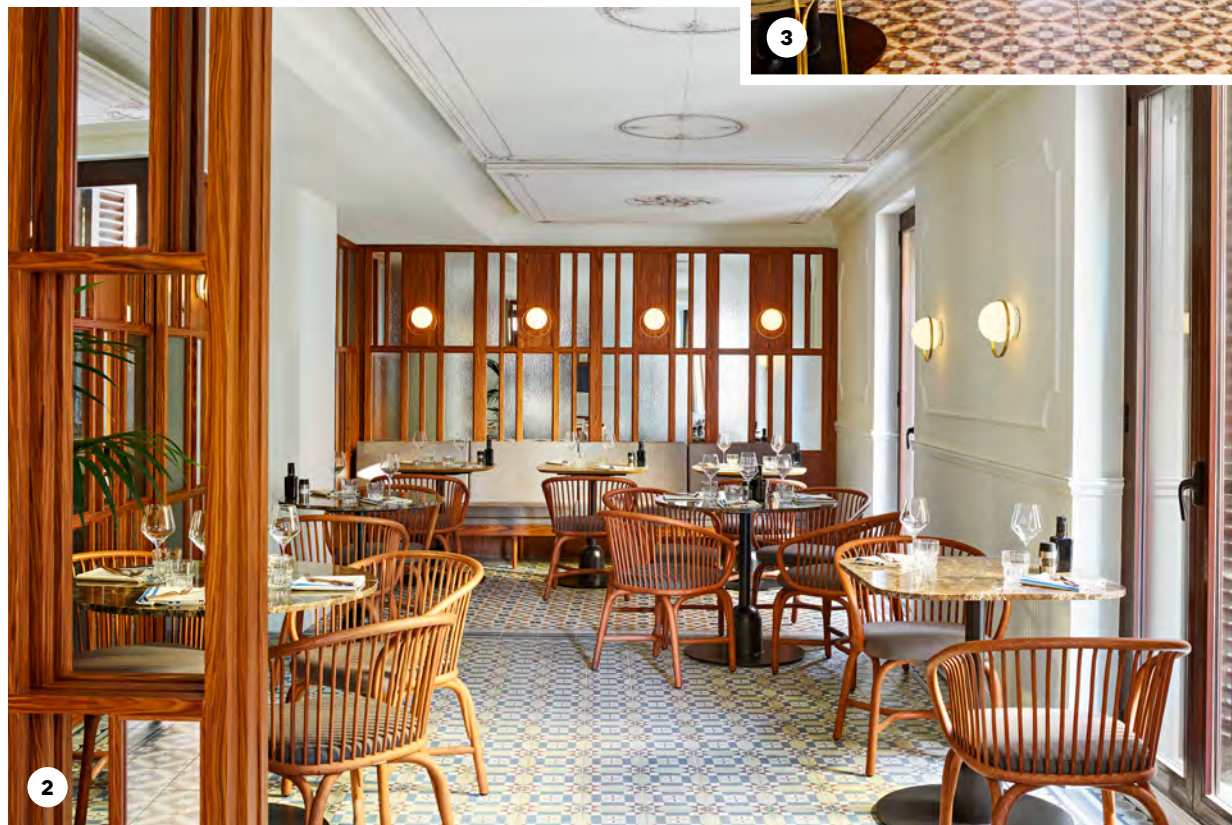
- 1/ V hotelových izbách chceli dizajnéri vystihnúť uvoľnenú a elegantnú atmosféru mesta. Dosiahli to prostredníctvom zvolenej farebnosti a materiálov.
- 2/ Teplé terakotové tóny miestnej architektúry sa odrazili prostredníctvom colorblokingu v kožených čelách postelí.
- 3/ Hotel má spolu 156 nádhorne zariadených izieb a apartmánov.
- 4/ Kúpeľňa vďaka vizuálnemu spojeniu so zvyškom miestnosti opticky zväčšuje priestor a absencia priečok zabezpečuje čo najviac prirodzeného svetla.



1



3



2

kaviarne, knižnice a strešnej terasy Terazza de Vivi; neobmedzená konzumácia filtrovanej kávy Nomad Coffee a filtrovanej vody; zľava na konzumáciu jedál a nápojov; vstup do bazéna a telocvične pre mesačné členstvo či rôzne iné špeciálne akcie.

PESTROŠŤ MESTA PREMIETNUTÁ DO FARIEB Barcelona, najmä jej Staré mesto je gotickou štvrťou plnou kontrastov, ktoré existujú v harmónii. V miestnostiach chceli dizajnéri vystihnúť jeho uvoľnenú a nenútenú elegantnú atmosféru. Dosiahli to prostredníctvom zvolenej farebnosti a materiálov. Paleta teplých, zemitých tónov s nádychom stredomorskej modrej symbolizujú pobrežné prostredie mesta, zatiaľ čo nábytok a kúpeľňové prvky na mieru vnášajú prvok mesta a urbánnosti. Barcelona je vskutku farebné mesto. Ak by si dizajnéri mali vybrať len dve preň typické farby, boli by to teplé terakotové tóny miestnej architektúry a svieže modrasté tóny Stredozemného mora. V izbách hotela Vividora ich pretavili prostredníctvom colorblokingu do teplých kožených čiel postelí a chladných modrých odtieňov obkladov, ktoré oddeľujú kúpeľňu od zvyšku izby. Kúpeľňa vďaka vizuálnemu spojeniu so zvyškom miestnosti opticky zväčšuje priestor a absencia priečok zabezpečuje čo najviac prirodzeného svetla. Hra kontrastov pokračuje aj na podlahách, ktoré svojimi drevenými povrchmi sú opakom chladnejších kamenných plôch kúpeľní a čiernych kovových konštrukcií. V apartmánoch sa podarilo vytvoriť štýlový obývací priestor so súkromným wellnessom – vaňou otočenou k balkónu a s výhľadom na mesto z najvyššieho poschodia budovy. Hotel má spolu 156 nádhorne zariadených izieb a apartmánov.

S ODKAZOM NA TRADÍCIE

Kaviareň Café Got prepojená s priestorom vstupnej haly pripomína pohodlný obývací priestor. Je to akási spojnica medzi mestom a hotelom. Dizajnéri rýchlo pochopili, že musí fungovať aj v rámci susedstva tejto oblasti. Hotel sa totiž nachádza uprostred malých rodinných domov a rôznych komunit kreatívcov. Hlavnou inšpiráciou bola pouličná atmosféra a malé úzke uličky, ktoré vás nečakane dovedú k námestiam, terasám či predvchodom obytných budov. Hlavnými ingredienciami sa stali kameň, zeleň a voda, odkazujúce na prírodné komponenty Starého mesta a jeho zelené oázy. Na stenách a priečkach nájdeme na mieru na-

vrhnuté zelené obklady s geometrickým vzorom inšpirovaným miestnymi remeslami. Tradičné vzory sa opakujú aj na iných povrchoch, akými sú stropy a paravány v zlatej farbe. Hlavným hrdinom je tu však elegantný bar z bledého kameňa, ktorý kontrastuje s travertínovými podlahami. Teplo a útulnosť dodávajú koberce v terakotovej farbe a červenkasté odtiene drevených povrchov. Miesta na sedenie v bare sú zámerne viditeľné z ulice cez presklenú fasádu a majú hostí vyzývať, aby vstúpili do kaviarne a relaxovali. O neformálnu atmosféru sa postarali starostlivo vybrané kusy nábytky, s dôrazom na lokálne značky a dizajnérov.

DO REŠTAURÁCIE

AKO NA VEČERU K PRIATEĽOM

V reštaurácii Fauna zákazníkov víta vzorovaná podlaha, odkaz na jeden z najcharakteristickejších prvkov tradičného barcelonského domu – farebné vzory dláždených podláh, ktoré bývajú v každej miestnosti interiéru iné. Vo vstupnej hale s raňajkovým bufetom sú dominantným prvkom ručne maľované keramické dlaždice v modrých tónoch, zobrazujúce výjavy Starého mesta Barcelony. Ručne maľované stropy zase vnášajú nádych starej remeselnej práce. Aj výber textúr, nielen vzorov, odkazuje na tradičný rodinný dom tejto oblasti. Zaujímavosťou je, že reštaurácia sa nachádza v priestoroch druhého nadzemného podlažia (poschodia sa tu tradične využívajú len na privátne aktivity). Môže za to práve vstup do budovy v úrovni terénu. Z výzvy sa postupne stala príležitosť zariadiť reštauráciu tak, ako by ste šli na večeru k priateľom. To sa aj stalo leitmotívom projektu. Otvorená kuchyňa (front cooking) v zadnej časti vďaka použitému drevu navodzuje atmosféru príjemnej tradičnej kuchyne. Jednou z typických črt domov v Barcelone sú ich galérie – útulné priestory plné rastlín, nachádzajúce sa na pomedzí interiéru a exteriéru. El Equipo Creativo nezabudli zapojiť tento prvok a prostredníctvom sklenených deliacich prvkov vytvorili niekoľko súkromných častí pozdĺž fasády, ktoré možno využiť na rôzne eventy či stretnutia. Prvky miestnej kultúry prenikli do každého metra štvorcového, od autentických chutí katalánskej kuchyne až po neuveriteľný výhľad na centrum mesta zo strešného bazéna a terasy. Výsledkom je lákavá atmosféra v centra mesta, odkazujúca na luxusnú súkromnú rezidenciu.



4

- 1/ Vo vstupnej hale s raňajkovým bufetom sú dominantným prvkom ručne maľované keramické dlaždice v modrých tónoch, zobrazujúce výjavy Starého mesta Barcelony.
- 2/ Zaujímavosťou je, že reštaurácia sa nachádza v priestoroch druhého nadzemného podlažia (poschodia sa tu tradične využívajú len na privátne aktivity).
- 3/ V reštaurácii Fauna zákazníkov víta vzorovaná podlaha, odkaz na jeden z najcharakteristickejších prvkov tradičného barcelonského domu.
- 4/ Jednou z výziev pre autorov interiérového návrhu bolo využiť priestor v úrovni ulice. Na prízemí umiestnená kaviareň Café Got funguje ako spojnica medzi mestom a hotelom.

VE ZKRATCE O KELLY WEARSTLER

Kelly Wearstler zařadil uznávaný magazín Architectural Digest' s mezi Top 100 architektů a designérů, francouzský AD zase do seznamu Top světových interiérových designérů a stejně prestižní magazín Wallpaper mezi Top 20 designérů. V časopise TIME Kelly zazářila v elitní „Design 100“ skupině globálních kreativních tvůrců. Její sloupky o designu si mohli přečíst čtenáři periodik InStyle, The Huffington Post, The Coveteur či Domaine. Kromě toho zařizovala domy Cameron Diaz, Cher či Eltona Johna. Vydala pět knih o designu a byla první designérkou, která vede online hodiny v rámci nového programu Master Class.

kellywearstler.com

Kelly Wearstler: PŘÍBĚH JE NEODMYSLITELNOU SOUČÁSTÍ DESIGNU

TEXT Anna Salvová FOTO kellywearstler.com a archiv hotelů

Díky originálnímu stylu oblékání a více než milionu followerů na Instagramu by se klidně mohla živit jako módní influencerka. Osobité outfity jsou však pouze příjemným „vedlejším produktem“ této výjimečné tvůrčí osobnosti milující design, historii a nové výzvy. Svůj život zasvětila profesi, která – jak říká – je službou, ale zároveň dobrodružstvím objevování, vyprávěním příběhů a neustálou evolucí. Navrhuje nejen interiéry slavných osobností, ale i hotely, restaurace, prodejny či další komerční prostory. Kelly Wearstler je živou ikonou současného interiérového designu, kterou byste rozhodně měli znát.

Přední americké architektonické a designové magazíny na její práci nedají dopustit. Její interiéry jsou jako mnohočetné fazety, experimentální i lehce provokativní, organické a grafické, servírující silné zážitky pro smysly, které uživatelům umožňují objevovat materiály, barvy, formy i nečekaná spojení mezi současným a minulým. „Myslím si, že v designu neexistuje prostor pro upjatost. Zcela inspirativní je naopak evoluce. Riskujte, jinak vás nebude slyšet. Troufejte si jít za hranice svých možností, neustále je překračujte. Vždyť o tom je přece sám život,“ prozrazuje své motto designérka.

Populární blogerka Garance Doré se vyslovila, že „interiéry Kelly Wearstler jsou jako sen, odvážné, barevné, smyslné a okouzlující. Přesně jako ona sama.“ Samotná designérka nachází inspirace zejména v modernismu a éře hollywoodského glamouru, zastoupeného díly Dorothy Draper, Williama Haines či italského architekta Alda Rossiho. Odborníkům její realizace často evokují díla maximalismu, pro které byly typické výrazné barvy, kontrasty, metalické a skleněné akcenty.

Kelly Wearstler vnáší do současného střídání interiérového designu někdejší květnatost a bohatou dekorativnost. Nonšalantně přitom protkává historické prvky s moderními, rokokově laděné zrcadlo zavěšené na stě-

ně v tyrkysovém odstínu třeba bez okolků zkombinuje s měkkým plyšovým kobercem. Vintage patina dává podle jejích vlastních slov interiéru duši. Nicméně, i přesto, že její realizace mají vizuálně silnou atmosféru, nikdy v nich nevládne chaos. Kelly totiž nepořádek považuje za největší faux pas interiérového dekoru.

ŘÍKEJTE MI QUESTIONELLA...

Narodila se a vyrůstala v Myrtle Beach v Jižní Karolině. Jelikož její matka byla náruživou sběratelkou starožitností, nábytku a uměleckých artefaktů, kvůli čemuž pravidelně navštěvovala různé aukce, vintage obchody či bleší trhy, Kelly se, jak sama říká, odmala „vzdělávala očima“. A vždy byla pěkně zvědavá, brala předměty do rukou, prohlížela si je, zkoumala a hodně se ptala. „Zůstalo mi to dosud, vždycky mám nekonečnou spoustu otázek. I proto mě přezdívají Questionella,“ směje se designérka v rozhovoru s blogerkou Garance Doré.

Studovala architekturu a design na škole Massachusetts College of Art and Design v Bostonu, později odešla do New Yorku. Nakonec se však přestěhovala do Kalifornie, a nejen kvůli klimatu, které jí připomínalo milované město Myrtle Beach. Krajina slunce ji oslovila svým svobodným duchem, neformálností, ležérností, ale také pozoruhodnou architekturou, designem a umě-

ním. V Los Angeles sice neznala mnoho lidí, ale známý z Bostonu jí dohodl zakázku pro mladý pár, který potřeboval zařídit jídelnu. Klientům se návrh od Kelly zalíbil natolik, že jí světili i obývací a postupně celý dům. Byl to důležitý zlom v její kariéře, protože reference se začala rychle šířit, díky čemuž designérku oslovovali další zájemci.

„Když jsem začínala, v Kalifornii byl v módě styl shabby chic. I klienti se na mě obraceli s představou, že chtějí mít interiér zařízen v tomto duchu. Pokud mám být upřímná, nikdy mi to nevonělo. Zůstávala jsem raději věrná svému stylu. A jistým způsobem jsem tak vzdělávala i samotné klienty,“ vzpomíná Kelly na své začátky v rozhovoru pro vzdělávací program Master Class Live.

KRÁLOVNA RETRO DRAMATU

Svou vlastní společnost s názvem Kelly Wearstler Interior Design (Kwid) založila v roce 1995. Dnes ji tvoří asi padesátčlenný tým. První zakázka, která designérku výrazněji zviditelnila a zároveň jí přinesla životního partnera, byl interiér domu realitního developera, Brada Korzena. Vzali se o něco později, v roce 2002, a dnes mají spolu dva syny. Kelly dosud pracuje jako dvorní designérka společnosti Kor Realty Group, kterou vlastní její manžel. A právě tato firma ji pověřila redesignem hotelu Avalon v Beverly Hills, proslulého zejména

ve 40. letech minulého století. Pro nadanou autorku to byla vstupenka do velkého světa špičkového interiérového designu hotelových zařízení. Její tvorby si brzy začala všimnout odborná veřejnost. Když pod jejím vedením vznikla skupina butikových hotelů Viceroy Hotels and Resorts, noviny New York Times nešetřily superlativy a její styl označily jako „retro-dramatický“.

Následovaly další prestižní zakázky, jako restaurace s recepcí v rámci manhattanské prodejny Bergdorf Goodman, pro kterou od roku 2008 vytváří autorskou kolekci bytových doplňků. K nejvýznamnějším projektům, které vznikly pod hlavičkou Kelly Wearstler, se řadí Proper Hotel ve městě Santa Monica, Austinu a San Franciscu, hotel Four Seasons v Anguille či hotely pro síť Viceroy Hotels and Residences. Firma Kwid kromě toho participuje při tvorbě nábytku a bytových doplňků, navrhla třeba povlečení pro značku Sferra, koberce pro společnost Rug Company, porcelán pro Pickard China či nástěnné tapety pro značku F. Schumacher & Co.

DESIGN DOSTUPNÝ PRO KAŽDÉHO „Mít bystré oko je jedna věc, s vjemy však musíte umět pracovat,“ vypráví záníceně Kelly. „Ať už jde o výpověď o životním stylu konkrétní osoby nebo o duchu daného místa, neodmyslitelnou součástí designu je vždy příběh. Pokud například jdete do restaurace, která vaří středomořskou kuchyni, musí z ní vyzařovat mediteránní atmosféra.“

Podle názoru designérky by se i pobyt v hotelu nebo restauraci měl proměnit na „příběh“ objevování. Dobrý design zprostředkovává své podněty postupně, nejdříve to může být třeba výrazný solitér, při bližším pohledu látka a nakonec textura. „Oko pozorovatele nesmí zůstat zaseknuté na jednom místě, ale mělo by doslova cestovat po místnosti.“

Designérka je také přesvědčena o tom, že design by měl být dostupný pro každého. „Dobrý design ovlivňuje náš každodenní život, rozhoduje o tom, kam chceme jít a kde chceme trávit čas. Proč lidé touží chodit do známých podniků a restaurací? Protože díky designu se mohou cítit výjimečně a sebevědomě, cítit se „milovaní“.

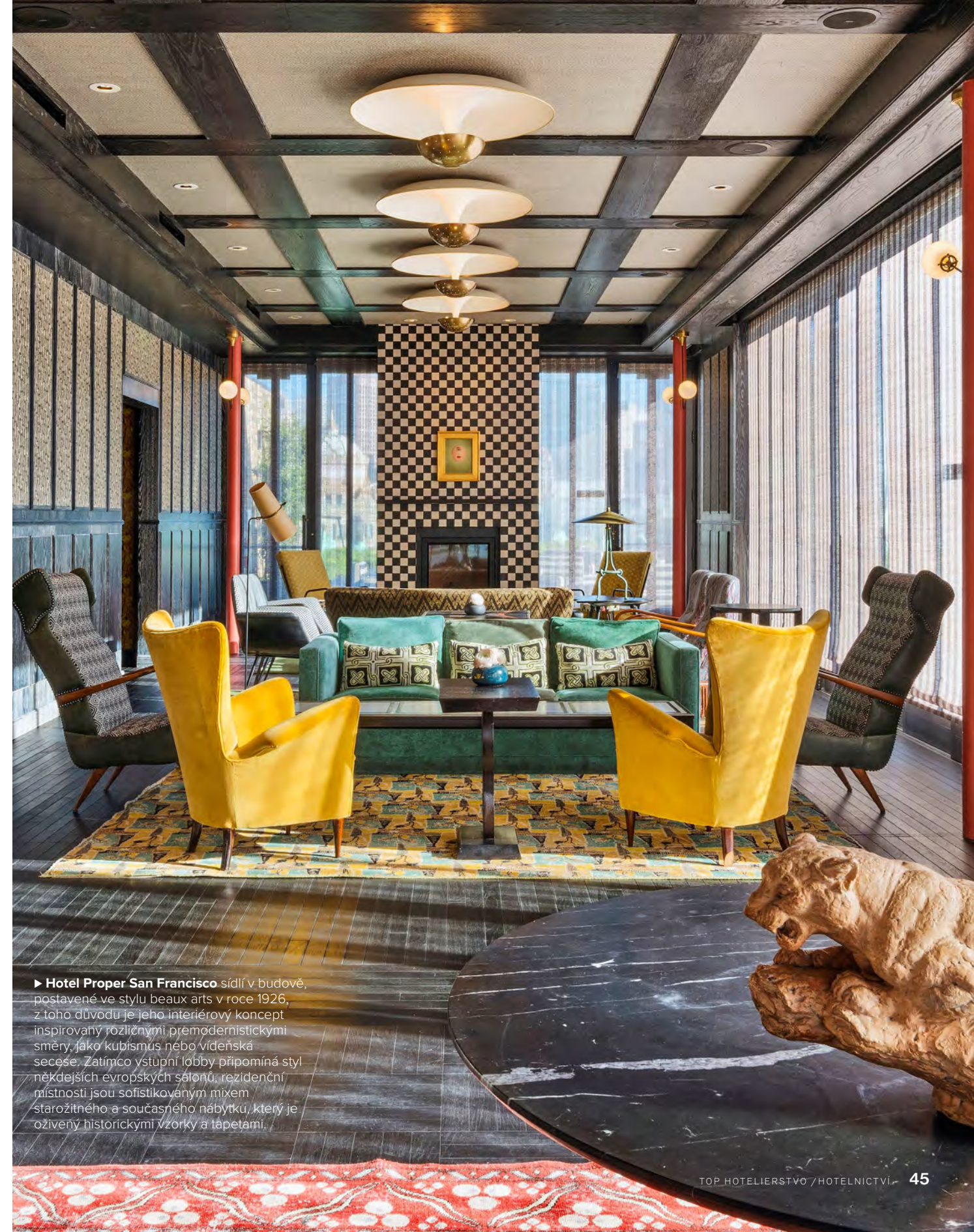
Atmosféra vycházející z kvalitního designu vás totiž zabalí jako kokon, ve kterém se cítíte příjemně a pohodlně,“ vysvětluje.

Přestože interiérové koncepty Kelly Wearstler jsou bohaté a smyslné, nechybí jim funkčnost. „Nestačí, že máte v restauraci skvělá křesla. Jako hosty vás bude zajímat, kam si můžete položit drink, kam vám naservírují jídlo. Důležitou roli zde tedy hrají takové detaily, jako je výška stolu a samotného sezení, ale také, kam umístíte světlo. Jak bude osvětlení vzájemně fungovat s uměleckými díly na stěnách? Jsou to nuance, které v konečném důsledku vytváří správnou energii – a ta rozhodne, zda se v interiéru budete cítit dobře.“



▲ **Restaurace Bergdorf Goodman v New Yorku** vyvolala svým designem ohlas hned po jejím znovuootevření. Kelly Wearstler zde opět vsadila na inspiraci salonů ve stylu beaux arts. Prosvětlený prostor s výhledem na Central Park eklekticky propojuje prvky od 30. let až po 70. léta minulého století, včetně Bergéře křesel ve stylu Ludvíka XV. s imponantními vysokými opěrkami.

◀ **Hotel Viceroy** v kalifornském městě Santa Monica dokončila designérka v roce 2002 a patří mezi její první úspěšné počiny, které se zařadily mezi ikonická díla amerického interiérového designu. Hotel je zařízen ve stylu, který samotná autorka označuje jako „moderní kolonialismus“. Kelly v něm hostům nabízí celou škálu originálních poutavých detailů, jako zrcadlová stěna recepcce, šachovnicové podlahy nebo sněhově bílé ušáky u outdoorového bazénu.



► **Hotel Proper San Francisco** sídlí v budově, postavené ve stylu beaux arts v roce 1926, z toho důvodu je jeho interiérový koncept inspirovaný rozličnými přemodernistickými směry, jako kubismus nebo vídeňská secese. Zatímco vstupní lobby připomíná styl někdejších evropských salonů, rezidenční místnosti jsou sofistikovaným mixem starožitného a současného nábytku, který je oživený historickými vzorky a tapetami.



◀ **Restaurace Villon**, která je součástí hotelu Proper San Francisco, je pojmenována podle Jacquese Villona, francouzského kubistického umělce. Ten preferoval jednoduché, ale zároveň sofistikované obrazy a z podobné esence vychází i koncept restaurace Villon. Interiér působí příjemně intimně, současně však i luxusně díky bohatému zastoupení nejjemnějších detailů. Působivý černo-modrý barevný rámec podtrhuje dřevo.



▼ **Restaurace Viviane** je místem, kde můžete zažít eklektickou kalifornskou atmosféru. Mísí se zde retro nádech poloviny minulého století s energií současného designu. Kvůli dokonalému zážitku autorka použila sbírku skutečného vintage nábytku v zářivé paletě barev.



▲ **Hotel Avalon v Beverly Hills**, který postavili již v roce 1948 ve tvaru bumerangu, je po renovaci lákavou fúzí dramatického stylu a glamour nostalgie poloviny minulého století. Naznačují to již společenské prostory hotelu, jako recepce a restaurace, které zdobí unikátní pozlacené sloupky s hravými grafickými motivy.

► **Santa Monica Proper Hotel** si návštěvníky získá již po vstupu na recepci, kde se výrazně projevila slabost designérky pro originální, skulpturálně tvarovaná křesla. Kelly je objevila během cest po různých koutech světa. Jak říká, jsou sice rozdílná, ale v prostoru fungují ve vzájemné synergii, protože vyprávějí jeden příběh.



AJ HOTELOVOU KÚPEĽŇOU SA MÔŽETE ODLÍŠIŤ OD KONKURENCIE

PRIPRAVILA Alena Reháková

Príťažlivá hotelová kúpeľňa je vizitkou každého hotela. Svojím zariadením a vybavením môže byť dôvodom, prečo sa hosť rozhodne ubytovať opäť u vás a nie u konkurencie. Čo by v nej nemalo chýbať?

Reprezentatívna štúdia, ktorú realizovala spoločnosť Kaldewei prostredníctvom inštitútu Forsa ukázala, že až 95 percent opýtaných by si hotel s nehygienickou kúpeľňou nikdy neobjednali, pre 56 percent je vybavenie kúpeľne dôležitým kritériom pri výbere hotela, 21 percent uviedlo, že pre nedostatky v kúpeľni už aspoň raz napísali negatívnu recenziu. A dokonca viac než tretina opýtaných sa na základe negatívneho hodnotenia kúpeľne na internete rozhodla pre iný hotel. Každý druhý účastník ankety by uprednostnil ubytovanie, ktoré, pokiaľ ide o zariadenie kúpeľne, dáva

prednosť prírodným, recyklovateľným materiálom pred plastmi. A až 62 percent by dokonca zaplatilo viac za hotel, ktorého kúpeľne by boli moderne a kvalitne zariadené.

Ak by sme to mali zhrnúť, v hotelovej kúpeľni by mal byť súlad dizajnu, funkčnosti, dlhej životnosti, estetiky, hygieny a dobrej údržby. Prostredníctvom dizajnu, inovatívnych tvarov a farieb môže hotelier podčiarknuť individualitu a jedinečnosť svojho hotela a kreatívnym stvárnením kúpeľne sa odlíšiť od ostatných konkurenčných zariadení.

DÔRAZ NA KVALITU MATERIÁLOV
 Hotelová kúpeľňa však zároveň musí zostať – vzhľadom na veľkú záťaž spôsobenú neustálym striedaním hostí – čo najdlhšie v dobrej kondícii a vizuálne príťažlivá. Preto je veľmi dôležité zamerať pozornosť na kvalitu materiálov a jednotlivých prvkov. „Alfou a omegou pri výbere zariadenia kúpeľne je voľba vhodného materiálu. Vstupná investícia je pri veľmi kvalitných produktoch možno o čosi vyššia, pokiaľ však vďaka nim môžete znížiť náklady spojené s každodenným používaním, z dlhodobého hľadiska sa táto investícia oplatí,“ hovorí Jana

FOTO Kaldewei



Moja kúpeľňa, môj štýl



Majerčíková, projektová manažérka spoločnosti Kaldewei.

Hotelové kúpeľne by mali byť aj ekonomickejšie. Premýšľať o tom by mal každý hotelier, ktorý rieši jej zariadenie či modernizáciu. Ďalším aspektom, ktorý zabezpečí odlišenie konkrétneho hotela od konkurencie, je problematika udržateľnosti. Tak napríklad smaltovaná oceľ, z ktorej sú zhotovené jednotlivé kúpeľňové prvky spoločnosti Kaldewei, je vyrobená z prírodných surovín (oceľ a sklo), a preto ju možno sto-percentne recyklovať. Zároveň jej použitím sa znižuje spotreba čistiacich prostriedkov. Tento materiál tak v plnom rozsahu spĺňa platné štandardy na trvalú udržateľnosť v hotelovej branži.

„Riešenia kúpeľní zo smaltovanej ocele budú svoju výnimočnou estetikou vďaka sklovito tvrdému neporéznomu povrchu, dlhej živostnosti a veľmi jednoduchej údržbe. Na high-tech materiáli nevznikajú ani najmenšie trhlinky, v ktorých by sa mohli usadzovať zvyšky vodného kameňa a nečistôt. Navyše, vďaka Perl-Effektu voda „klže“ po povrchu

a unáša so sebou nečistoty i vodný kameň. To všetko sú veľké výhody v porovnaní s akrylátovými výrobkami a dláždenými sprchami,“ zdôrazňuje Jana Majerčíková.

Veľkej obľube sa v hotelovej kúpeľni tešia extra ploché sprchové vaničky. V prípade, že to priestor dovoľí, môže byť táto vanička aj vo veľkosti kúpacej vane, čo umožní hosťom dostatočnú voľnosť pohybu a vyšší užívateľský komfort. „Sprchové vaničky by mali mať minimalistický dizajn spojený s funkčnosťou a špičkovými technológiami. Krypt odtoku by mal lícovať s povrchom vaničky a vytvárať jednoliaty celok. Povrch môže byť aj jemne štruktúrovaný, čo mu dáva prírodný vzhľad a zaručuje protišmykové vlastnosti,“ hovorí Viliam Kubány, Sales Manager spoločnosti Geberit Slovensko. „V sprche, v ktorej nie sú škáry, nemôžu vznikáť žiadne škody spôsobené preháňaním, nemôže tu rásť plesň, ktorá sa často vyskytuje pri iných riešeniach,“ dopĺňa Jana Majerčíková.

Kúpeľňová dlažba by mala spĺňať so sprchou a sprcha s dlažbou tak, že len pri detailnom pohľade by sa dalo rozoznať, kde sa končí

podlahová dlažba a kde sa začína plochá sprchová vanička. Samostatnou kapitolou sú sprchové žľaby. „Sprchové žľaby našej aktuálnej línie predstavujú priekopnícke riešenie odvodnenia sprchových kútov. Neodvádzajú vodu klasickým žlabom, ale zberným profilom z ušľachtilej ocele. Nemajú žiadne skryté miesta, kde by sa mohli hromadiť nečistoty a vznikáť nepríjemný zápach. Odtok žlabu je vybavený jednoducho prístupným hrebeňovým sitkom na zachytávanie nečistôt. Sitko možno ľahko vybrať a vyčistiť,“ zdôrazňuje Viliam Kubány. Je zrejmé, že jeho slová by potešili nejednu chyžnú. Okrem toho má spoločnosť v ponuke sprchový žlab s integrovaným sklonom, ktorého povrch je ošetrovaný technológiou, ktorá eliminuje zanechávanie odtlačkov, takže žlab vyzerá vždy perfektne. Navyše, žľaby sa dodávajú v atraktívnych farebných vyhotoveniach, z ktorých najmä odtiene champagne a čierny chróm dávajú sprchovému priestoru nádych luxusu.

Kúpeľňa je dnes miestom, kde hľadáme odpočinok a chvíle v tejto súkromnej oáze si chceme primerane vychutnať. Najlepšie sa to darí vtedy, keď sme obklopení čistým dizajnom. Ak by sme sa zamerali na umývadlá, aj tie môžu byť skutočným skvostom, ak sa v nich snúbi puristický dizajn a takmer filigránsky vypracovanie. „Naše umývadlá navrhnuté nemeckou dizajnérkou Anke Salomon, môžeme prirovnať k skutočným dizajnovým ikonám, ktoré spĺňajú najvyššie požiadavky na estetiku a individualitu. Mäkké obrysy im dodávajú neobyčajnú ľahkosť a výnimočné vlastnosti smaltovanej ocele umocňujú dojem rýdzej čistoty. Umývadlové misy v okrúhlych alebo hranatých vyhotoveniach možno umiestniť voľne na umývadlovej doske a netreba sa podriaďovať rozmerom kúpeľňového nábytku,“ prezrádza produktová manažérka spoločnosti Kaldewei. Pokiaľ ide o farby nemusíte voliť klasické farby sanitárneho vybavenia, výborne vyzerajú aj iné prírodné tóny, ako sú odtiene sivej, jemnej krémovej či dokonca lávovo čierna farba. Tieto farebné tóny sa pritom dajú využiť niekoľkými spôsobmi. Môžu ako elegantne harmonické kombinácie farieb ustupovať do úzadia alebo vytvárať v kúpeľni pôsobivé kontrasty.



FOTO Hotel Kimpton Vividora, Barcelona

Volne stojaca vaňa dodáva mimoriadny akcent predovšetkým kúpeľniam luxusných hotelových objektov. Nezriedka sa inštaluje priamo v izbách apartmánov či suít. Hostí môžeme prekvapiť i vírivou vaňou, v ktorej si môžu užiť blahodárne účinky masážnych prúdov vody.

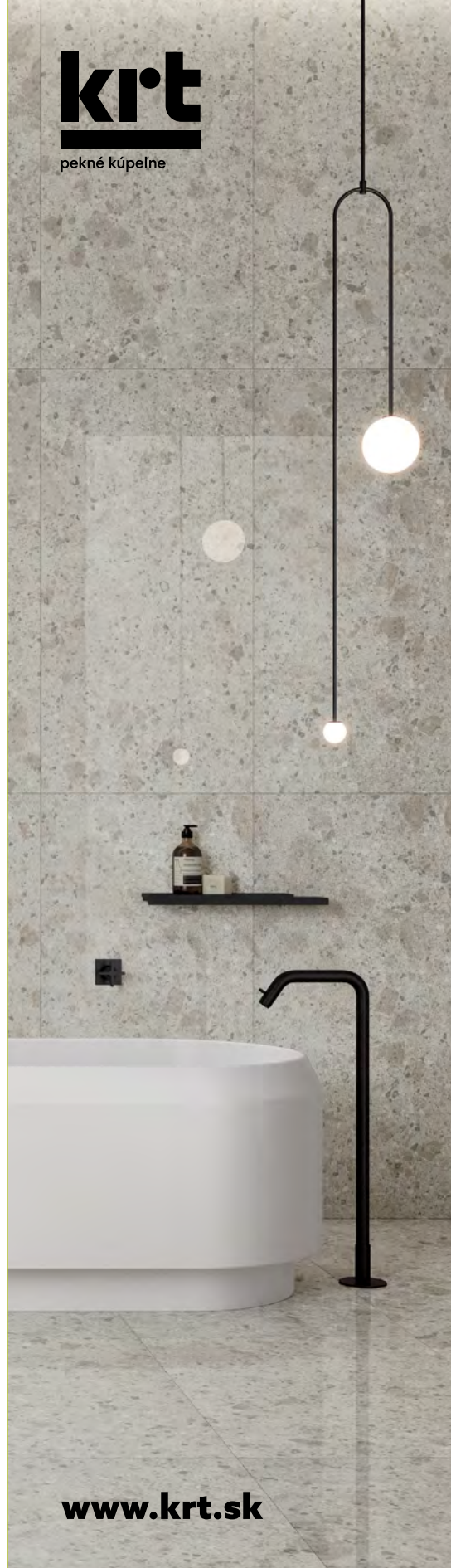
OBKLADY A DLAŽBY PRE „WAU“ EFEKT

Pri zariadení alebo rekonštrukcii hotelovej kúpeľne treba dbať na obklady a dlažby. „Najčastejšie sa ako materiál využíva gres, pretože je kvalitný a vhodný do interiéru aj exteriéru. Samozrejme, prírodné kamene je možné použiť tiež, ale ich nevýhodou je, že sú nasiakavé a preto ich treba impregnovávať. Navyše, povrch prírodného kameňa nie je dokonale rovný, preto a používa skôr ako obklad na stenu. Gres má tú výhodu, že sa dá využiť ako dlažba i obklad a je veľmi podobný prí-

rodným kameňom,“ hovorí Branislav Radič, vedúci sekcie projektov spoločnosti K.R.T. Dodáva, že hotelier by mal v štvor- a päťhviezdičkových kúpeľňach určite použiť luxusné série renomovaných značiek. Prevedenie by malo byť adekvátne prostrediu, v ktorom sa hotel nachádza, napríklad gres v prevedení mramor môže hotelier použiť v mestskom hoteli, v horskom hoteli veľmi dobre vyzerajú motívy dreva a kameňa.

Aké ďalšie požiadavky majú dlažby spĺňať? „Ich povrch by mal byť pevný, oteruvzdorný a protišmykový. Požiadavka na dlažbu v protišmyku sa rieši už v návrhu projektu, a jeho stupeň závisí od toho kam sa dlažba bude kládať, či do hotelovej kúpeľne, wellness centra alebo do hotelového foyer,“ vysvetľuje Branislav Radič.

Host, ktorý vstúpi do hotelovej kúpeľne, by mal zažiť tzv. „wau“ efekt. Prispievajú k tomu



krt
pekné kúpeľne



FOTO Geberit Slovensko

aj formáty obkladov a dlažieb. Profesionáli v tejto oblasti, akými je aj spoločnosť K.R.T., jednoznačne radia použiť veľké formáty, vďaka ktorým sa minimalizujú škáry a priestor budí dojem celistvosti. Minimum škár je snom každej chyžnej, pretože práve tam sa najviac usádzajú rôzne nečistoty. Škárovacia hmota je tiež podstatným elementom. Kvalitnejšia je epoxidová škárovacia hmota, ktorá je dvojzložková a vďaka nenasiakavosti dobre odolná voči vlhkosti, plesniam a inému znečisteniu.

A aké sú dnešné trendy? „Doteraz bol veľký dopyt po obkladoch a dlažbách v prírodnom dizajne – kameň, drevo, betón. K takému konceptu sa hodí napríklad nadčasová Ariostea so sériou Fragmenta – Full Body, ktorá je zaujímavá tým, že dizajn dlažby a obkladu nie je len na jej povrchu, ale v celom reze dlaždice,“ hovorí Branislav Radič. Medzi obľúbený trend patrí aj terrazo. Tento motív v štýle straccately vytvorili remeselníci v Taliansku, keď zmiešali zvyšky mramoru a cementu. Pokiaľ ide o farebnosť, prvenstvo si už dlhšie „držia“ pastelové farby.



FOTO Geberit Slovensko

Pri realizácii kúpeľní vo vysokom štandarde je veľmi dôležité výsledné prevedenie. „Ak aj hotelier vyberie a nakúpi obklady a dlažby z luxusnej série v krásnom dizajne, ale práca nie je kvalitne urobená, nedosiahne želaný efekt. Pokládka musí byť adekvátne zvolená, aby boli vhodne umiestnené škáry, čím sa zachová dizajn kúpeľne. Dôležité je zvládnuť všetky detaily. Na neposlednom mieste treba myslieť aj na sanitu a kúpeľňový nábytok. Aj tie by mali korešpondovať s hlavnou myšlienkou návrhu. Najlepšie je, ak realizáciu robí jedna firma, ktorá sa projektu venuje už od začiatku a dodala vizualizáciu i materiál. Pozná požiadavky klienta, myšlienku celého projektu a garantuje dodržanie požadovaného štandardu,“ dodáva Branislav Radič.

OD VYHRIEVANÉHO SEDADLA PO ORIENTAČNÉ SVETLO
Stále viac ľudí vyhľadáva možnosť dokonalej hygieny aj po použití toalety. Preto sa odporúča kúpeľne v štvor- a päťhviezdičkových hoteloch vybaviť sprchovacími WC, ktoré sú ideálnou kombináciou štandardnej toalety a bidetu. Nielenže sa šetrí miesto v kúpeľni, ale použitie tohto zariadenia si hostia pochvalujú, pretože je jednoduché a pohodlné. Navyše, hosť môže využívať niekoľko ďalších funkcií – od vyhrievaného sedadla až po orientačné svetlo.

„Technológia sprchovania WhirlSpray v našich produktoch zabezpečuje dôkladnú a zároveň úspornú očistu vodou.

Sprchovací prúd je zemnený dynamickým primiešavaním vzduchu. Pomocou diaľkového ovládania možno nastaviť polohu ramena sprchy, ako aj intenzitu sprchovacieho prúdu v piatich stupňoch intenzity,“ vysvetľuje Viliam Kubány zo spoločnosti Geberit Slovensko a pokračuje: „Jemná dámska sprcha ukrytá v ramene sprchy zabezpečí dokonalú, ale zároveň príjemnú očistu vodou. Keďže je v ramene sprchy skrytá, je hygienicky chránená. Pred a po každom použití sa obe sprchovacie dýzy prepláchnu prúdom čistej vody.“

Najmodernejšie toalety sú veľmi dobre udržiavateľné. Keramická misa býva bez splachovacieho okraja a špeciálna technológia splachovania TurboFlush zaručí dôkladné a najmä tiché opláchnutie misy. Rovnako tichým odsávaním zápachu sa nepríjemné pachy zachytávajú už vnútri WC misy, odkiaľ sa odvádzajú prostredníctvom keramikého voštinového filtra.

Ako sme už spomenuli, hostia ocenia aj ďalšie bonusy moderných toaliet. Napríklad vyhrievanie WC sedadla, ktoré sa aktivuje hneď ako sa hosť posadí na toaletu. Príjemne teplé sedadlo navodzuje pri používaní pocit pohodlia a uvoľnenia. Funkciu možno kedykoľvek upraviť alebo deaktivovať. „Funkcie toalety sa dajú jednoducho ovládať diaľkovým ovládaním alebo cez nástenný ovládaci panel, alebo prostredníctvom mobilnej aplikácie,“ uzavrel Viliam Kubány.



Hodvábna róba v kimonovom strihu na denné nosenie, Dolce & Gabbana

Hotelové biologicky rozložiteľné prezuvky s prímiesou ľanu, BNB Supplies



Terapeutická soľ do kúpeľa so zmesou sušených lupeňov a organický telový olej, Mullein & Sparrow



Digitalný ohrievač osušiek a županov pre absolútne pohodlie, LiveFine

Kameninový dávkovač zubnej pasty s vždy precíznym množstvom pasty, Ecoco

Variabilná sada toaletickej vody a sviečok s polyakrylátovým podnosom, ExVoto Paris

AKO VO VATE

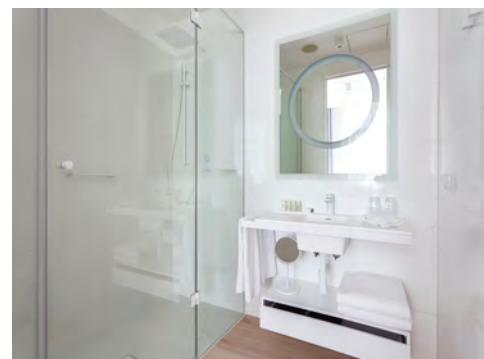
PRIPRAVIL Ján Krajč

Sú to detaily, ktorými doprajete hosťom nadštandardný komfort.

Príručná stolička do kúpeľne s osobitým charakterom, Bow Chair navrhnutá Grete Jalk, Lange Production



↓ Jedenáct koupacích van přímočaře puristického designu řady Kaldewei Puro přesvědčuje hosty hotelu Indigo Warsaw Nowy Świat svou prostou elegancí a ušlechtilým materiálem.



← V bílých hotelových koupelnách vsadil hotel na sprchovou vaničku v úrovni podlahy Kaldewei Conoflat v alpské bílé matné z kolekce Coordinated Colours. Všechny sprchy instalované v hotelu zaručují díky protiskluzové úpravě povrchu Secure Plus maximální bezpečí při našlapování.



↗ Sprchové vaničky v úrovni podlahy Conoflat nabízejí ve 47 pokojích tohoto hotelu obzvláštní požitek ze sprchování. V koupelnách provedených zčásti v tmavých tónech se výjimečným způsobem prezentuje Conoflat v matném lávově černém provedení kolekce Coordinated Colours.

NOVÁ ÉRA STARÉ REZIDENCE: HOTEL INDIGO VE VARŠAVĚ

TEXT Kaldewei FOTO Hotel Indigo Warsaw

4hvězdičkový butikový hotel skvěle kombinuje vybavení pokojů v okázalých barvách s řešeními pro koupelny od Kaldewei.

Když se umně spojí důstojnost původní architektury s moderním interiérovým designem, vzniknou inspirativní prostory – tak je tomu v Hotelu Indigo Warsaw Nowy Świat ve Varšavě. Stylový 4hvězdičkový hotel řetězce InterContinental sídlí ve více než sto let staré architektonické památce uprostřed obchodní třídy Nowy Świat. Pozdější moderní a zčásti plně prosklená dostavba budovy nabízí nejenom nádherný výhled na staré město a siluetu polské metropole přímo z pokojů, ale také skvěle padnoucí kabát minimalistickému interiéru s akcenty v sytých barvách. Perfektní tečku za vnitřním vybavením pak tvoří smaltovaná řešení koupelen od Kaldewei, která v 60 pokojích umožňují svým hostům komfortní sprchování a koupání. www.kaldewei.cz



FOTO pixabay.com

Hotels

NOVÉ „NORMÁLNÍ“. HOTEL RESET & RESTART. MAKE YOUR BUSINESS GREAT AGAIN!

TEXT Milan Pavelka FOTO AdobeStock

Nikdy nezapomenu na to, když mi přesně v polovině března volal o radu hoteliér, který provozuje své hotely přes 20 let, a ještě nikdy nepotřeboval klíče od hlavních dveří, aby je zamknul.

Relativní klid, pohoda a výborné výsledky prvních dvou měsíců tohoto roku se nám dnešním pohledem zdá jako něco, co jsme zažívali v hluboké minulosti. Celý svět si prošel výraznými změnami, které se za normálních okolností stanou v průběhu několika let. Možná desetiletí. Cestovní ruch a svět hotelů a restaurací není výjimkou. Zkušenosti, které jsme nabírali za poslední desetiletí, jsou najednou nedostatečné. Během několika posledních měsíců jsme revidovali přístupy a strategie uplynulého desetiletí. Dramatický propad na nulu zažily hotely v lázních, ve městech, na horách, na tropických ostrovech. Dokonce i kongresové hotely v zemích, jejichž vlády nenavlékly všem obyvatelům roušky. Za prvních pět měsíců roku stál planetu okamžitý pokles počtu turistů odhadem 320 miliard dolarů. To je třikrát více, než dopad velké recese na náš sektor v letech 2007–2009. A to ještě nejsme u konce roku. Moje mobilní aplikace na sledování letadel se 70 dnů tvářila jako vypnutá. Byznys cestovního ruchu se zastavil. Jako stroj, který vytáhnete ze zásuvky.

Pokoušeli jsme se najít nějakou podobnost v minulých krizích. Pevný bod, kterého bychom se mohli chytit, pevné místo, od kterého bychom se odrazili. V několika případech mi hoteliéři, kterým jsem už před rokem doporučoval změny a oni je odložili, najednou v březnu potvrdili, že je právě realizují. Neměl jsem tehdy žádnou předtuchu, ale vnímal jsem, že nám ujíždí vlak. Mnoho hoteliérů jsem na to upozornil. Nebyli jsme připraveni na žádný výraz-

ný pokles. Nepočítali jsme s ním. Teď jsme ale zjistili, že budeme potřebovat přizpůsobivost a otevřenou mysl. A že jediné, co můžeme udělat, abychom upevnili stabilitu a dokázali čelit výkyvům trhu, jsou zásadní změny a hluboký restart všech činností s vlivem na příjmy a náklady.

DIGITALIZACE

Hoteliéři digitální rozměr obchodování na začátku století dobrovolně předali OTA (Online Travel Agency). Uvěřili slibům on-line začátečníků o partnerství. A portály díky tomu za dvacet let převzaly kontrolu nad světem on-line hotelnictví. Právě proto si většina hoteliérů uvědomuje význam digitální přítomnosti, zejména z důvodu přímých rezervací. Příležitostí je víc. Od rezervace, přes příjezd, pobyt, odjezd až po následné kroky s cílem prohloubit vztah a opakovat pobyt. Jsme v Anglii členy hodnotitelského výboru registru technologií, kde máme k dispozici tisíce systémů a aplikací ve stovkách procesů a disciplín, cestovním ruchem napříč. Můžeme si prohlížet i reakce hoteliérů, kteří je už zavedli. Nelze si nevšimnout zrychleného vývoje v oblasti digitalizace, jejichž cílem je robotizovat transakci a lidem dát více času na ty činnosti, které zlepšují empirické zážitky a zákaznickou zkušenost hostů. S experty, kteří se zabývají digitalizací a robotizací pohostinství, jsme sestavili program pro české a slovenské hoteliéry, pomocí kterého dokážeme připravit účinnou strategii pro konkrétní hotel na míru. Hotel se s námi spojí a o vše ostatní se už postaráme.



Co z digitalizace v programu „**Masterplan pro hoteliery**“ rozbíháme nejdříve?

- 1. Digitální přítomnost** – vylepšujeme hotelům on-line profily, doplněné správně zpracovanými fotografiemi a recenzemi.
- 2. Vlastní web** – hotelový web je hlavním kanálem pro prodej hotelových služeb. V aktualizované formě je založen na velkých fotografiích, je responzivní, rychlý, věcný, s rezervačním kanálem a všemi možnými způsoby placení. Vybrali jsme nejúspěšnější šablony a našli způsoby, jak rychle a s nepatrnými náklady zvýšit kvalitu a výkon webů. Spolu s experty jsme připravili tutoriál s 50 konkrétními postupy, jejichž cílem je zlepšit hotelové weby a zvýšit jejich konverzi, tzn. převést aktivity do tržeb.
- 3. Profily v sociálních sítích** – vedeme hoteliéry ke správné komunikaci, způsobené adekvátně cílovým skupinám. Připravili jsme návody, roční plán

„postů“ a také velmi efektivní kontrolu obsahu. Aktivní komunikace a zavedení výkonnostního marketingu vystřelí prodej přímo raketově. Na to jsme angažovali kolegy z jiných oborů, například z farmacie, energetiky a prodeje doplňků stravy.

4. Digitální aplikace – používáme stovky různých aplikací, které pomáhají řešit složitou práci, ať je to grafika, vedení projektu, sdílení. Vydali jsme tutoriál, který odhaluje 93 nejpoužívanějších ve Start-upech a dynamických firmách. Sami používáme komunikační aplikace, a i ti nejkonzervativnější hoteliéři zjistili, že Zoom a Video

Messengery opravdu šetří čas. Displej nenahradí kontakt, ale ušetří čas za cestování. Ukazujeme hoteliérům možnosti a oni je poté ochotněji zkoušejí a zavádějí.

5. Robotizace transakcí – některé činnosti nahrazují roboti. Automatický check-in, check-out, platby Apple Pay a Google Pay, otevírání dveří, načítání dokladů, zrychlení objednávek pomocí QR kódů. To vše je s cílem ulevit obsluze, aby měla více času a volnější ruce k tomu, kvůli čemu hosté do hotelů přicházejí. Empatické služby.

6. Personalizace – oblast, která díky tech-

nologiím neskutečně posouvá hranice možného. Zákazníci angažovaní personalizovanou nabídkou jsou více ochotni utrácet a jsou také pětikrát loajálnější značce. Personalizace urychluje nákupní rozhodování a zvyšuje tržby. Vytvořili jsme pro hotely praktické návody, jak personalizovat konkrétní služby a jak je výhodněji prodávat. Náš restartovací program Masterplan sám využívá technologie a umělou inteligenci v poradenství hotelům.

7. Chatboty – programy, které řeší odpovídání na stále stejné dotazy na chatech





a v dialogových oknech, jsou programovány s cílem dokončit rezervaci nebo prodat něco navíc. V každém případě naznačují vývoj a jako prvního pomocníka můžete využít automatizované dialogové okno messengeru sociálních sítí.

POZITIVNÍ LEADERSHIP A VYTVÁŘENÍ VZTAHŮ

V těchto nejistých dobách lidé na celém světě potřebují silné, jasné a konzistentní zprávy. Od svých vlád, manažerů, šéfů a partnerů. Nepotřebují politické kroky, opakující se konstatování zjevného, gesta na oko nebo ignorující skutečnost, že pouze společně jsme silnější a jediné tak dokážeme překonat výzvy, kterým čelíme. Vlády pochopily význam cestovního ruchu pro udržení pracovních míst a chodu ekonomiky. Teď je na nás, hoteliérech, jak na trzích podpoříme touhu cestovat. Jak říká můj klient, vizionář, ino-

vátor a majitel velkého hotelu ve Švédsku: „Ať už si myslíme o nošení roušek a odstupu cokoliv, vysmívat se tomu je velká frajeřina a ta někdy budí sympatie. Ale majitel cestovky, i když mu budu svým přehlíživým postojem k opatřením jako hoteliér sympatický, raději ubytuje své klienty jinnam. Co kdyby nebyli tak velkorysí, jako je on. Tady jde o pověst a o peníze.“ A pokud chceme, aby se cestovní ruch s krizí skutečně a také udržitelně vypořádal, měli bychom daná opatření přijmout. Je to pro nás nový standard. Co z leadershipu v programu „**Masterplan pro hoteliéry**“ rozbíháme nejdřív?

1. **Inovativní přístupy** a podporující pracovní prostředí, otevřenost, optimismus, přizpůsobivost.
2. **Jasná kompetence**, které jsou pro práci v hotelnictví těmi nejdůležitějšími. Například zaměření se na zákazníka, na

spolupráci, na výsledek, rozvíjení talentů, lidskost, odvahu, zájem zlepšovat a řada dalších. Stavíme kompetenční model hotelu na klíč.

3. **Mentoring talentů**, protože právě oni se dnes rozhodují, zda v daném oboru zůstanou nebo jej opustí.
4. **Hodnocení výkonu a potenciálu zaměstnanců**, protože jediné tak můžete své klíčové lidi objektivně vést a být jim podporou a inspirací.
5. **Vzdělávací potřeby** jdoucí ruku v ruce s novými požadavky a poskytováním empatické služby.
6. „**On the job**“ **trénink** budoucích zaměstnanců, kteří „chtějí“, ale nemají potřebné vzdělání ani zkušenosti. Raději máme v týmu ty, co nevědí, ale chtějí, než naopak.
7. **Program „nástupnictví“**, protože víme, že své nejlepší budoucí manažery a talenty si vychováme sami. A my myslíme v budoucnosti.

“HOTELIÉŘI MUSÍ ZMĚNIT MYŠLENÍ A HLEDAT NOVÉ ZPŮSOBY, JAK PROPOJIT A BUDOVAT VZTAHY S LIDMI V HOTELU, MEZI SEBOU, K HOSTŮM A K ZÁKAZNÍKŮM PO CELÉM SVĚTĚ.”



MARKETING A PRODEJ

Ruku na srdce, marketingové strategie hotelů se za posledních několika let scvrkly na řízení výnosů. Všichni jsme si mysleli, že jenom Revenue Management nás může posunout vpřed. Byla to trochu pravda, ale už není. Standardní marketingové aktivity se odsunuly do pozadí a možná si někdo

mohl myslet, že to je ztráta času a mrhání peněz, zatímco pokročilé spekulace na růst poptávky, tabulky v excelu a hry s recenzemi byly tak krásné, logické a ziskové. Přichází probuzení, čas návratu k základům. K ucelenému marketingu, nejen ke komunikaci a řízení výnosů. Máme před sebou velký úkol, protože budeme muset

ukázat světu, že by opět měl začít toužit po cestování. Hoteliéři musí změnit myšlení a hledat nové způsoby, jak propojit a budovat vztahy s lidmi v hotelu, mezi sebou, k hostům a k zákazníkům po celém světě. Zapojit se a sdílet. Provozní i obchodní týmy a ti, kteří odpovídají za marketing, rozhodují o tom, zda hotel zůstane na trhu



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, který pomáhá hotelům a restauracím dosahovat lepších výsledků. Je členem manažerských rozvojových programů a je vyhledávaným mentorem.

či zmizí. Pokud nemáte specializovaného marketingového pracovníka nebo tyto typy kampaní neznáte, můžete zkusit spolupracovat s námi. Případně vám najdeme mentora z řad zkušených hoteliérů. Jakých prvních 7 cílů jsme v programu Masterplan pro hoteliéry v marketingu vybrali?

1. **Bezpečnost, zdraví, čistota** – to jsou témata, kterými zahajujeme komunikaci, ale zároveň se snažíme, aby důsledky měly co nejmenší vliv na rozsah a kvalitu služeb.
2. **Posílení vztahů** – posilujeme vztahy se stávajícími partnery. Pravidelně je seznamujeme s novinkami v každém hotelu a vtahujeme je do hry. V některých oblastech jsme uspěli i s fam tripy a to i v oblasti MICE business. Pořád platí, že obchod je výsledek vztahů. Jak říká jeden z kolegů, hotelový sales je „roztleskávačka“ hotelového byznysu.
3. **Přímé rezervace** – nejlepší způsob rezervace. Zavádíme Best Guaranteed Rates, oddělujeme typy pokojů pro OTA. Vycházíme ze statistiky, že 57 procent rezervujících kontroluje, jestli náhodou není na hotelovém webu levnější cena, než jim nabízí Booking či Expedia. Tady je úspěch v našich rukou.
4. **Nové služby a produkty** – jedním ze způsobů, jak se hotely mohou „znovuobjevit“ na trhu, je poskytování nových služeb. S nižší incomingovou aktivitou musí hotely uspokojit jiný druh klientely (místní obyvatelé, lokální komunita), která hledá jiný druh služeb. Tito zákazníci mají zájem o rezervaci pokoje pouze na několik hodin, aby se z něj stala

domácí kancelář nebo místo k jednání. Osvědčily se apartmány místo jednacích místností. Nebo mají zájem o rezervaci pouze některých služeb, které hotel nabízí (SPA, fitness, parkování). Zkoušíme rozšiřovat spektrum služeb, abychom optimalizovali své příjmy a obsloužili více zákazníků, i za cenu menšího zisku.

5. **Cenové strategie** – v této době jsou zákazníci citlivější i v oblasti cen. Revidujeme základní cenové strategie a také tvar a podobu ceny, s cílem uvádět cenu tím nejvíce ovlivňujícím způsobem. Využíváme ověřené postupy, které ukazují, v jakém tvaru a jaké struktuře staví ceny ti neúspěšnější na trhu.

6. **Odvážné kroky k inovacím v marketingu** – o tom, že budeme zavádět bezdotyková řešení, se nám ještě před rokem ani nezdálo. Některé oblasti hotelového prostředí, jako je recepce a pokojová služba, dnes řešíme jako bezkontaktní, aby se zabránilo šíření jakéhokoliv viru. Tento druh inovace je účinným argumentem při propagaci hotelu.

7. **Networking** – Slovensko i Česko zahájilo programy na podporu národního cestovního ruchu a naše hotely se snaží o to, aby byly zahrnuty do této komunikace. Networking bude hrát stále větší roli v událostech, které jednotlivci a malé a střední hotely přesahují.

Nejúspěšnější hoteliéři a restauratéři jsou dnes ti, kteří v tomto období „nového normálu“ dokážou projevit empatii a flexibilitu. K hostům i k zaměstnancům. Jejich postoje a chování si budou hosté i zaměstnanci pamatovat, protože dokázali vyhovět jejich potřebám během této krize. Nebo alespoň projevíli snahu a účast. Ubytovali zdravotníky, pomáhali potřebným, rozvázeli jídlo, otevřeli výdejní okénka. I když dnes možná z každé aktivity nevidí výsledky, připravilo je to na úspěch do budoucna.



“JEDNÍM ZE ZPŮSOBŮ, JAK SE HOTELY MOHOU „ZNOVUOBJEVIT“ NA TRHU, JE POSKYTOVÁNÍ NOVÝCH SLUŽEB.”

HOTEL LESNÁ**** V STAREJ LESNEJ



TEXT A FOTO Hotel Lesná
Stojí na mieste, kde o hotelové služby nie je núdza. Tento hotel je však ojedinelý a môže sa pochváliť hneď niekoľkými prvenstvami.

Jedným z nich je skutočnosť, že sa ako jediný hotel na Slovensku zaradil do medzinárodnej siete L’Occitane. Francúzska značka si partnerov na otvorenie Spa by L’Occitane starostlivo vyberá spomedzi luxusných päťhviezdičkových hotelov. Hotel Lesná je jedným štvorhviezdičkovým hotelom, ktorý už pri prvej návšteve predstaviteľov značky presvedčil, že toto miesto je správnou voľbou na nadviazanie spolupráce. V ponuke je celý rad jedinečných masáží, s ktorými sa nestretnete nikde inde, okrem luxusných salónov Spa by L’Occitane.

Súčasťou spa je aj wellness centrum s tromi saunami, vonkajšou a vnútornou vírivkou, ochladzovacím vedrom s pravou tatranskou vodou či bazénom s masážnymi prvkami. Z odpočinkovej časti s vyhrievanými ležadlami je fenomenálny výhľad priamo na Lomnický štít.

Ďalšie prvenstvo prišlo krátko po otvorení. Vedenie sa rozhodlo vytvoriť kontrast s ostatnými hotelmi v okolí. Namiesto priemerných či nedostatočných služieb pre deti, ponúkať stopercentné služby pre dospelých, ktorí to ocenia. A tak k názvu ho-

tela pribudol prívlastok Adult-friendly, definujúci cieľ niektorých hostí, a to nerušený oddych.

Za zmienku stojí aj ubytovacia časť, ktorá je v hoteli netypická. Štandardom býva väčší počet dvojlôžkových izieb a niekoľko apartmánov pre hostí, ktorí si chcú priplatiť za komfort. V Hoteli Lesná je to však naopak. Apartmány sú štandardom a hotel disponuje iba piatimi dvojlôžkovými izbami. Pretože najmä pohodlie a dostatočný priestor je presne to, čo od ubytovania v luxusnom hoteli očakávate.

Pre toto všetko je Hotel Lesná**** skvelým miestom na romantické víkendy, wellness pobyty alebo už tradičné gastro víkendy, ktoré organizujeme vždy v spolupráci so vzácnym hosťujúcim kuchárom zo zahraničia. Gastronomické radovánky čakajú na hostí v hotelovej reštaurácii denne, avšak pre skutočných gurmánov, ktorí vyhládávajú niečo špeciálne, sú gastro víkendy správnou voľbou. Tento rok sa po prvý raz v hoteli uskutoční francúzsky gastro víkend, a to na počesť 5.výročia otvorenia hotela a Lesná Spa by L’Occitane.



HOTEL LESNÁ
1. ADULT FRIENDLY HOTEL
Hotel Lesná****
Stará Lesná 157
059 60 Stará Lesná, Slovakia
www.hotellesna.sk

ŠPORT HOTEL*** DONOVALY

TEXT A FOTO Šport Hotel Donovaly

*V malebnej horskej dedinke, obklopenej nádhernou prírodou, kde sa stretávajú Nízke Tatry s Veľkou Fatrou, stojí od roku 1938 najstarší hotel na Donovaloch. Šport Hotel*** Donovaly je roky známy pohostinným prístupom personálu a rodinnou atmosférou.*



Trojhviezdičkový hotel s kapacitou 99 lôžok ponúka kvalitné a nadštandardné služby. Moderné a priestorovo veľkoryso riešené izby Šport Hotela*** Donovaly sú ideálnym ubytovaním nielen pre mladé rodiny s deťmi, ale aj zamilované páry, skupiny priateľov či obchodných partnerov. Zariadenie hotela je v dokonalej harmónii s horským prostredím a uspokojí požiadavky aj náročného hosta. Hostom ponúka skvelé služby vo wellness centre so saunovým a bazénovým svetom. Počas pobytu si tak hostia môžu užívať dokonalý relax v štyroch priestraných saunách – fínskej, solnej, parnej a infra saune. Súčasťou wellness sveta je

aj priestor s vírivou vaňou, profesionálne fitness centrum, ako aj veľký rodinný bazén, detský bazén a to všetko s nádherným výhľadom na okolitú prírodu. Samozrejmosťou je široká ponuka klasických a relaxačných masáží s prírodnou kozmetikou Pure Fiji.

VYCHÝRENÁ KUCHYŇA
Šport Hotel bol vždy vychýreným miestom, kde sa kládol dôraz na domácu slovenskú kuchyňu a jedlá pripravované z kvalitných čerstvých surovín. Pri výbere potravín sa využívajú predovšetkým lokálne zdroje. Dbajú aj o vegetariánov a hostí s rôznymi potravinovými alergiami či in-

toleranciami a postarajú sa aj o spokojné bruška detí. Hotel je vhodným miestom na významné rodinné udalosti. Dve veľké reštaurácie s kapacitou do 120 ľudí sú ideálnym miestom na narodeninové oslavy i svadby. Všetkých milovníkov kvalitnej gastronómie, ktorí chcú pre svojich blízkych pripraviť rodinnú oslavu, určite poteší bohatá ponuka domácich koláčikov, servírovaného menu.

PRE KAŽDÉHO NIEČO
Šport Hotel*** Donovaly svojim hostom počas celého roka ponúka pestrú ponuku rodinných pobytov. Medzi obľúbené pod-

ujatia patrí vínna cesta Wine Snow Donovaly, v rámci ktorej hotel prezentuje vinárov z rôznych kútov Slovenska. Hostia veľmi radi navštevujú hotel počas jesenných prázdnin, keď nesmú chýbať pestré animácie či strašidelná Halloween párty pre deti. Medzi najpopulárnejšie udalosti roka patrí jednoznačne silvestrovský večer s exkluzívnym programom a čoraz viac hostí hotel víta aj počas vianočných sviatkov, keď si prichádzajú oddýchnuť a vychutnať pravé sviatky pokoja bez zhonu.

ATRAKTÍVNY I V ZIME
Šport Hotel je tiež skvelým miestom na zimnú dovolenku. Donovaly ponúkajú ideálne podmienky pre skúsených i začínajúcich lyžiarov. Stredisko je známe svojou na Slovensku najväčšou lyžiarskou školou pre deti. Okrem lyžovania je stredisko skvelé pre bežkárov, sánkarov či snowboardistov. Polohu hotela a horské prostredie Donoval si obľúbilo veľa fitness trénerov, jo-ga inštruktorov, milovníkov pohybu a zdravého životného štýlu. Pri týchto fit pobytach majú hostia možnosť aktívne tráviť svoj voľný čas na horách a spoznať nových ľudí. Na podobné pobyty poskytuje vynikajúce interiérové aj exteriérové podmienky. Hotel si získal veľa spokojných hostí, ktorí ho radi navštevujú a pravidelne sa vracajú. Títo hostia už dnes využívajú benefity



vernostného programu a užívajú si viaceré hotelové výhody.

PRE FIRMY
Vďaka vysokej úrovni poskytovaných služieb si Šport Hotel*** Donovaly vybudoval profesionálne vzťahy s mnohými firemnými klientmi. Priestory sú ideálne navrhnuté a dajú sa prispôbiť na organizovanie konferencií, firemných podujatí, školení alebo teambuildingov. K dispozícii je vybavená kongresová sála s kapacitou 120 miest kino sedenia a dva menšie salóny s kapacitou 45 miest kino sedenia. Okrem vynikajúcich kongresových služieb si hostia pochvalujú profesionálny prístup personálu a chutnú domácu kuchyňu. Firemní klienti hotela majú v našej reštaurácii na výber pestrú ponuku recepcií, servírovaného menu a coffee breakov. Na spustenie firemnej akcie hotel ponúka rôzne doplnkové služby, ako sú degustácie vín, súkromná škola varenia alebo hudobné vystúpenia. Ku každej akcii hotel pristupuje individuálne s ohľadom na konkrétne požiadavky firemného klienta.

Duchom a srdcom Šport Hotela*** Donovaly sú najmä jeho zamestnanci a vedenie hotela, ktorí sú vždy s úsmevom a ochotou pripravení uspokojiť požiadavky hostí k čo najväčšej spokojnosti. Hotel a jeho tím sa už teraz teší na vašu návštevu.



ŠPORT HOTEL*** DONOVALY

is a hotel in the heart of Slovakia with a traditional family atmosphere. It is a part of the long history of the village of Donovaly, which has now become a well-known family resort, not just in winter but also in the summer months. The hotel offers great services, a new restaurant with traditional Slovak cuisine, a cosy lobby bar, a new modern congress room, and a beautiful natural wellness centre with saunas, large and small swimming pools, jacuzzi, fitness centre and massages. All rooms are equipped with wooden furnishings, minibar, WiFi, TV with satellite and bathrooms. The natural materials used in the rooms accentuate the natural feel of the environment, so guests feel in harmony with the surrounding mountain area. Guests can use the multi-purpose playground and spend the afternoon playing tennis, volleyball or football. For little travellers, the hotel offers the largest and best natural kid's playground in the area, together with a mini rabbit farm.



Šport Hotel Donovaly***
Donovaly 15
976 39 Donovaly, Slovakia
www.hotelsport.sk

RAJ PRE DETI A RELAX PRE DOSPELÝCH V HARMÓNII S PRÍRODOU

TEXT A FOTO Resort Kyčerka

Keďže už v júni tohto roka sa otvorili brány unikátneho Vodného sveta Velké Karlovice, radi by sme vám v nasledujúcich pár riadkoch predstavili túto ešte horúcu novinku sezóny. Nájdete ju len pár minút od hraničného prechodu Makov, v krásnej valašskej obci Velké Karlovice.

BAZÉNOVÝ RAJ S TOBOGANOM
Vodnému svetu kraluje bazén s dĺžkou takmer 16 metrov, ktorý v sebe ukrýva množstvo zábavy a atrakcií pre deti i dospelých. Určite si oddýchnete na vodných masážnych ležadlách, vyskúšate vodné chrliče či perličkový kúpeľ. Ak máte radšej adrenalín v spojení s vodou, rozhodne neobídite lanové prvky, ktoré sa ťahajú priamo nad bazénom, alebo hojdačí záliv a divokú riekku. Pri stavbe vodného sveta sme mysleli aj na najmenších, pre ktorých je určený detský bazén so šmyklavkou a ďalšími zábavnými vodnými prvkami. Keďže detský bazén priamo nadväzuje na hlavný bazén, deti máte stále na očiach, aj keď sa rozhodnete využiť iné atrakcie v bazéne. Pre dokonalý pocit z relaxu odporúčame vyskúšať relaxačný vírivý bazén. Energiu zase načerpáte na niekoľkých slnečných terasách s ležadlami, ktoré komplex ponúka. Výhľad na okolie pôsobí harmonicky, k čomu napomáha aj materiál, ktorý bol veľmi citlivo vybraný. Kombinácia dreva, skla a kameňa skvelo dopĺňa valašské prostredie.

UNIKÁTNY VONKAJŠÍ SAUNOVÝ SVET

Jedinečnosť, cit pre detail a zážitok zo saunovania. Pripravte sa, že pri vstupe do saunového sveta zažijete „wau“ efekt. V modernom a jedinečnom saunovom svete na Valašsku nájdete biosaunu, parnú a fínsku saunu a nevynechajte ani infrasaunu. V rovnakom dizajne je spracovaná exkluzívna samostatná odpočívareň. V areáli nájdete vonkajší ochladzovací bazén, vonkajšie sprchy a slnečnú terasu s výhľadmi na čarovné okolie. Vodný svet prináša skutočné zážitky zo saunovania, preto v spoluprá-

ci s miestnymi odborníkmi organizujeme saunové rituály.

RELAX S POHÁROM PROSECCA

Vodný svet Velké Karlovice ponúka širokú škálu zábavy, ale aj oddychu a pokoja. Pokiaľ chcete mať najlepší výhľad a skutočný pokoj na ležadle s pohárom Prosecca v ruke, odporúčame vám zakúpiť si vstup práve do priestorov odpočívacej zóny. Luxusný priestor s kapacitou 24 hostí vám garantuje komfortné ležadlo s osuškou a dekou, neobmedzený pitný režim, drobné občerstvenie a príjemné útulné prostredie.

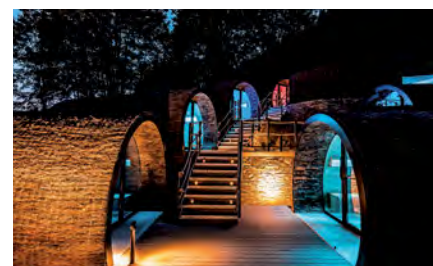
FRANCÚZSKA KOZMETIKA A ŠIROKÁ ŠKÁLA MASÁŽÍ

Ak nie ste milovníkom bazénov alebo saunovania, vybrať si môžete z luxusných skrášľovacích procedúr, ktoré Vodný svet ponúka. Na recepcii si môžete vybrať z bohatšej ponuky masáží, okrem tých klasických si môžete zvoliť aj havajskú, sladkú medovú masáž alebo Breussovú masáž. Ponuku masáží dopĺňajú kozmetické procedúry, pri ktorých sa používa luxusná prírodná kozmetika Thalgo. Na masáž či kozmetiku si počkáte v útulnej čakárni hneď vedľa recepcie.

UBYTOVANIE PÁR KROKOV OD VODNÝCH RADOVÁNOK

Ak premýšľate nad ubytovaním, kvalitný zážitok z pobytu vo Velkých Karloviaciach vám určite zaručí Grandhotel Tatra kombináciou luxusného ubytovania, prvotriednej gastronómie a jedinečného výhľadu na krajinu – takto vidíme hotel my. Ak vo vás drieme chalupársky duch a milujete tra-

dície, odporúčame vám vybrať si jednu z Valašských chalúpok, ktoré vám ponúknu presne to, čo hľadáte: ticho, útulnosť a pocit ako u babičky na prázdninách.



VODNÍ SVĚT
VELKÉ KARLOVICE

Všetky podrobné informácie o Vodnom svete a ubytovaní v jeho blízkosti nájdete na webovej stránke www.resortkycerka.cz



KRÁSNE UBYTOVANIE REŠTAURÁCIA

...NAJLEPŠIE HALUŠKY
ŠIROKO-ĎALEKO

www.janosikovdvor.sk
+421 908 803 687



DVĚ ODLIŠNÁ MÍSTA. JEDEN SPOLEČNÝ JMENOVATEL.

MIELE PROFESSIONAL

TEXT A FOTO Miele, Maximus Resort

V srdci Krkonošského národního parku v nadmořské výšce 1 050 m n. m. je v horské vesničce v Malé Úpě rušno v zimě i v létě. Mezi turisty ještě ne příliš okoukané místo má co nabídnout a zve k aktivnímu odpočinku všechny, kteří si chtějí naplno vychutnat atmosféru horské vesničky obklopené přírodou. Naproti tomu jen několik kroků od Brněnské přehrady se v malebné dolině Podkomorských lesů rozprostírá oáza klidu a odpočinku, kde odhodíte všechny starosti a oddáte se relaxaci. Obě místa jsou si vzdálená lokalitou i příběhem. Přesto mají jeden společný jmenovatel. Jaká byla jejich cesta k Miele Professional?

NEJVÝŠE POLOŽENÁ PRÁDELNA V ČESKÉ REPUBLICE
Provozovatel zimního lyžařského střediska, pivovaru i části ubytovacích kapacit v horské vesničce Malá Úpa v Krkonoších investoval do vybavení pro zajištění nejvyšší kvality péče o prádlo. Značka Miele se tak může pyšnit nejvýše položenou prádelnou v České republice. Hostům je v resortu po celý rok k dispozici na 350 hotelových lůžek. Příjemné ubytování v Malé Úpě najdou jednotlivci i rodiny s dětmi. Sportovní vyžití i příležitosti k aktivnímu odpočinku na procházkách a výletech jsou vyhledávaným cílem i celých skupin. V areálu tak kladou vysoké nároky na kvalitní a zároveň efektivní péči o hotelové prádlo. Majitelé se rozhodli nevyužívat služeb komerčních prádelen v okolí a v Malé Úpě si vybudovali vlastní prádelnu. „Při výběru dodavatele prádelny na klíč jsme se rozhodli jít cestou kvality, kvalitního záručního i pozáručního servisu, dobré ceny na kilogram prádla a nejlepších výrobků na trhu. Postupně jsme se dostali k tomu, že nejlepší volbou bude prádelna Miele,“ vysvětluje Nikola Schimmer, zástupce ředitele celého areálu SKiMU.

V Miele pro areál SKiMU navrhli řešení s ohledem na kapacitní i prostorové možnosti. „Pro naše potřeby nám v Miele nakongurovali soustavu dvou praček o celkové kapacitě 25 kg a adekvátně



V relaxačním a kongresovém hotelu Maximus resort v Brně se rozhodli pro vlastní prádelnu s přístroji Miele z řady Professional.

k tomu používáme dvě sušičky Miele, které kapacitně odpovídají pračkám. O finální úpravu prádla se stará mandl, rovněž značky Miele,“ nechává nás nahlédnout do prádelny Nikola Schimmer. Technologie Miele je napojena na plně automatický dávkovací systém, který umožňuje intuitivní a jednoduchou obsluhu.

FILOZOFIE FENG ŠUEJ V PRAXI

Na fundamentech Feng šuej staví jeden z nejvyhledávanějších relaxačních a kongresových hotelů v České republice, wellness a spa hotel Maximus resort v Brně. „Wellness a spa hotel Maximus resort prošel za celou svoji historii řadou investic, díky nimž se dostal na nynější kapacitu 170 lůžek a jejich celoroční průměrnou obsazenost v míře 85 až 90 %,“ prozrazuje ředitel hotelu Martin Bouška. I na břehu Brněnské přehrady se rozhodli pro průmyslové přístroje značky Miele z řady Professional. „Miele je pro nás synonymem nejvyšší dostupné kvality v péči o prádlo,“ říká Vlastimil Kučera, Housekeeping Manager v hotelu Maximus. Produkty Miele nejsou levné, ale jejich pořizovací hodnotu vyvažují provozní náklady na jeden kilogram prádla. V hotelu Maximus resort dokonce získali i potvrzení o nejvyšší hygienické jakosti prádla, a to se tamní prádelna měsíčně postará o 13 tun prádla.

„Kapacita naší prádelny sestává ze dvou praček na 32 kg, tří praček na 20 kg a dvou praček na 16 kg náplně. K dispozici máme i dvě pračky na 6 kg prádla, které jsou doplněné o sušičky ve stejném objemu. V rámci sušení prádla využíváme šest samostatně stojících sušiček na 16 kg prádla. Celý proces končí na mandlu Miele,“ doplňuje Vlastimil Kučera.

Průmyslové pračky Miele se adekvátně přizpůsobí spotřebou vody, proudu a pracích prostředků. Účinné využití zdrojů zajišťuje díky nové geometrii i prací vana. Mezi jejich předností patří také spolehlivá dezinfekce, o kterou se starají speciální desinfekční programy. Co se spotřeby energie týče, obdobné vlastnosti nabízejí i průmyslové sušičky Miele. Mají o cca 50 % nižší spotřebu díky progresivní technologii tepelných čerpadel.

Miele

Systemové řešení
pro Vaše perfektní prádlo

Miele Professional. Immer Besser.

www.miele.cz/professional



THE
BENCHMARK
MACHINES

RELAX I BUSINESS POD STAROBYLÝM HRADOM

TEXT A FOTO Hotel Elizabeth

*Historický Hotel ELIZABETH**** je výnimočný atraktívnou polohou priamo pod stredovekým hradom v centre Trenčína. Z letnej terasy hotela a z reštaurácie môžu návštevníci obdivovať unikátny, takmer dvetisíc rokov starý rímsky nápis na hradnej skale.*

Hotel prešiel rozsiahlou rekonštrukciou na moderný business hotel s wellness centrom, ktorý očarí aj najnáročnejšiu business klientelu. Luxusné ubytovanie dopĺňa výnimočná reštaurácia, kaviareň, lobby bar, detská zóna, kardio centrum a konferenčné zázemie.

Caracalla Spa – to je oáza pohody a odpočinku, dokonalá „kúpeľná“ destinácia s dizajnom a atmosférou starého Ríma. Vo wellness centre v štýle rímskych kúpeľov hostia nájdu unikátnu zostavu ľadových, studených, teplých a horúcich termálnych procedúr, ktoré sú podstatou ozajstných kúpeľov. Vstupia do sveta absolútnej relaxácie, kde čas plynie mimo nich a oni sa ocitnú na ceste vzdalujúcej sa od každodenného stresu a zhonu.

IDEÁLNE MIESTO PRE DOSPELÝCH I DETI

Hotel Elizabeth**** je ideálnym miestom na dokonalý relax dospelých, ale aj správ-

ným miestom pre rodiny s deťmi. Počas sviatkov, prázdnin, veľkých akcií a voľných dní v roku pripravujeme pre našich hostí tematické pobytové balíčky, ktorých súčasťou je aj starostlivosť skúsených animátorov. Na ploche 52 m² sa môžu deti vyšantiť v detskej zóne, ktorá poskytuje priestor aj na usporiadanie výnimočných detských osláv.

Hotel je centrom spoločenských aktivít a prominentným miestom aj na svadby. Konferenčné zázemie umožňuje hostiť 180 ľudí a poskytnúť množstvo variabilných priestorov a zaujímavých historických salónikov aj pre menší počet osôb.

Jeden z najkrajších slovenských hotelov a miestna ikonická budova je členom slovenskej a európskej asociácie historických hotelov, ako aj nositeľom ocenenia za najlepší servis v rámci európskych historických hotelov. Hotel Elizabeth**** získal niekoľko medzinárodných prestížnych ocenení.



Hotel Elizabeth****
Gen. M. R. Štefánika 2
911 01 Trenčín, Slovakia
www.hotelelizabeth.sk

AJ POVINNOSŤ MOŽNO SPLNIŤ ELEGANTNE

TEXT A FOTO Storemedia

Prvé, s čím sa každý návštevník zariadenia v segmente služieb stretne, je povinnosť dezinfikovať si ruky. Už niekoľko mesiacov nás táto povinnosť sprevádza v každej verejnej prevádzke. Pre niekoho je „neprijemným otravovaním“, pre iného posilnením pocitu čistoty a hygieny, a teda aj všeobecného pocitu bezpečnosti.

Táto povinnosť má jednoduché riešenie – flaštička s obsahom dezinfekčnej látky pri vchode, položená na stolíku alebo inom vhodnom „podstavci“.

Môže však byť aj súčasťou hotelového dizajnu a podporovať jeho celkový imidž a atmosféru. Na trhu existujú zariadenia, ktoré si všimne každý a okrem dezinfekcie rúk umožňujú zákazníkovi predstaviť to najdôležitejšie z aktuálnej ponuky hotela hneď pri vstupe do prevádzky. Elegantný stojan s reklamnou obrazovkou i dezinfekciou rúk môže byť jednoduchým doplnkom interiéru hotela či reštaurácie. A byť dokonale zladený s interiérom.

Dávkovač dezinfekcie funguje na princípe fotobunky. Je bezdotykový a neporovnateľne hygienickejší ako štandardná „pumpička“. Hostom poskytuje väčší pocit istoty a komfortu.

Obsah vysielaný na reklamnej obrazovke je diaľkovo ovládaný a umožňuje aktualizáciu každú minútu. Či sa rozhodnete využiť reklamnú obrazovku na výzvu zákazníkom o dodržiavaní hygienických predpisov alebo ju použijete na informáciu o aktuálnom počasí, ponuke reštaurácie, hotelových služieb atď., je iba na vás. Je na vašom rozhodnutí, či zariadenie umiestnite na stenu alebo bude samostatnou jednotkou.

V čom je naše riešenie iné ako ostatné? Predovšetkým v dvoch aspektoch. Prvým je, že zariadenia sa vyrábajú na Slovensku, čím podporujeme slovenskú ekonomiku. Zároveň ich konečný vzhľad vieme prispô-



sobiť akýmkoľvek požiadavkám klienta, a to aj pri odbere jedného kusa. Druhou výhodou je vôňa dodávanej dezinfekcie. Ak sa rozhodnete použiť vo svojom hoteli nielen naše zariadenie, ale aj dezinfekčný prípravok, dodáme dezinfekciu, ktorá naozaj vonia. Sme predsa špecialisti na vône. Po použití dezinfekcie od Store Media budú mať vaši zákazníci nielen dezinfikované, ale aj voňavé ruky.

Ak ste presvedčení, že dezinfekčný sprej na ruky umiestnený na stolíku pri vchode nie je atraktívnym riešením pre vašich hostí, je tu alternatíva, ktorá nie je určená iba na obdobie „pandémie“. Môže sa stať vašim komunikačným prostriedkom a prejavom starostlivosti o lepšiu hygienu vašich zákazníkov na dlhé obdobie.

www.storemedia.eu



STORE MEDIA sa venuje službám v oblasti zmyslového marketingu už viac ako 18 rokov. Naším klientom pomáhame vytvoriť v priestore jedinečnú atmosféru tak, aby si budovali so svojimi zákazníkmi dlhotrvajúci a obojstranne prospešný vzťah. Vôňou dotvoríme každý priestor a prostredníctvom vhodnej hudby a reklamných obrazoviek podporíme emóciu, ktorú náš klient chce navodiť. Nájdete nás na viac ako 4 000 miestach vrátane hotelov a wellness centier, maloobchodných predajní, nákupných centier, kasín, fitness centier, letísk, golfových klubov, v stomatologických a zdravotníckych centrách atď. Spolupracujeme so svetovými lídrami a používame najnovšie technológie a vône.

MAREK HARBUĽÁK: JESENNÁ SEZÓNA SA UŽ NEDÁ ZACHRÁNIŤ

PRIPRAVIL Branislav Koscelník FOTO archív Mareka Harbuľáka

Takmer dva mesiace boli na jar slovenské hotely a zariadenia cestovného ruchu zatvorené pre obavy zo šírenia koronavírusu. Keď už sa zdalo, že sa hotelierstvo odpúta z náročného obdobia, prišli ďalšie obmedzenia. Generálny manažér Asociácie hotelov a reštaurácií Slovenska Marek Harbuľák tvrdí, že cestovný ruch má pred sebou ťažké mesiace a hotelieri budú bojovať o prežitie. Podujatia sa takmer nekonajú, vytratili sa zahraniční hostia a aj domáci turisti pod vplyvom meniacich sa pravidiel rezignovali.

Čo spôsobia slovenskému hotelierstvu obmedzenia v organizovaní hromadných podujatí?

Treba najprv spresniť, že nejde o všetky hromadné podujatia, napokon sa podarilo dosiahnuť aspoň to, že vzdelávacie akcie, ako napríklad semináre, školenia a podobné podujatia do 50 osôb je možné organizovať (od 15. októbra boli zrušené všetky hromadné podujatia, pozn. red.). No zmätočné ohlasovanie a každodenné zmeny, ktorých sme boli svedkami, spôsobili, že organizatori jednoducho rezignovali a takmer všetky podujatia zrušili.

Aké zariadenia sa dostanú do problémov?

Obdobie od septembra do konca roka je nielen pre mestské hotely, ale aj veľkú časť pobytových hotelov obdobím, keď najmä v pracovných dňoch žijú práve z odborných, firemných podujatí. Hotely, predovšetkým mestské, nedokážu tento výpadok ničím nahradiť. Pobytové hotely majú miernu výhodu, ale ani v ich prípade nemožno očakávať, že výpadok firemných hostí nahradia pobytoví hostia. Zahraniční hostia nie sú a veľká časť domácich hostí zo strachu nič neplánuje. Táto situácia má negatívny vplyv aj na samotné reštaurácie. Keďže chýbajú turisti, reštaurácie a kaviarne v Bratislave zaznamenávajú výrazný pokles v tržbách, rovnako ako aj podniky, ktoré sa špecializovali na svadby, rodinné oslavy či stužkové slávnosti.



Je už jasné, aké kompenzácie si budú môcť hotely a reštaurácie uplatniť po ďalšej vlne vládnych zásahov?

Vôbec nie je jasné či nejaké kompenzácie budú. Treba zdôrazniť, že doteraz nie je na programe vlády ani len návrh na kompenzáciu z prvej vlny, keď boli hotely a reštaurácie povinne zatvorené. Stále očakávame a požadujeme, aby vláda schválila opatrenia na refundáciu ušlých tržieb z prvej vlny a to, že sa bude zaoberať aj výpadkami v tržbách po znovuotvorení.

Ako je nastavený mechanizmus pomoci a kompenzácií počas doterajšieho priebehu pandémie koronavírusu?

Hotely a reštaurácie mohli čerpať len plošnú pomoc a nástroje z tzv. prvej pomoci, teda to isté, ako aj iné odvetvia, ktoré neboli povinne zatvorené alebo nezaznamenali výrazný pokles v tržbách. Navyše, kritériá na splnenie podmienok čerpania a využitia týchto nástrojov boli nastavené tak, že veľká časť nespĺňala podmienky, to znamená, že boli „podnikom v ťažkostiach“, resp. nedokázali zabezpečiť, že v období do dvoch mesiacov neprepustia zamestnanca, na ktorého žiadajú pomoc. Iné nástroje pomoci, ako napríklad prevádzkové úvery z programu Podnikateľ 2020 Slovenskej záručnej a rozvojovej banky boli nedostupné. Príprava a schválenie refundácie nájomov trvala veľmi dlho, väčšina podnikov, najmä v gastro biznise, to vyriešila s prenajímateľmi individuálne a čerpanie tejto pomoci sa ukazuje ako minimálne. Iné kompenzácie a mechanizmy – na rozdiel od ostatných krajín – na Slovensku, žiaľ, pre podniky v hotelierstve a gastro biznise nie sú.

Na nedostatočné ekonomické nástroje pomoci sektoru cestovného ruchu ste upozornili aj na zhromaždení pred úradom vlády. Pomohlo to upozorniť na problémy odvetvia a posunúť riešenie vašich požiadaviek?

Od zhromaždenia a pochodu pred Úradom vlády SR uplynul už viac ako mesiac. Ale ani

doteraz sme sa nedočkali žiadnych konkrétnych opatrení. Stále počúvame politikov, že si uvedomujú, že pomoc pre tieto služby je potrebná, a že hľadajú najúčinnnejšie nástroje. My sme im navrhli viacero nástrojov, ktoré sú preukázateľne účinné a overené v iných krajinách, preto si myslím, že netreba vymýšľať teplú vodu, ale inšpirovať sa týmito nástrojmi a čo najskôr ich realizovať.

Aká je vyťaženosť slovenských hotelov v tejto sezóne?

Rozdelím to na pobytové a mestské hotely. Po takmer troch mesiacoch, keď obidve kategórie hotelov mali nulové tržby (od polovice marca do začiatku mája), sa situácia v júni vôbec nezmenila. Výsledkom bol takmer 90-percentný prepád obsadenosti aj v mesiaci jún. Letné mesiace čiastočne pomohli pobytovým hotelom, ktoré poskytli svoje služby tým hosťom, ktorým presunuli už zaplatené pobyty z období, keď boli povinne zatvorení. Zároveň sa očakávalo, že domáci turisti zachránia aj výpadky zahraničnej klientely. To sa nestalo a my sme na to aj v našej komunikácii upozorňovali. Medziročný nárast v počte prenocovaní o necelé 3 percentá pri domácich turistoch nemožno označiť ako náhradu za pokles 40 percent výkonov, ktoré u nás zabezpečovali zahraniční turisti.

V mestských hoteloch bola situácia horšia, biznis klienta bola naďalej výrazne utlmená a zahraniční turisti takmer žiadni. Nádej však tieto hotely mali v prichádzajúcej jeseni, keď práve vďaka športovým, kultúrnym, ale aj vzdelávacím podujatiam mohli aspoň vykryť svoje náklady. Dnes už vieme, že sa tak nestane, situácia ostáva pre mestské hotely viac ako kritická. Mnohé z nich zvažujú opakované zatvorenie. V prí-

“ STÁLE POČÚVAME POLITIKOV, ŽE SI UVEDOMUJÚ, ŽE POMOC PRE TIETO SLUŽBY JE POTREBNÁ, A ŽE HĽADAJÚ NAJÚČINNEJŠIE NÁSTROJE. MY SME IM NAVRHLI VIACERO NÁSTROJOV, KTORÉ SÚ PREUKÁZATEĽNE ÚČINNÉ A OVERENÉ V INÝCH KRAJINÁCH, STAČÍ SA NIMI INŠPIROVAŤ A ČO NAJSKÔR ICH REALIZOVAŤ. ”

pade pobytových hotelov dochádza na jeseň k poklesu klasických dovolenkárov, a tieto hotely by mali fungovať počas pracovných dní zo vzdelávacích podujatí, akými sú kongresy, konferencie, školenia. Tie sa však vzhľadom na opatrenia nebudú konať, takže aj v prípade pobytových hotelov dochádza k veľkému prepadu počtu ubytovaných hostí. Niektoré hotelové zariadenia sa rozhodli zatvoriť prevádzku od pondelka do štvrtka a svoje služby ponúkať iba počas víkendov.

Dokázala letná sezóna aspoň čiastočne kompenzovať straty prevádzkovateľov hotelov a reštaurácií?

Služby, na rozdiel od iných odvetví majú jednu charakteristickú vlastnosť, ktorou sa odlišujú – tu nedokázate „vyrábať na sklad“. Inak povedané, každá nepredaná izba je premárnenou príležitosťou, ktorú ničím nenahradíte. To znamená, že straty nedokázate dohnať. Jediné, čo sa podarilo časti hotelov a reštaurácií je, že v letných mesiacoch si na seba zarobili, no určite to nedokázalo vykryť straty či náklady z predchádzajúcich mesiacov a určite si nedokázali zabezpečiť potrebnú rezervu na nasledujúcich niekoľko mesiacov.

Môžu nejaké opatrenia zmierniť prepád slovenského hotelierstva počas jesene a zimnej sezóny?

Keďže žiadne proaktívne opatrenie na podporu spotreby v hotelierstve neboli prijaté a keby aj začala vládť rozhodzovať peniaze z helikoptéry, treba povedať, že jeseň sa

nedá zachrániť. Ľudia rezignovali vzhľadom na spôsob prijímania opatrení, ktoré nie sú predvídateľné, boja sa rezervovať pobyt vopred, pretože sú pod silným tlakom strachu a obáv. A to napriek tomu, že hotelové zariadenia prijali viacero opatrení nad rámec toho, čo vyžaduje Úrad verejného zdravotníctva SR s cieľom, aby zabezpečili vyššiu bezpečnosť a zdravie nielen hostí, ale aj zamestnancov. Zimnú sezónu je možné zachrániť, no prízvukujem, že to, čo potrebujú naši hostia a turisti, rovnako aj prevádzkovatelia, je vedieť, aké budú pravidlá a podmienky, za ktorých bude možné poskytovať či čerpať služby. Zimná sezóna a lyžovačky prebiehajú v exteriéri, čo je výhodou a, ako som už spomenul, hotelieri zabezpečili a pripravili také opatrenia, ktoré zvyšujú bezpečnosť hostí počas pobytu.

Kedy sa dostanú hotely a reštaurácie i celé odvetvie cestovného ruchu do normálu?

Ideálne v roku 2023. To sú očakávania Svetovej organizácie pre cestovný ruch, ale aj iných medzinárodných inštitúcií. No obávam sa, že naše hotely a reštaurácie, rovnako ako po poslednej hospodárskej kríze, sa z tejto situácie budú dostávať oveľa dlhšie. Dôvodom je absencia podporných nástrojov na prekonanie tejto krízy, na rozdiel od iných krajín, čo už dnes spôsobuje, že okrem následkov koronakrízy budeme v nasledujúcich rokoch čeliť konkurenčnej nevýhode.

(Rozhovor sa uskutočnil začiatkom októbra 2020, pozn. red.)

ČESKÁ ASOCIACE JEDNÁ S VLÁDOU O KOMPENZACÍCH

PŘIPRAVIL Branislav Koscelník foto FOTO pixabay.com

Dočasné uzavření stravovacích zařízení, klubů a barů. Restaurace mohou stravu vydávat přes okénko a v hotelích obsluhují pouze své hosty. Česká vláda dále zpřísňuje opatření, kterými chce zpomalit šíření koronaviru. Platí do konce nouzového stavu. Asociace hotelů a restaurací České republiky připravila základní okruhy pomoci a žádá kompenzace.



ve stejné situaci jako jejich odběratelé, tedy hotely, penziony a restaurace.“

Další projekty dlouhodobějšího charakteru budeme diskutovat následně. AHR ČR zároveň vyzývá poskytovatele ubytovacích a stravovacích služeb, aby přijatá nařízení důsledně dodržovali a přispěli tak k rychlému řešení této krizové situace. Zároveň je připravena pomoci českému zdravotnictví, v případě potřeby, poskytnutím kapacit hotelových pokojů pro účely pobytů následné sociální péče a uvolnění kapacit zdravotnických zařízení.

SITUACE V UBYTOVACÍCH A STRAVOVACÍCH SLUŽBÁCH
Asociace hotelů a restaurací České republiky zpracovala se společností Data Servis – informace s. r. o. průzkum jak mezi provozovateli ubytovacích a stravovacích zařízení, tak i mezi zákazníky. Přinášíme sumarizaci hlavních výstupů v oblasti ubytovacích služeb.

PRAHA
Hlavní město je nejvíce zasaženým regionem, který představoval 60 % objemu cestovního ruchu a každý 11. obyvatel Prahy byl v cestovním ruchu zaměstnán. V Praze bylo v září uzavřeno 10 % ubytovacích kapacit (v květnu to bylo 30 %), dalších 37 % podniků zvažuje dočasné přerušení provozu. Reálně tedy hrozí, že do konce roku bude téměř polovina uzavřena a otevření závisí na vývoji situace v příjezdu cizinců, konferenčních akcích a návštěvnosti města. 90 % provozů udržuje své zaměstnance díky programu ANTIVIRUS.

“PODNIKY JSOU PO PRVNÍ VLNĚ PANDEMIE EKONOMICKY ZCELA VYČERPANÉ A PRACOVNÍ MÍSTA JIŽ DLOUHO NEUDRŽÍ.”

Obsazenost 4* a 5* hotelů v Praze je od počátku roku 26 %, oproti 77,5 % v loňském roce. Tržba na disponibilní pokoj od počátku roku je 17,50 eur, proti téměř 70-eurům v roce předchozím. Výhled obsazenosti do konce roku je mezi 6-10 %, což za současné situace je opět ještě optimistický výhled. Do konce roku počítá více než polovina ubytovacích zařízení s využitím konferenčních prostor maximálně do 10 %.

OSTATNÍ REGIONY

Celkem 20 % ubytovacích zařízení v ostatních regionech zvažuje možnost dočasného uzavření provozu. 70 % provozovatelů ubytovacích zařízení čerpá

program ANTIVIRUS a udržuje tak své zaměstnance. Dvě třetiny ubytovacích zařízení v ČR počítají s obsazeností do konce roku maximálně do 30 %. Zařízení, která mají k dispozici konferenční prostory a salonky, je budou mít obsazené maximálně do 10 %. Situaci dále budou zhoršovat současná epidemiologická opatření.

Jaká opatření připravují podnikatelé za této situace?

Všeobecně se podnikatelé připravují řešit současnou situaci především omezením rozsahu poskytovaných služeb nebo dočasným uzavřením provozu, dále snižováním nákladů, což bude mít přímý dopad jak na zaměstnanost, tak na návazné dodava-

tele služeb a surovin. Zároveň se podnikatelům zvýší náklady na hygienu a ochranu zaměstnanců a některé plánované investice budou muset zrušit.

Co by pomohlo podnikatelům?

Z nejčastějších odpovědí shrnujeme: pokračování programu ANTIVIRUS či jiné formy podpory zaměstnanosti; snížení odvodů za zaměstnance nebo jejich dočasné prominutí; jasný plán, jak se bude situace v pohostinství a v cestovním ruchu dále řešit; nevytváření nepodložených tvrzení o rizikovitosti našeho oboru; co nejrychlejší obnovení příjezdu cizinců.

ZDROJ AHR ČR

Asociace hotelů a restaurací České republiky (AHR ČR) plně respektuje nová opatření vlády, která přináší prakticky uzavření restaurací a zásadní omezení ubytovacích služeb. Uvědomuje si nutnost rychlého zastavení nárůstu šíření onemocnění Covid-19. Přestože je AHR ČR stále přesvědčena, že nebylo jednoznačně v datech prokázáno, že právě služby veřejného stravování jsou z pohledu šíření nákazy jedním z hlavních zdrojů, vnímá uzavření provozů jako lepší řešení, než postupné zkracování otevírací doby a další omezení, která v důsledku znamenají lockdown téměř všech provozů.

AHR ČR vnímá jako zásadní podporu podnikatelů formou kompenzačních programů pro všechny obory tímto opatřením dotčené. Podniky jsou po první vlně pandemie ekonomicky zcela vyčerpané a pracovní místa již dlouho neudrží. Proto je nezbytná rychlá a účinná pomoc státu těm, kteří si řádně plnili v minulosti své daňové povinnosti vůči státu.

Prezident AHR ČR, Václav Stárek k tomu uvádí: „Zahájili jsme jednání o konkrétní formě podpory státu s vicepremiérem Karlem Havlíčkem. Postupujeme společně s Hospodářskou komorou ČR, již jsme členem a AMPS. Společně jsme připravili základní okruhy pomoci, kterou je nutno urychleně přijmout. Jedná se o prodloužení programu ANTIVIRUS a 100 % kompenzaci mezd v době platnosti omezení. Další prodloužení tohoto programu minimálně do ledna 2021. Dále obnovení programu COVID – nájemné a obnovení programu COVID – ubytování. V těchto programech je nezbytné minimalizovat překážky pro jejich čerpání. Zároveň chceme zavést program kompenzací pro všechny podniky veřejného stravování, o jeho parametrech vedeme další jednání s vládou. Pro podnikatele je rovněž nezbytné prodloužení moratoria na úvěry, a to minimálně opět pro dotčené obory. Zapomenout by se nemělo ani na dodavatele služeb a surovin pro segment HoreCa, protože mnozí z nich jsou



15. KONFERENCE AHR ČR

HOTEL BEST WESTERN INTERNATIONAL BRNO

20. listopadu 2020

www.konferenceahr.cz



Petr Mára



Lubomír Bárta ml.



Jan Jelínek



FOTO AdobeStock

Čistota v hoteloch a reštauráciách bola jednou z priorít pri rozhodovaní hosta o návšteve konkrétneho ubytovacieho či stravovacieho zariadenia. Koronakríza túto preferenciu dôsledne preverila a jej pozíciu dokonca upevnila. Potreba bezpečnosti sa stala jednou zo základných potrieb každého človeka.

Viacero výskumov potvrdilo, že hosť zavíta do hotela len vtedy, ak sa v ňom bude cítiť bezpečne alebo riziko infekcie bude vnímať ako minimálne. Toto platí nielen pre návštevníkov hotelov, ale i reštaurácií a ostatných verejných priestorov. P&G Professional, divízia spoločnosti Procter & Gamble, uskutočnila výskum na vzorke 850 cestovateľov a 974 návštevníkov reštaurácií a zistila tieto skutočnosti:

- 57 % návštevníkov očakáva transparentné informácie o tom, ako hotely udržiavajú čistotu a starajú sa o bezpečnosť hostí;
- 67 % si želá dôkladnejšie a frekvencovanejšie čistenie;
- 74 % návštevníkov reštaurácií chce vedieť, akým spôsobom prebieha čistenie a sanitácia;
- 61 % o tom očakáva nejaký dôkaz – formou nápisu, nálepky, či brožúry;
- návštevníci reštaurácií vo svojich prioritách kladú čistotu na 2. miesto hneď za kvalitou jedla a služieb;
- pre hostí ubytovacích zariadení je čistota a housekeeping dokonca dôležitejšie ako lokalizácia a cena.

ČISTOTA, NA KTORÚ SA MÔŽETE SPOĽAHNÚŤ

TEXT A FOTO Ecolab

Ecolab poskytuje zdarma edukatívny a školiaci materiál týkajúci sa situácie Covid-19. Zároveň svojim zákazníkom dáva k dispozícii systém vizuálnych označení, z ktorých sa návštevníci môžu dozvedieť všetky informácie o hygienických postupoch používaných v danom zariadení.

Dodržiavanie zvýšených hygienických štandardov sa stalo rozhodujúcim faktorom pri výbere ubytovacích a reštauračných zariadení. Ecolab poskytuje svojim HoReCa zákazníkom vizuálny systém značenia uľahčujúci výber hotela alebo reštaurácie, ktorý spĺňa najvyššie profesionálne hygienické a sanitačné postupy. Spoločnosť sa navyše rozhodla vymieňať vedomosti a skúsenosti so zástupcami všetkých odvetví zasiahnutých pandémie Covid-19.

Ecolab zverejnil na svojich webových stránkach zadarmo školiaci materiál a aktualizované sanitačné a hygienické plány, pokyny alebo kontrolné zoznamy na jednotlivé oblasti čistenia a hygieny.

V rámci HoReCa sektora je nepochybne kľúčovým úspechom garancia najvyšších hygienických noriem a štandardov čistoty. Zákazníci a zamestnanci sa musia cítiť bezpečne v každom ubytovacom či stravovacom zariadení a byť informovaní o komplexnom systéme sanitácie a hygieny podľa najvyšších štandardov daného zariadenia. Hotely a reštaurácie sa prispôbili pokynom ministerstva zdravotníctva a hlavného hygienika. Stále viac firiem sa však usiluje byť o krok vpredu a zavádzať oveľa prísnejšie bezpečnostné opatrenia a zlepšovať postupy sanitácie a hygieny vnútorných priestorov.

Ecolab, ako popredný svetový poskytovateľ technológií a služieb v oblasti ošetrovania vôd, bezpečnosti potravín a prevencie proti infekčným chorobám, ponúka firmám pomocnú ruku. Tím jeho expertov vyvinul a poskytuje bezplatný prístup k programu „Reopening“, ktorý zahŕňa metódy a množstvo materiálu, ktoré pomáhajú spoločnostiam organizovať prácu počas pandémie a zaručiť bezpečnú prevádzku.

„Od začiatku pandémie pracujeme na zvyšovaní povedomia ako predíšť šíreniu infekcie vírusu SARS-CoV-2. Podporujeme firmy a inštitúcie pri zaistovaní bezpečného pracovného prostredia a zavádzania nevyhnutných hygienických a sanitačných opatrení. Som presvedčený, že materiály vytvorené naším medzinárodným tímom odborníkov uľahčia hotelom a reštauráciám splniť všetky požiadavky na ich bezpečnú prevádzku v tomto náročnom období,“ hovorí Michal Hollý, District manager Institutional spoločnosti Ecolab Slovensko a pokračuje: „„Reopening“ je ucelený program udržiavania vysokých hygienických štandardov a profesionálne odborné poradenstvo v období pandémie COVID-19. Program zahŕňa školiace materiály, prístupy k webinárom, postupy čistenia a detailné inštrukcie sanitácie vnútorných priestorov zákazníka. Hotelieri a reštauratéri tu nájdu hygie-

WINDOW CLING



ECOLAB

A CLEAN YOU CAN COUNT ON.

We partner with Ecolab, a cleaning industry expert. Together, we can help prevent the spread of COVID-19.

- Heightened Disinfection Procedures
- Ongoing Staff Training
- Innovative and Effective Products

ECOLAB

nické a čistiace plány, ktoré sú pripravené presne na mieru ich činnosti, kontrolné listy v papierovej aj elektronickej podobe a ďalšie tlačové materiály.“

Všetky materiály sú k dispozícii na: <https://ecolab.com/coronavirus>

VIZUÁLNE OZNAČENIA

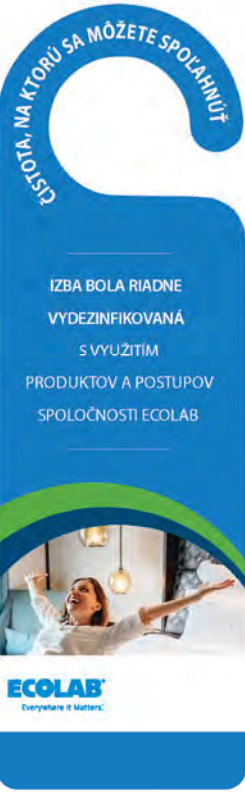
Hostia v súčasnosti očakávajú nielen najvyššie hygienické a bezpečnostné štandardy v hotelových a stravovacích zariadeniach, ale požadujú viditeľné a čitateľné informácie o metódach a prípravkoch používaných na hygienu a sanitáciu. „V rámci vzájomnej spolupráce poskytujeme našim zákazníkom systém vizuálnych označení „Čistota, na ktorú je spoľahlivé“. Ide o visáčky na dvere, samolepky na okná, letáky s informáciami o našom partnerstve a použití výrobkov na profesionálne upratovanie. Spotrebitelia sa tak môžu dozvedieť všetko o hygienických postupoch používaných v danom zariadení na zabezpečenie maximálnej bezpečnosti hostí. Vďaka povedomiu o profesionálnych metódach sanitácie a viditeľnej prítomnosti uznávanej

značky, sú hostia ochotnejší využívať ponuku hotelov alebo reštaurácií,“ vysvetľuje Michal Hollý.

O NÁS

Ecolab je spoľahlivý partner pre viac ako dva milióny zákazníkov po celom svete. Je globálnym lídrom v oblasti hygieny, úpravy vody a úspore energií. Spolu so 48 tis. spolupracovníkmi vo viac ako 170 krajinách sveta poskytuje komplexné riešenie, technológie a servis priamo u zákazníka tak, aby bola zabezpečená bezpečnosť potravín, udržateľnosť čistého prostredia, optimalizácia spotreby vody a energií a zlepšenie efektivity u zákazníkov v oblasti spracovania potravín, verejného stravovania, pohostinstva, zdravotníctva a priemyselnej výroby. Viac informácií o spoločnosti Ecolab nájdete na:

- <https://sk-sk.ecolab.com/>
- Twitter@ecolab
- facebook.com/ecolab
- LinkedIn Ecolab
- Instagram Ecolab Inc.





KORONAKRIZE PROVĚŘILA VÝZNAM PŘÍMÝCH REZERVACÍ

PŘIPRAVILA Radka Telyčková FOTO AdobeStock

Koronavirus způsobil šok světové ekonomice. Po uzavření hranic a zavedení vládních restrikcí na ubytovací zařízení se počet rezervací dostal, prakticky přes noc, téměř na nulu. Navíc kromě útlumu budoucích rezervací dramaticky přibyla i storna již existujících rezervací; situace, která významně ovlivnila likviditu hotelů a spoustu z nich přiblížila okraji platební neschopnosti.

Ve stavu, kdy ubytovací zařízení nebyla schopna naplnit svoji kapacitu, OTAs kanály i hotely samotné pozastavily téměř okamžitě marketingové kampaně; krok, který způsobil zastavení provozu webových stránek stejně jako prodej přímých i zprostředkovaných rezervací.

Nicméně, zatímco Velká Británie byla stále uzavřena, některé evropské země pomalu mohly znovu otevírat svá zařízení. Jako příklad uveďme Polsko a Německo, které patřily mezi první země,

které 4., resp. 14. května otevíraly. Od tohoto dne jsme za pomoci statistik a analytických nástrojů pozorovali postupný **nárůst rezervací s jasným trendem rychlejšího růstu přímých rezervací.**

Od prvního uzavření ubytovacích zařízení v Evropě uběhlo téměř šest měsíců. Nečekáný rozmach pandemie koronaviru dostal nejedno ubytovací zařízení do situace, kdy muselo bojovat o přežití, dodnes se z toho spousta ubytovacích zařízení vzpamatovává a některá mají stále své provozy uzavřené. Zdaleka nemáme vyhráno.

Jedno víme nyní určitě. Ubytovací zařízení, která nebyla do doby před koronakrizí tolik závislá na zprostředkovaných rezervacích, se po znovuootevření hotelů vzpamatovala jako první a dnes hlásí rekordní obsazenost i tržby. Častokrát vyšší než v loňském roce.

Naše zkušenosti s minulými krizemi potvrzují, že cestovní ruch je nejdříve obnovován na tuzemské úrovni (dovolená), až poté se přidávají zahraniční turisté, obchodní cestující, následně se poptávka zvyšuje v oblasti konferencí, kongresů, veletrhů a výstav. Vše záleží na chuti cestovat a na finančních možnostech každého z nás. Zvýšení poptávky a zájem o cestování nyní také brzdí celosvětový strach z onemocnění, jakož i jednotlivá omezení každého státu vůči obyvatelům dalších států.

Vše, co jsme roky úspěšně budovali, nám koronakrize vzala obratem ruky. Booking Holding propustí 25 procent zaměstnanců z celkového počtu 17 500. Airbnb, Tripadvisor propouští čtvrtinu svých zaměstnanců, HolidayCheck opustí ke konci roku 100 zaměstnanců ze současných 490. Tržby HolidayCheck klesly v prvním pololetí 2020 ze 74,9 milionů eur na 0,8 milionů eur v porovnání s loňským rokem. Expedia hlásí propad rezervací o 90 procent.

PRUDKÝ NÁRŮST POPTÁVKY
Období covidových prázdnin bylo pro hotelnictví katastrofou. Potenciální hosté se ani neobtěžovali navštívit webové stránky hotelu, což jen podtrhlo pokles poptávky. Do dnešního dne to pro hotelový průmysl nevypadá vůbec dobře. Nicméně, jak jednotlivé vlády začaly v dubnu či květnu 2020 oznamovat postupná uvolnění restrikcí, nastal významný bod zlomu. Návštěvnost webových stránek rapidně vzrostla tím, jak hosté začali přehodnocovat své prázdninové plány a uvažovat o čase po tzv. lockdownu.

Ukázalo se, že s rostoucí návštěvností webových stránek hosté objevují různé

možnosti trávení svých dovolených, a to je přesně ta doba, kdy se efektivní strategie přímých rezervací dostává do popředí. **Klíčem k úspěchu** je zařazení nástrojů online prodeje a automatizovaných nabídek prostřednictvím implementace softwaru přímých rezervací. Spoléhání se na recepci je mnohem méně efektivní a naopak časově náročnější než profitování z výhod integrovaného řešení.

“UBYTOVACÍ ZAŘÍZENÍ, KTERÁ NEBYLA DO DOBY PŘED KORONAKRIZÍ TOLIK ZÁVISLÁ NA ZPROSTŘEDKOVANÝCH REZERVACÍCH, SE PO ZNOVUOTEVŘENÍ HOTELŮ VZPAMATOVALA JAKO PRVNÍ A DNES HLÁSÍ REKORDNÍ OBSAZENOST I TRŽBY. ČASTOKRÁT VYŠŠÍ NEŽ V LOŇSKÉM ROCE.”

PROBLÉM NENÍ DISTRIBUCE, NÝBRŽ POPTÁVKA
Na jedné straně totální výpadek tržeb u velkých zprostředkovatelů, masivní propouštění, vidina obnovení velkých konferencí, kongresů a snadné cestování bez omezení téměř v nedohlednu, na druhé straně některé lokality a ubytovací zařízení praskají ve švech. Osobně vnímám, že problém není v distribuci, ale v poptávce. Ta je nyní pouze lokálního významu, resp. lehce přesahuje okolní státy. Hosté volí především osobní dopravu a ty ze vzdálenějších zemí tu vidíme minimálně. To potvrzuje také, že bez zahraniční klientely se žádná země neobejde.

Ta ubytovací zařízení, která se doposud spoléhala na rezervace přes zprostředkovatele a zároveň jejichž klientela byla převážně ze zahraničí, mají dnes největší problémy. Přesně tato poptávka chybí a způsobuje velké finanční problémy. Navíc se potvrzuje, že kdo se spoléhal na vlastní zdroj rezervací se z koronakrize dostává daleko rychleji. Proč tomu tak je? Já osobně v tom mám jasno. První hosté, kteří si

rezervovali pobyt po otevření v květnu byli ti, kteří konkrétní ubytovací zařízení znali. **Věrný host byl ten, který se vrátil jako první. A věrní hosté ve většině případů rezervují napřímou.**

Strategie přímých rezervací se zaměřuje na získávání rezervací skrze vlastní prodejní kanály včetně webové stránky ubytovacího zařízení, sociálních sítí, mobilu či e-mailu.

Současné hotely a další zařízení používají zprostředkovací kanály jako např. OTAs (Online Travel Agencies), které před pandemií pomáhaly generovat značnou část rezervací hotelu zvláště těch v metropolích.

Koronakrize pro nás nyní znamená jediné: nyní je problém poptávka (ze zahraničí), nikoliv distribuce. **Naším základním záchranným kruhem je nyní jediné naše klientela, která nás zná. A ten kdo nás zná, by měl vždy rezervovat napřímou.** U zprostředkovaných rezervací je to totiž většinou host, který přijíždí do našeho hotelu nebo penzionu poprvé. Víte, kolik vás stojí získání nového hosta a kolik udržení toho stávajícího?

TRIKO SI MUSÍME ZACHRÁNIT SAMI
Jeden příklad za všechny: Favorit Parkhotel v německém městě Mainz vsadil přesně na tuto kartu. Připravil speciální pobytové balíčky začínající od 390 eur na osobu a pobyt pro své klienty z Beneluxu, ze spolkových zemí Severní Porýní-Vestfálsko a z Bádensko-Württemberska, natiskl pro tyto hosty, kteří v hotelu již

někdy v minulosti byli, leták a rozeslal poštou 20 tisíc obálek. Investoval 50 000 eur a zajistil si prodej 30 pokojů hned v první týden po odeslání této kampaně. Počet rezervací do budoucna se stále zvyšuje a počet přímých rezervací stoupá. Majitel hotelu, Christian Barth, říká: „Nemám strach, že by na nás hosté zapomněli,” a dodává „v našich stálých hostech vidím naději.”

Nyní se po této krizi musíme zachránit sami. **Naši hosté, kteří nás znají, jsou naše budoucnost. Přímé rezervace jsou naše budoucnost. Dlouhodobá prosperita je důležitější, než krátkodobé efekty. Věrný host, host rezervující napřímo, je náš zlatý důl.**

PRŮMĚRNÁ HODNOTA PŘÍMÝCH REZERVACÍ JE VYŠŠÍ
Na podporu přímých rezervací ubytovací zařízení často nabízejí nějaké služby navíc (extras) čili ubytování ale s doplňkovými službami nebo nabídkami jako např. strava nebo wellness, což jsou nejžádanější požadavky hostů. Tyto nabídky jsou připraveny a dostupné výlučně skrze hotelové kanály přímého prodeje, což v důsledku znamená, že **průměrné hodnoty** získané přímým prodejem jsou **podstatně vyšší než ceny nabízené zprostředkovaně**. Výsledky, které jsme zaznamenali v červnu to potvrzují, což ukazuje na průměrně 50procentní zvýšení průměrné ceny za pokoj přes přímé rezervační kanály ve srovnání s OTAs.

HODNOTA REZERVACE /KATEGORIE ZAŘÍZENÍ	PŘÍMÝ KANÁL/ OSTATNÍ
5*	135 %
4*	187 %
Aparthotels	144 %
3*	133 %
Tabulka: % zvýšení průměrné ceny za pokoj podle kategorie ubytovacího zařízení u přímých rezervací ve srovnání s OTAs (květen-červen 2020).	

“TA UBYTOVACÍ ZAŘÍZENÍ, KTERÁ SE DOPOSUD SPOLÉHALA NA REZERVACE PŘES ZPROSTŘEDKOVATELE A ZÁROVEŇ JEJICHŽ KLIENTELA BYLA PŘEVÁŽNĚ ZE ZAHRANIČÍ, MAJÍ DNES NEJVĚTŠÍ PROBLÉMY.”

PŘÍMÉ REZERVACE NEJEN LEVNĚJI ALE TAKÉ BEZPEČNĚJII! Pandemie ukázala, jak je pro hoteliéry důležitá orientace na přímé rezervace. Při absenci přirozené poptávky a limitované zahraniční klientele (a zprostředkovatelských portálů v pozici, kdy nejsou schopny vytvářet přímé rezervace) se prokázala jako klíčová schopnost hotelů evokovat zájem o jejich nabídku, zejména s novým důrazem na lokální trh.

V hotelnictví se odehrává neustálý **boj o rezervace**, ale také o dobré vztahy s hosty. Vaší výhodou oproti zprostředkovatelům je fakt, že hosté se ubytovali nebo jsou ubytováni **u vás a vy** je také můžete přímo kontaktovat. K tomu potřebujete silnou značku a širokou databázi e-mailových kontaktů s odpovídajícím marketingovým souhlasem. Dobrým způsobem, jak toho dosáhnout, je zaslání **specializovaných**

kampaní pomocí CRM nebo používáním aktivních marketingových aktivit jako jsou **on-line kampaně a cílený remarketing**. Zkušenosti naši klientů ukazují, že newsletter způsobí vždy další vlnu přímých rezervací nejen on-line, ale i e-mailem či telefonicky.

V současné situaci další přidaná hodnota přímých rezervací (kromě vyšších tržeb) představuje také bezpečnost. Sama ubytovací zařízení si upravují storno podmínky tak, aby se hotelu vrátily či využily zálohy do budoucna. Komunikací napřímo s klienty nabízí alternativní možnosti, napomáhá s udržením si cash flow. Tyto možnosti komunikace či nabízení alternativ nebyly možné u rezervací z OTAs, které si kladou vlastní podmínky a na hosta málokdy existuje přímý kontakt. Jednoduše řečeno – práce s přímými rezervacemi ponechává **moc a flexibilitu** v samotném ubytovacím zařízení.



SÍLA ZNAČKY V TĚŽKÝCH ČASECH
Od příchodu koronavirové krize jsme viděli hoteliéry, kteří investovali již během standardní „tiché” sezóny do **budování silné značky a rozvoje přímých vztahů se svými hosty**, a tak sklízeli zasloužené ovoce. Podle našich dat, právě tito hoteliéři a jejich ubytovací zařízení byli ti první, kdo zaznamenal **značný růst v počtu rezervací** a do značné míry byli zodpovědní za světový růst rezervací po znovuootevření ubytovacích zařízení. Nejenže první generovali zisk z přímých rezervací, ale zejména využili oslabení OTAs kanálů, které nebyly schopny vytvářet poptávku závčas k podpoře trendu přímých rezervací. V počátečním období po znovuootevření jsme viděli **vysokou míru přímých rezervací**, což je trend, ve který doufáme i nadále.

JAK VYTĚŽIT MAXIMUM
Ubytovací zařízení by měla vytěžit co nejvíce z této zvýšené poptávky a rozšířit tak svoji loajální klientelu. Je důležité nejen maximalizovat počet přímých rezervací, ale také **rozvinout loajalitu mezi svými hosty, kteří přišli z jiných rezervačních kanálů**. Hotely a jiná zařízení toho mohou dosáhnout mnoha cestami a to nejen za pomoci recepce a personálu, ale také používáním automatických systémů. Už před COVID-19 jsme viděli, že e-mailový kontakt (s marketingovým souhlasem) je cennější než 11 eur a tato hodnota bude stále stoupat.

Koronakrize je pro nás nová životní etapa. Je to jako začínat od nuly. Strategie

přímých rezervací a správné nastartování cenové politiky pro nás znamená: nezávislost na portálech, optimální prodejní cenu vs. obsazenost, více věrných klientů a podporu vlastní značky. Ač se to může zdát nereálné, strategie přímých rezervací je cestou i pro ta ubytovací zařízení, která nyní musela svůj business přeorientovat na domácí klientelu. Tyto hotely by neměly na svou novou klientelu v budoucnu zapomenout. **Nezapomeňme na ty, kteří nám pomohli nepříznivé dny přežít!** Jednou z těch cest, jak jim poděkovat, je nabídnout jim možnost rezervovat napřímo s výhodnějšími podmínkami.

Rozsáhlá strategie přímých rezervací umožňuje **získávat rezervace za nižší náklady a navíc budovat vztahy s hosty** – něco, co se ukázalo jako nedocenitelné, zejména pak v posledních měsících. Současná pandemie ukázala, jak moc přímé rezervace mohou pomoci znovu získat příjem v důsledku nuceného uzavření. Úspěch strategie závisí na mnoha faktorech, ale bylo jasné prokázáno, že ubytovacím zařízením, která na implementaci pracovala již dříve, se dostala zasloužená odměna. Vzhledem k maržím, které jsou nyní pod velkým tlakem, ubytovací zařízení dělají vše k větší a větší spokojenosti a vylepšují sama sebe a přímé rezervace nevyjímaje.

Více přímých rezervací, strategie prodeje, dynamická cenotvorba a revenue management patří mezi nástroje, bez kterých se již nyní žádné ubytovací zařízení neobejde.

STRATEGIE PŘÍMÝCH REZERVACÍ V 7 BODECH:

1. „Vytunit” webovou stránku;
2. Investovat do lepšího obsahu a fotek na vlastním webu;
3. Pořídit si pořádný on-line rezervační systém na vlastní webovou stránku;
4. Zapracovat na super produktu a službách; nejvýhodnější nabídky vždy a pouze na vlastním webu;
5. Investovat na Google a placenou reklamu směřovat jen na váš web;
6. Osvojit si strategii přímých rezervací a používat zásady revenue managementu včetně dynamické cenotvorby;
7. Sbírat recenze, vlastní recenze! A hlavně je nezapomenout umístit na vlastní web.



RADKA TELYČKOVÁ

U Radky Telyčkové se o cestu k hoteliérství postarali její rodiče, kteří začali vést chatu v Orlických horách. Už od devíti let tedy sbírala své „první zkušenosti”. Během studií na střední i vysoké škole vykonávala absolventskou praxi a poté i pracovala v hotelu InterContinental Praha. Tato práce jí dala mnohem víc než studium. Dnes, jak sama říká, je prošpikována láskou k hotelům, cestování, cestovnímu ruchu, lidem a k pohostinnosti. Baví ji práce s kolegy hoteliéry, baví ji vymýšlet strategické plány, jak jim práci ulehčit a jak jim pomoci více vydělávat. Její specialitou je vše, co se týká obchodu, marketingu a revenue managementu. Má zkušenosti s channel managementem, integrací booking engine do webových stránek, implementací PMS a e-commerce. www.pomahamehotelierum.cz

NAJNÁROČNEJŠIA JE PRÁCA S ĽUĎMI

PRIPRAVILA Petra Adamcová FOTO archív Radúza Dula

Radúz Dula je hotelier a expert na oblasť cestovného ruchu. Od roka 2010 pôsobí ako člen prezídia Asociácie hotelov a reštaurácií SR, v roku 2011 bol spoluzakladateľom Zväzu cestovného ruchu, ktorý ako viceprezident a neskôr ako predseda dozornej rady reprezentoval v mnohých projektoch. V súčasnosti pôsobí ako generálny riaditeľ sekcie cestovného ruchu na Ministerstve dopravy a výstavby SR. Napriek vyťažnosti a zaneprázdnenosti si Radúz Dula našiel čas a ochotne nám odpovedal na naše otázky.

Ste hotelierom i expertom na oblasť cestovného ruchu. Máte viac ako 20-ročné skúsenosti v najvyššom manažmente hotelov. Kde všade ste pôsobili?

Pôsobil som v súkromných a sieťových hoteloch Sofitel, Novotel a Radisson v Rakúsku. Po návrate na Slovensko som začal pracovať v privátnej hotelovej sieti zameranej na kúpeľný cestovný ruch Pressburg Hotels, pôsobil som aj ako riaditeľ pri otvorení hotela Chopin, dnes hotela Vienna House v Bratislave, bol som projektovým riaditeľom hotela Lindner Gallery Centrál, neskôr riaditeľom hotela Holiday Inn v Trnave, Hotela Fis v Jasnej. Naposledy som bol generálnym riaditeľom projektu prestavby a obnovy národnej kultúrnej pamiatky Šimák Zámok Pezinok na hotel, múzeum, galériu, reštauráciu, vinárstvo a kongresové centrum.

Viem, že túto prácu milujete, v čom bola najťažšia?

Každý manažér, ktorý viedol nejaký tím ľudí, vám bez dlhého rozmýšľania odpovie, že určite najnáročnejšia je práca s ľuďmi. A tak to bolo, a aj je i v mojom prípade.

Každý hotel je iný, má inú klientelu, inú kategorizáciu, úroveň i lokalitu. Dá sa povedať, čo majú všetky hotely spoločné či už ide o malý penzión na strednom Slovensku alebo kongresový hotel vo Viedni?

Celé hotelierstvo stojí na personálnom obsadení. Keď nefunguje personál, nefunguje nič. Ďalej musí fungovať majiteľská štruktúra, aby malo vedenie hotela podporu majiteľov. Trochu jednoduchšie je to vo vedení medzinárodných a sieťových hotelov, pretože majú zavedené štandardy a spracované manuály na rôzne situácie, ktoré môžu nastať. Malé hotely to majú ťažšie, tam ide skôr o emotívne vedenie.

Čo je pre hosta kľúčové, aby sa cítil komfortne? Niektorí uprednostňujú správny pomer ceny a kvality, iní preferujú čistotu hotela, ďalší uvádzajú ústretovosť personálu. Čo za kľúčové považujete vy?

Podľa mňa základom spokojnosti klienta je to, že hosť musí mať prekonané svoje očakávania. Ak ide do štvorhviezdičkového hotela a dostane služby päťhviezdičkového, je nadšený a rád sa sem vráti, naopak, ak ide do štvorhviezdičkového hotela a jeho služby sú „trojhviezdičkové“, spokojnosť a pozitívne reakcie nečakajte.

Ako vnímate fungovanie hotelových a ubytovacích zariadení na Slovensku. V čom sme dobrí, v čom by sme sa mohli zlepšiť?

Pred dvoma - tromi rokmi dostalo Slovensko od ubytovacích portálov ocenenie, že máme vysoký štandard čistoty a hotelového vybavenia. Zahraničné hotely, najmä sieťové, sú staršie a opotrebovanejšie. V tomto sme lepší, napríklad hotel Holiday Inn v Žiline je na hornej hranici kvality celej hotelovej siete, rovnako ako hotel Radisson v Bratislave. Hotel Kempinski na Štrbskom Plese získal ocenenie za architektúru hotela a jeho „usadenie“ v historickej budove je taktiež jedinečné a úžasné ocenenie. Som presvedčený o tom, že štvorhviezdičkové hotely v Bratislave by mali päť hviezdíček, keby boli situované vo Viedni. Preto budeme na Ministerstve dopravy a výstavby SR prerokovávať a meniť zákon o klasifikácii hotelov, aby sme sa priblížili okolitým európskym krajinám.

Pokiaľ ide o negatíva, zaostávame v systémovosti práce, máme malý podiel sieťových spoločností, ľudia sa nemajú kde naučiť isté zručnosti. U nás sa problémy riešia skôr intuitívne, nehovorím, že je to zlé, ale je to náročnejšie, pretože ešte nemáme vypracované šablónové riešenia rôznych situácií.

Aké sú najčastejšie problémy slovenských hotelov?

V roku 2009, keď som otváral hotel Chopin, nemali sme problém nájsť dobrý a kvalifikovaný personál. Keď sa prenesieme do roku 2019, nie sú žiadne voľné kapacity pre personál, nemáme kde trénovať a školiť zamestnancov. Nikto sa počas práce nevzdeláva, chýba nám doplnkové vzdelávanie. Je to dosť náročná situácia, ak by sa vyriešila, určite by sa u hotelového personálu zvýšila systematickosť práce.

Viete odhadnúť vplyv koronakrízy na segment HoReCa?

Celkovo má koronakríza katastrofálny vplyv na celý svet. Aj Európska komisia v dokumente z mája 2020 uvádza, že letecký priemysel a služby v cestovnom ruchu sú dve najviac postihnuté odvetvia. Ak sa pozrieme na údaje Štatistického úradu SR z apríla 2020, je tam zaznamenaný pokles pracovných miest v segmente Horeca o viac ako deväť tisíc oproti januáru. A to sa v apríli nič zásadné nedialo, ľudia boli ešte vo výpovedných lehotách. V júli a v auguste sa podľa mňa dostaneme na dno zamestnanosti – nezamestnanosť bude vrcholiť.



Reálne výsledky z týchto mesiacov sa dozvieme pred koncom roka. Podľa analýzy, ktorú robíme na ministerstve, odhadujeme ohrozených 20 – 30 % zamestnancov v tejto branži, čo je strata pracovných miest v konzervatívnom odhade 20 tisíc pozícií, v menej konzervatívnom okolo 36 tisíc pozícií.

Má občan Slovenska nejaké možnosti ako pomôcť slovenskému hotelierstvu a cestovnému ruchu?

Áno, má. Pomôže, ak si ľudia vyberú dovolenku na Slovensku, ideálne nie jednu, ale viacero, a tiež to, aby boli pobyty rozložené po celej krajine. Lebo to, že budú obsadené aquaparky a miesta, kde je veľa atraktív sa dá predpokladať, a teší nás to. Avšak my potrebujeme zachrániť cestovný ruch aj napr. v Bratislave a Košiciach, kde boli predovšetkým kongresoví a business turisti so zahraničia, a tí tam tento rok nebudú.

Jedným z kľúčových bodov programového vyhlásenia vlády v oblasti cestovného ruchu je opätovné vytvorenie Slovenskej agentúry pre cestovný ruch. V akom časovom horizonte k nemu dôjde?

Očakávaný termín je v roku 2021, vytvo-

reniu musí predchádzať súhlas vlády SR a schéma financovania.

Dôjde aj k nejakej zmene fungovania OOCR resp. KOCR?

Zmeny vo fungovaní OOCR a KOCR zásadne nepredpokladáme, rokujeme však v rámci pracovných skupín a stretnutí v regiónoch so zástupcami OOCR, KOCR a samosprávy o zlepšovaní systému fungovania.

Európa je lídrom v oblasti kongresového priemyslu. Aké aktivity chystá Slovak Convention Bureau (SCB) aj vzhľadom na dôsledky koronakrízy?

Slovak Convention Bureau je aktuálne v útlme aj pre koronakrízu. V súčasnosti aktívne plánujeme budúce fungovanie, o ktorom rokujeme so zástupcami SCB i odbornou verejnosťou.

Čo rád robíte vo voľnom čase a ako relaxujete?

Už desiaty rok s radosťou robím rozhodcu ľadového hokeja malým žiakom. Doma sa venujem spolu s mojou dcérou rôznym športom a aktivitám. V januári som sa stal dvojnásobným otcom, teším sa z môjho päť-

mesačného syna, s ktorým rád trávim čas a je to ten najväčší mentálny relax. Rovnako rád športujem alebo si vychutnávam dobré jedlo.

Keď dovolenkujete, viete sa odosobniť od svojej práce?

Odfiltrovať sa viem od všetkého, ale od tohto nie. Preto pri dovolenkách vždy preferujem prenájom celej nehnuteľnosti. Mám s tým výborné skúsenosti z mnohých krajín sveta, dovolenkovali sme takto v USA, Karibiku, Thajsku, a tento rok si určite niečo pekné nájdeme na Slovensku.

V odbore hotelierstva, jeho manažovaní, poradenskej činnosti ste dosiahli už zrejmé všetko. Máte ešte nejaké ďalšie méty?

V súčasnosti som najvyšším štátnym úradníkom pre cestovný ruch. V tejto branži sa už naozaj nemám kam posunúť. Chcel by som však z tejto pozície dosiahnuť určité výsledky, pomôcť celému segmentu cestovného ruchu i hotelom ako takým. Pracovať na Slovensku v niektorom štandardnom hoteli už ambíciu nemám, ale ak mi to rodinná situácia dovoľí, možno v budúcnosti by som sa zase rád pozrel na fungovanie niektorých hotelov.



FOTO Hotel Partizan, Bystrá-Tále

BUĎ FIT NA CESTÁCH

PRIPRAVIL Branislav Koscelník FOTO Sporthotel Floralpina Klastelruth Bozen; Double Tree by Hilton, Hotel Chalet Mirabell Meran; Hotel Adlon Kempinski Berlin

Pohodlne prespať, nábrať sily pri raňajkách a utekať za povinnosťami. Väčšine hotelových hostí už koncept hotela ako strechy nad hlavou nepostačuje. Na svojich cestách sú hladní po zážitkoch. Vyhľadávajú kulinárskych skúsenosti a oddychovanie vo wellness centrách radi kompenzujú aktívnym cvičením a športovaním. Fitness je opäť trendom. Miestnosť vybavená zostavou cvičiacich strojov je pre hotely konkurenčnou výhodou.

Aktivita, pohyb a cvičenie sa stali pre mnohých súčasťou životného štýlu. Je pochopiteľné, že aj počas hotelového pobytu chcú mať to, na čo sú zvyknutí z domu. Iní zase vnímajú hotelové „fitko“ ako príležitosť na zábavu a možnosť zoznámiť sa s niečím novým. A tak pri hľadaní hotela na mieru majú v hľadáčku aj požiadavku, aby hotel ponúkal priestor na cvičenie.

Pavel Suchý má za sebou desiatky realizácií fitness centier v českých a slovenských hoteloch. U prevádzkovateľov ubytovacích zariadení cíti rastúci záujem o ich vybavenie. Je presvedčený, že pre niektorých klientov je hotelové fitness zariadené podľa aktuálnych trendov jedným z rozhodujúcich faktorov pri voľbe hotela. „Fitness centrum by mali mať také hotely, ktoré cítia záujem klientov alebo vnímajú, že vďaka fitness centru získajú konku-

renčnú výhodu, a teda aj viac klientov,“ tvrdí Pavel Suchý a dodáva, že záujem o hotelové fitness cíti naprieč celým spektrom moderných hotelov bez ohľadu na to či ide o mestský alebo wellness hotel.

Majitelia hotelov môžu fitness centrá koncipovať ako exkluzívne priestory pre hotelových hostí alebo ako verejné a prístupné pre kohokoľvek. Odborník na zariadenie fitness centier sa v praxi stretáva s obidvoma variantmi. „Hlavný rozdiel je v tom, že vytvoriť fitness iba pre ubytovaných hostí je podstatne jednoduchšie, ale nebude generovať žiadny zisk. Pokiaľ chcete fungujúci hotelový fitness, ktorý je otvorený aj pre verejnosť, tak potrebujete veľký priestor s jednoduchým prístupom (ideálne samostatný vchod) a musíte rátať s väčšou investíciou,“ radí Pavel Suchý.

Upozorňuje, že vybavenie hotelového fitness centra by malo spĺňať požiadavky „typickej“ klientely, ktorá hotel navštevuje. Treba dbať na to, aby si na svoje prišla čo najširšia skupina zákazníkov. „Zjednodušene sa dá povedať, že by sa mali vyberať najpoužívanejšie stroje z fitness centier a, naopak, nemali by sa voliť stroje, ktoré vyhľadáva len úzka skupina klientov. Pokiaľ nie je hotelové fitness otvorené aj pre verejnosť, sú postačujúce stroje z kategórie „Light Comercial“. Čo sa týka samotnej miestnosti na cvičenie, interiéroví dizajnéri odporúčajú dostatočnú veľkosť, vhodné osvetlenie a vetranie. Netreba zabúdať ani na pravidelnú údržbu a dezinfekciu priestorov. Dôležité je nielen denné čistenie, ale aj dôkladnejšie čistenie v určitých intervaloch, často v spojitosti s prehliadkou funkčnosti strojov a zariadení.

TREBA MYSLEŤ NA KVALITU

Základom sú kardio trénažéry a z nich predovšetkým bežecké pásy, ku ktorým si nájde cestu takmer každý návštevník. Keďže sa tieto zariadenia takmer nezastavia, treba pri ich obstarávaní myslieť na kvalitu. Absolútne nevhodné sú trénažéry určené na domáce použitie. Do základnej výbavy hotelového fitness centra by mali patriť aj jednoduché posilňovacie stroje na základné svalové partie, predovšetkým brucho a chrbát. Túto zostavu by mal dopĺňať priestor a zariadenia na cvičenie s vlastným telom, či samonakladacie činky.

Najnovšie trendy v hotelových fitness do značnej miery kopírujú všeobecné trendy vo fitness - teda veľká kardio zóna a priestor na cvičenie s vlastným telom. Nastupuje však špecifický hotelový trend, ktorý naberá na popularite. Čo tak priniesť zariadenie fitness centier priamo do hotelovej izby? Veď súkromie je nado všetko a cvičenie bez pohľadov zvedavých



očí priamo v izbe je atraktívna predstava. Pavel Suchý sa stretáva aj s takou požiadavkou. „Zatiaľ len od luxusných päťhviezdičkových hotelov. Väčšinou ide o kardio trénažér a nejaké prvky funkčného tréningu. Hlavný technologický trend sú kardio trénažéry vybavené dotykovým displejom s prístupom k hotelovej TV a na internet. Pri výbere dodávateľa treba mať na mysli to, aby poskytoval kvalitné servisné zázemie. Samotná údržba je potom jednoduchá a odvíja sa od konkrétnych typov strojov,“ dodáva.

Hoteloví hostia, ktorí sú zvyknutí navštevovať fitness centrá, sa neuspokoja s hocičím. Po útme „fitiek“ a posilňovní v hoteloch, opäť prichádza ich chvíľa. Latka kvality teda musí byť nastavená vysoko a na službu musí byť pripravený aj personál. Už recepčia by mala ovládať všetky nuansy fungovania fitness centra, podať informáciu o jeho vybavení a zariadení a poznať detaily režimu fitness centra. Typické fitness pre hotelových hostí nepotrebuje stálych trénerov, ani obslužný personál. Zariadenia si však vyžadujú pravidelnú údržbu. Hotel môže trénera ponúkať ako nadštandardnú službu pre klientov na objednávku rovnako ako v prípade masáže.

Aj keď sú virtuálne lekcie skôr doménou skupinových lekcí vo fitness centrách otvorených pre širokú verejnosť, aj tadiaľ vedie cesta, ako v hoteloch s nepravidelnými skupinovými lekciami zabezpečiť „trénera“ na dialku. Technológie tak robia i z hotela nonstop fitness centrum. Hostia si môžu zacvičiť kedykoľvek, keď na fyzický pohyb dostanú chuť. Stačí dostatočný priestor, veľká obrazovka a pohybová ak-

tivita sa môže začať. Niektoré z hotelov majú i vlastné aplikácie, ktoré si hosť môže stiahnuť do mobilného telefónu a využívať tak počas pobytu cvičebné programy zadarmo. A keďže personalizácia služieb má dnes „zelenú“, programy na cvičenie, tak ako aj iné služby, bude možné prispôbiť na mieru každého hosťa.

AKO VYBAVIŤ HOTELOVÉ FITNESS

Podľa slov Pavla Suchého základom vybavenia sú posilňovacie stroje. Precvičenie celého tela zabezpečí základný set strojov na 12 až 16 stanovištiach. Konkrétne počty a typy posilňovacích strojov sa odvíjajú od veľkosti fitness centra a od skladby návštevníkov. Lhký variant posilňovacích strojov sa hodí do firemných a hotelových fitness, teda tam, kde sa neočakávajú veľké výkony. Svoje uplatnenie nájdu aj pri kruhovom tréningu. Duálne posilňovacie stroje sú skvelou voľbou pre malé fitness centrá, kde sa šetri každý meter. Vychádzajú z ľahkého variantu posilňovacích strojov, ale každý z nich dokáže precvičiť dve skupiny svalov. „Srdcom každého fitness centra je kardio zóna. „Fitko“ bez crossových trénažérov, rotopédov, stepperov či veslárskych trénažérov akoby ani nebolo. Do kardio tréningu sa totiž púšťa takmer každý návštevník, obľúbený je u všetkých vekových kategórií a na kardio prístrojoch cvičí desiatky minút.

Hotelové fitness centrá by mali dopĺňať prvky funkčnej zóny, kde sa návštevníci môžu samostatne alebo v skupinách zabaviť cvičením s váhou vlastného tela alebo na to využiť športové náčinia; hrazdy, laná, kruhy, činky, medicimbaly s rôznymi váhami, fitlopty,“ uzavrel Pavel Suchý z Nové Fitness, s. r. o.

PÄŤ KROKOV DO FITNESS

Ak patríte k hosťom, ktorý si nevedia ani deň predstaviť bez toho, aby si zacvičili, určite vás zaujme program „Five Feet to Fitness“, ktorý spustil v niektorých svojich hoteloch reťazec Hilton. Do určitého počtu hotelových izieb umiestnil rotopéd a stenu, na ktorej sa nachádza celkom dobrý cvičebný „arsenál“. K dispozícii je aj dotyková obrazovka, na ktorej si môžete vybrať z dvesto výučbových programov. V týchto izbách nenájdete koberce, ale v hotelovom minibare máte k dispozícii vitamínový nápoj, proteínové tyčinky či kokosovú vodu a po cvičení si môžete dopriať chladivý mentolový gél. Koncept je kombináciou tradičnej hotelovej izby a maličkého fitness centra.

In-room fitness má svojich priaznivcov aj medzi biznismenmi, ktorí trávia veľa času za volantom či na cestách, preto privítajú akúkoľvek možnosť zlepšiť si kondičku, pričom súkromie hotelovej izby radi uprednostnia pred hotelovým fitness, ktoré býva prístupné aj verejnosti. Nielen Hilton, ale aj ďalšie hotelové siete a značky hosťom vychádzajú v ústrety. Tak napríklad sieť Westin Hotels & Resorts okrem iného ponúka vlastného „Westin’s Run Concierge“, s ktorým si môžete ísť zabehať. V Swissoteli čaká na vás špeciálny „Vitality Concept“, obsahujúci tipy na in-room cvičenia s možnosťou zapožičať si fitness pomôcky. Milovníci joggingu majú zasa k dispozícii mapu s návrhmi trás rôznej úrovne náročnosti.



FOTO Hotel Partizán, Bystrá-Tále

OPÝTALI SME SA HOTELIEROV...

- 1. Prečo ste sa rozhodli spojiť hotelové služby so službami fitness centra?
- 2. Majú hoteloví hostia záujem o fitness centrum?
- 3. Aké je vybavenie vášho fitness centra?

- 1. Pri dostavbe komplexu Slniečného SPA s balneo priestormi sme sa na základe desiatok žiadostí našich hostí rozhodli časť komplexu venovať športu a vybudovali sme hotelové fitness.
- 2. V rámci aktívneho trávenia voľného času určite. Veľká skupina cvičí v rámci udržania kondície alebo pokračovania v stanovených tréningoch. Sú aj takí, ktorí vyskúšajú cvičenie vo fitness u nás po prvý raz. Odporúčame im, samozrejme, konzultáciu s trénerom. Máme dve kolegyne, ktoré majú dostatočné znalosti a skúsenosti a v prípade požiadavky rady pomôžu.
- 3. Fitness je vybavené profesionálnymi prístrojmi značky TechnoGym. Pri tvorbe sme dodržali koncepciu „les v hoteli“, preto je jeho dizajn netradičný. Veľkou výhodou je priamy prechod do prírody. Ponúkame cvičebné podložky, časť tréningu, napríklad rozcvičku, môžu hostia absolvovať na čerstvom vzduchu a nabiť sa energiou z lesa. Nechýba pitný režim a dezinfekcia.

PhDr. Michaela Ťažká Ološtiaková, marketingová manažérka, Hotel Partizán****, Bystrá – Tále

- 1. Už od začiatku prevádzky nášho hotela bolo fitness centrum jeho súčasťou aj kvôli častým sústreďeniam športových klubov v našom hoteli v tomto období. Jeho vybavenie postupne vynovujeme a modernizujeme.
- 2. Naše fitness je stále obľúbené medzi skupinou hostí, ktorí popri relaxe vo wellness centre vyhľadávajú aj ďalšie možnosti aktívneho oddychu.
- 3. Naše fitness centrum je vhodné takmer na každý druh posilňovacích aktivít - od silových tréningov, cez kardio až po funkčné tréningy. Nechýba stepper, stacionárne bicykle, bežecký pás, hrazdy, posilňovacia veža, malé aj veľké činky, lavičky, legpress, fitlopty, balančné podložky, posilňovacie gumeny a pod.

Ing. Andrej Prichocký, manažér marketingu a predaja, Kontakt wellness hotel****, Stará Lesná



FOTO Hotel Partizán, Bystrá-Tále

nově fitness.cz

know-how • vybavení • servis

SPECIALISTA
NA HOTELOVÁ
FITNESS CENTRA



Na prestieranie treba vybrať také druhy kvetov, ktoré vydržia niekoľko hodín bez vody, pričom to na nich nebude vidieť. Takými sú napríklad kvety vresovca so sušenými bukovými listami.

JESENNÁ VÝZDOBA EXTERIÉRU A INTERIÉRU HOTELOV A REŠTAURÁCIÍ

TEXT Lenka Hlubinová Vargová FOTO Ateliér Papaver/fotené vo FACH Bratislava

Jeseň je obľúbené ročné obdobie z niekoľkých dôvodov. Príroda je najfarebnejšia v roku, cez deň sa dá vychutnávať letné počasie a večer, najmä počas neskoršej jesene, si možno posediť zabalený v deke s teplým nápojom v ruke. Okrem toho jeseň je top sezónou na koncerty, výstavy, kultúrne akcie v interiéri, samozrejme, ak nám karty nezamieša koronavírus.

Toto ročné obdobie je inšpiráciou na vytvorenie atmosféry v hoteloch a reštauráciách, na výzdobu interiéru aj exteriéru, ale aj rôzne aktivity, pri ktorých sa prepája kultúra so športom, príjemné posedenie s akciou. Pretože práve o tom je jeseň a v prírode sa dá inšpirovať do sýtosti. Veď stačí sa pozrieť na farby, ktoré jesenná príroda ponúka – červenú, žltú, zelenú, hnedú, na konci jesene aj rannú bielu sriedň. Preto je jeseň najpestrejším a najinšpiratívnejším ročným obdobím. V jeseni sa menia aj návyky ľudí – na rozdiel od leta už nechcú tráviť čas len vonku, ale večer byť vnútri, v teple, v príjemnej atmosfére.

KEĎ PRICHÁDZAJÚ HOSTIA

Jesenná výzdoba sa dá rozdeliť na výzdobu exteriéru, ktorý vytvára prvý dojem a na výzdobu interiéru, ktorá nie je o nič menej dôležitá, keďže hosť má dosť času všimnúť si jednotlivé detaily. Exteriér každého hotela alebo reštaurácie začína vstupnými dverami alebo bránou. Na nich by nemal chýbať veľký jesenný veniec. Je vhodné, aby mal priemer aspoň 40 centimetrov, ideálne viac – aby vynikol a proporčne sa hodil k dverám či bráne. Druhý prvok, ktorý púta pozornosť hostí sú kvetináče s výsadbami. Dajú sa umiestniť kamkoľvek v rámci exteriéru. Ak máte v priestore hocikaký zastrčený kút, s rastlinami bude určite krajší. Kvetináče môžu poslúžiť aj na zvýraznenie dverí. Najdôležitejšiu úlohu majú tie pri vstupných dverách, oživia však aj vstup do altánu, zimnej záhrady, átria či terasy. Pri ich rozmiestnení môžete vsadiť na symetriu. Vtedy by mali byť kvetináče aj rastliny v nich identické, nielen čo sa týka materiálu a druhu, ale aj veľkosti. To platí aj pre rastliny. Iným spôsobom uloženia vysadených kvetínáčov je tzv. skupinkovanie. Zoberiete tri

až päť kvetínáčov rôzneho tvaru a uložíte ich buď po jednej strane dverí alebo po oboch. Kvetináče by mali byť inej výšky aj šírky. Možno kombinovať aj viac materiálov, z ktorých sú kvetináče vyrobené, ale postupovať treba opatrne, aby sa z harmonickej skupinky nestalo priveľmi avantgardné zoskupenie. Odlišné môžu byť aj rastliny v nich.

ČO VYSADIŤ DO KVETINÁČOV

Vysokým krom vhodným do kvetináča je napríklad muchovník (Amelanchier lamarckii multistem), ktorý narastie v kvetináči do 2,5 až 3 metrov. Na jar kvitne na bielo, v júni má jedlé plody a na jeseň sa sfarbuje do červena. V zime síce opadne, ale vidieť zasnežené konáriky má tiež svoje čaro. Prípadne možno naň umiestniť svetelnú retiazku.

Vždy zeleným krom je fotínia (Photinia x fraseri 'Red Robin'). Vyrastie rovnako do 2,5 metra. Konce listov má sfarbené do červena a na zimu neopadá. Vyzerá po celý rok takmer rovnako. Existuje viacero druhov vavrínovcov, ktoré sa dajú pestovať aj v nádobách. Ich výhodou je, že sú vždy zelené. Dva až 2,5 metra je vysoký napríklad druh Prunus laurocerasus 'Etna'. Tieto kry si však vyžadujú kvetináče s priemerom aspoň 60 až 70 cm.

Na jeseň sú bezkonkurenčne najkrajšie hortenzie. Patria medzi stredne vysoké kry. Poznáme obrovské množstvo druhov. Krásna odroda s kvetmi limetkovej farby je hortenzia metlinatá 'Limelight' (Hydrangea paniculata 'Limelight'). Kvitne v auguste a v septembri. Jej kvety sa krásne vysušia, stačí ich nechať na rastline. Prežijú tam celú zimu. Jej výška je 1,5 metra a je to jedna z mála hortenzií, ktorú môžeme umiestniť aj na priame slnko či polotien.



Má aj nižšiu „sestru“, hortenziu metlinatú 'Little Lime' (*Hydrangea paniculata* 'Little Lime'), ktorá narastá do výšky 80 centimetrov. Ďalšou hortenziou vhodnou aj na slnko je hortenzia metlinatá 'Vanilla Fraise' (*Hydrangea paniculata* 'Vanilla Fraise'). Je špeci-
fická tým, že má kónický tvar kvetu, ktorý je jemne ružovkastý. Narastie do výšky 1,5 metra.

Z tieňomilných druhov má veľmi dlhé kvitnutie napríklad hortenzia veľkolistá 'Endless Summer' (*Hydrangea macrophylla* 'Endless Summer'). Kvitne na ružovo alebo modro – podľa pH pôdy, od mája až do októbra. S výškou do jedného metra sa radí skôr medzi nižšie kry. Okrem hortenzií je veľmi zaujímavý aj bradavec klandonský (*Caryopteris clandonensis* 'Heavenly Blue'), ktorý kvitne od augusta do septembra modrofialovými kvetmi. Má sivozelené listy a výšku 80 centimetrov. Na tieto kry je vhodný kvetináč s priemerom 50 centimetrov. V ňom je zabezpečená dostatočná vrstva pôdy, aby kry mohli v nádobe aj prezimovať.

NA JESEŇ UPÚTAJÚ V KVETINÁČOCH AJ TRVALKY

Veľmi vďačné a pútavé sú trvalky. Tie sa rovnako dajú pestovať v kvetináči. Môžete použiť veľký kvetináč a skombinovať niekoľko druhov v rámci jednej výsadby. Lúčny dojem docielite s gaurou lindheimerovou (*Gaura lindheimeri*). Kvitne od júla do októbra ružovými alebo bielymi jemnými kvietkami. Gauru môžete skom-

binovať s okrasnou trávou. Napríklad s perovcom psiarkovitým 'Hameln' (*Pennisetum alopecuroides* 'Hameln'), ktorý je vysoký do 50 centimetrov.

Výbornou jesennou trvalkou vhodnou k modernej aj vidieckej architektúre je astra. Je veľa druhov a farieb, ale napríklad astra krovitá 'Professor Kippenberg' (*Aster dumosus* 'Professor Kippenberg') je osvedčený kultivar. Narastie do výšky 40 centimetrov a od augusta do októbra kvitne pastelovo-fialovými kvetmi. Vyzerá veľmi dobre v kombinácii s okrasnými trávami. Napríklad s ozdobnicou čínskou 'Ferner Osten' (*Miscanthus sinensis* 'Ferner Osten'), ktorá je veľmi nenáročná. Je vysoká až 1,5 metra a práve na jeseň má kvety sfarbené do červena.

Vidiecky dojem navodí rozchodník nádherný 'Brilliant' (*Sedum spectabile* 'Brilliant'), kvitnúci od augusta do septembra. Nevšedný je jeho bordový variant rozchodník nádherný 'Purple Emperor' (*Sedum spectabile* 'Purple Emperor'), ktorý vyzerá nádherne v kombinácii s ružovou alebo fialovou farbou. Za povšimnutie stojí aj viacero veterníc. Z nich napríklad veternica hybridná 'Margarete' (*Anemone hybrida* 'Margarete'), ktorá je vysoká až jeden meter a kvitne od augusta do októbra ružovými kvetmi. Ak hľadáte niečo žlté, určite vás nesklame rudbekia žiarivá 'Goldsturm' (*Rudbeckia fulgida* 'Goldsturm'), vysoká 70 centimetrov a kvitnúca od júna do septembra. Je to jedna z tých trvaliek, ktoré pôsobia skôr vidiecky.

→ Nielen rastliny robia jesennú atmosféru krajšou. Aj oheň doslova láka pohľady okoloidúcich. Preto nezabúdajte na laterny. Čím väčšie, tým lepšie. Ak je svietnik položený na zemi, musí byť taký veľký, aby pri kvetináčoch nezanikol.



↑ Na vstupe do hotela či reštaurácie by nemal chýbať veľký jesenný veniec. Je vhodné, aby mal priemer aspoň 40 centimetrov, ideálne viac – aby vynikol a proporčne sa hodil k dverám či bráne. V našom návrhu sme použili kvety vresovca, plody šípky a listy rôznych druhov eukalyptu spolu so sušenými konárkami buku. To všetko sme doplnili niekoľkými kúskami okrasnej trávy.



↓ Bordové, žlté alebo oranžové listy nemôžu v jesennom aranžmáne chýbať. Použili sme viacero druhov dáliaí, kvety vresovca a okrasnej trávy, listy sušeného buku, plody čiernušky, rôzne druhy eukalyptu.





LENKA HLUBINOVÁ VARGOVÁ

Záhradná a krajinná architektka. V roku 2010 spoluzaložila Ateliér Papaver, kde sa okrem záhradnej architektúry venuje aj floristike a kvetinovým workshopom pre verejnosť. Vo svojej tvorbe necháva vyznieť prirodzenosť a uvoľnenosť prírody. Sú jej blízke rozkvitnuté trvalkové záhony a tradičné materiály používané v exteriéri, ako kameň či drevo. Pri navrhovaní dbá na to, aby sa záhrada počas roka menila a bola v súlade so životným štýlom a denným programom jej majiteľov. www.atelierpapaver.sk

Z nízkych trvaliek sú pre jeseň typické vresy (Calluna) a vresovce (Erica). Dajú sa doplniť rastlinkami so zaujímavými plodmi práve v tomto období. Napríklad gaultéria ležatá (Gaultheria procumbens), ktorá je práve na jeseň obsypaná malými červenými guľôčkami. Podobná je pernetya hrotitá (Pernettya mucronata). Na jeseň netreba zabúdať ani na heuchery. Taká heuchera hybridná 'Fire Chief' (Heuchera hybrida 'Fire Chief') sa nedá nevšimnúť vďaka ohnivo-červeným listom.

JESENNÚ ATMOSFÉRU NETVORIA LEN RASTLINY
Nielen rastliny robia jesennú atmosféru krajšou. Aj oheň doslova láka pohľady okoloidúcich. Preto nezabúdajte na laterny. Čím väčšie, tým lepšie. Ak je svietnik položený na zemi, musí byť taký veľký, aby pri kvetináčoch nezanikol. Do svietnika umiestnite poriadne hrubú, valcovitú sviečku. K jeseni patria aj tekvičky, ak ich „rozhádzate“ okolo kvetináčov, nič tým nepokazíte. Vo vstupnej hale hotela či reštaurácie by nemal chýbať kvetinový aranžmán na komode alebo veľká váza s rezanými kvetmi. To isté platí pre recepciu alebo bar. Kaviarenské stolíky síce nie sú veľké, ale malá vázička s kvietkom sa tam určite zmestí. Kytica z rezaných kvetov poteší aj na toaletách.

Jeseň je častým obdobím rôznych skupinových posedení či osláv. Na prestretý stôl v prípade takej akcie určite patrí centrálny kvetinový aranžmán, ale nielen on. Host si všima maličkosti a tak malý kvietok na prestieraní si ho určite získa. K jeseni patria farby oranžová, červená, bordová, ktoré sa výborne kombinujú s ružovou, žltou alebo zelenou. Svoju sezónu majú

na jeseň ďalie, ktorých je viacero druhov. Líšia sa veľkosťou kvetu, štruktúrou a, samozrejme, farbou. Kytice kvetov s jesennými farbami môžu doplniť aj rôzne listy, dubové či bukové. Vyniknú aj okrasné trávy či halúzky vresovca. Používať sa dajú aj hortenzie, rudbekie, šalvie alebo gaura. Zaujímavým prvkom je kvet amarantu, ktorý prevísa. Býva v cyklaménovej alebo oranžovej farbe. Všetko to záleží od toho, aký dojem chcete vytvoriť. Do malých aranžmánov možno použiť aj listy bordovej heuchery, do väčších napríklad konáriky bordovej tavole kalinolistej 'Diabolo' (Physocarpus opulifolius 'Diabolo'). V aranžmánoch vyznie aj bordová okrasná tráva perovec psiarkovitý 'Rubrum' (Pennisetum setaceum 'Rubrum').

AKO SI VYTVORIŤ JESENNÝ VENIEC
Pri vencoch je najdôležitejšie používať rastlinný materiál, ktorý vydrží i bez vody. Môže sa to zdať ako samozrejmosť, ale je len málo rastlín, ktoré sú bez vody krásne. Aby vaša námaha nevyšla nazmar, je dobré vopred vedieť, ktoré to sú. Také rastliny potom nevydržia len niekoľko hodín, ale dokonca niekoľko mesiacov, pričom sú stále krásne a udržiajú si farbu dlhodobo – po celú jeseň. V návrhu sme použili kvety vresovca, plody šípky a listy rôznych druhov eukalyptu spolu so sušenými konárkami buku. Na všetko sme doplnili niekoľkými kúskami okrasnej trávy. Na veniec môžete drôtikom pripevniť aj malé tekvičky, ale tie tam môžu byť len dočasne, lebo po prepichnutí podliehajú skaze. Okrem plodov šípok sa do jesenného venca hodia aj oranžové plody machovky. Vhodné sú tiež niektoré druhy hortenzií, pretože sa krásne vysušia.



FOTO unsplash.com

Tourism

S KOMORNÍKEM NA SJEZDOVKU

TEXT Pavla Apostolaki FOTO Pavla Apostolaki, TMG Turracher Höhe - Christoph Rossmann, Sam Strauss, Attisani

„Hýčkat a rozmazlovat“, tak zní heslo všech osob, jež zajišťují turistické služby v rakouském Turracher Höhe. Od hoteliérů, restaurátérů, až po provozovatele lanovek a sjezdovek. Návštěvníci si tak užijí gauče na sněhu, odpočinek v lyžařském obýváku a prosecco přímo na svahu.





↑ Exteriér i interiér hotelu Kornock je zařízen v duchu čtyř přírodních živlů. Zemi zastupuje kámen, coby stavební součást hotelu a dekorace venkovní zahrady. Všudypřítomný čistý vzduch doplňuje voda blízkého jezera Turracher See a tryskající pramen ze skály. Životní energii pak aktivuje živý oheň, který hoří v krbu ve vstupní hale a v restauraci.

→ Služby lyžařského komorníka si hosté užijí jen na Turracher Höhe. Jsou ojedinělé jak v Rakousku, tak i v celé Evropě. V korutanském horském středisku tuto funkci zastává Elmar Ebner, vyškolený, profesionální ski instruktor a horský vůdce.



Náhorní plošina mezi Korutany a Štýrskem byla místem, kde se od sedmnáctého století těžila železná ruda. Před první světovou válkou však klapot hornických kladívek utichl a do lokality ležící ve výšce 1 763 metrů nad mořem začali přijíždět lyžaři. Byli okouzleni zaoblenými vrcholky pohoří Nockberge, slunečnými svahy a jistotou sněhu od listopadu do května. Přibývalo jich čím dál víc a Turracher Höhe se stal velmi oblíbeným střediskem. Nejen však díky přírodním podmínkám. Lyžařský resort totiž své návštěvníky rozmazluje a pozornostmi jim zpřijemňuje pobyt. Příkladem je třeba lyžařský obývací, kde si sportovci mohou kdykoliv během dne odpočinout. Místnost u dolní stanice lanovky na Kornock je vybavena měkkými gauči, kachlovými kamny s krbem na zahřátí, automatem na kávu a papírovými kapesníky. K občerstvení jsou pak připravena štavnatá jablka. Hlavním tahákem je ale lyžařský komorník. Takzvaný butler servis vymyslel šéf

zdejších lanovek a majitel jednoho z hotelů. Chtěli turistům poskytnout něco výjimečného. To se jim podařilo, protože tato služba existuje v celém Rakousku i Evropě jen v Turracher Höhe. Služby komorníka mají hosté, kteří se ubytují v jednom z devatenácti vybraných hotelů (jsou označeny stužkou), zdarma.

Pro zájemce jsou připraveny různé programy. Prvním z nich je jízda na lyžích po celém areálu. Komorník provede sjezdaře po jednotlivých tratích, ukáže jim místní hory a popovídá o místech ve zdejší přírodě. Účastníci si na bílé stráni vychutnají sklenku prosecca a program zakončí pohoštěním v horské chatě. Pak se s komorníkem mohou vydat na brzké ranní lyžování se snídaní, na túru na sněžnicích, na noční sáňkování nebo na zimní turistiku. Zavítat lze také za rolbaři, technickým personálem a poznat zázemí úpravy sjezdovek. Komorníka, který je na první pohled nápadný díky specifickému kostýmu, nemůže vykonávat jen tak někdo. V Turracher Höhe tuto funkci zastává Elmar Ebner, vyškolený, profesionální ski instruktor a horský vůdce.

ZÁBAVA PO CELÝ DEN

Turracher Höhe skýtá řadu možností pro aktivní zimní dovolenou. Kromě sjezdovek se určitě vyplatí prozkoumat divokou přírodu na sněžnicích. Běžkaři mohou vklouznout do bílé stopy a vyznavače skialpu potěší trasa Nockberge Trail. Vede z Turracher Höhe do Katschbergu a tvoří ji čtyři denní etapy. Bruslaři zase projedou hranici mezi Korutany a Štýrskem vedoucí zamrzlým jezerem Turrachem See a příznivci romantiky poznají zasněženou krajinu na sáních tažených koňmi.



↑ Komorník je oblečený ve zvláštním kostýmu z kvalitní vlny. Dokonale zná místní prostředí a návštěvníky zavádí na čarokrásná místa v pohoří Nockberge. Na výletech pak podává zasvěcené informace o zdejších horách, fauně a flóře. Během programu nechybí ani návštěva horských chat s ochutnávkou specialit od zdejších sedláků.

→ Přímou na sjezdovce dostanou lyžaři na Turracher Höhe sklenku prosecca či lahodnou porci zmrzliny. O jejich pohoštění a dokonalé pohodlí se starají vyškolení komorníci. Komorníka si mohou hosté také pronajmout exkluzivně jen sami pro sebe, kdy s ním stráví na míru šitý zimní program.



RADOVÁNKY V PRAŠANU

Ať už se lyžaři vydají na zasněžené pláne s komorníkem nebo sami, ideální je začít den na 2 205 metrů vysokém Kornocku. Je orientovaný na východ, takže milovníci slunce zde nachytají zlaté paprsky. Pro tyto účely na ně čekají lehátka (jsou i na jiných místech, včetně gaučů pro páry) s krásným výhledem na hřeben Karavanek. Když se nabaží opalování, dolů je zavede pavouk perfektně upravených modrých a červených sjezdovek, které doprovází i trať ve freestylem duchu (Funslope XXL) a hravý snowpark. Odpoledne je lepší sjet z Kornocku dolů a po spojovací cestě přejet na lyžích na druhou, západní stranu areálu. Dlouhé a velmi prostorné „sněžné dálnice“ vedou lesními průseky kolem lanovky Turrachbahn a Zirbenwaldbahn, jež svoje jméno dostala podle borovice limby. Celý Turracher Höhe totiž leží v největším limbovém lese v Rakousku. Poslední část lyžařského resortu se nachází za jezerem Turracher See. V zimě zamrzá a stává se dopravní plochou pro sjezdaře, které na druhou stranu břehu přepravuje unikátní jezerní taxi. Což je malý traktůrek s rádlím, jehož se lyžaři drží. Jakmile dojedou na opačnou stranu jezera, vyhoupnou se lanovkou Sonnenbahn nahoru a začnou vykrajovat kristiánky do sněhu.

BOROVICOVÉ SNY

Turisté milující pohodlí a skvělé jídlo, dozajista ocení nádherný hotel Kornock, jež leží přímo u dolní stanice lanovky. Vlastní jej Sandra a Rudolf Strableggovi. „Hotel koupila moje babička. Pak se o něj starali mí rodiče, od kterých jsme jej s manželem v roce 2005 převzali. Já se starám o recepci, rezervace, o personál a pracuji také v baru. Rudi zajišťuje další provoz a k tomu má na starosti celou horskou chatu K-Stadl a restauraci K-Alm, která leží v blízkosti hotelu. K-Stadl je také místem pro večírky, oslavy, včetně Velikonoc, Vánoc a silvestra, diskotéky a après-ski. Úmyslně pořádáme akce tady. Ten, kdo se chce bavit, zavítá do chaty, zatímco ostatní hosté mají v hotelu klid“, říká Sandra Strablegg. Během celého dne a často i večera je maximálně vytižená. O hotel se svým mužem stará osobně a hostům by snesla modré z nebe. Když je potřeba, často vypomůže i svým zaměstnancům. Třeba číšníkům v zaplněné restauraci při roznášení večere. „Když vlastníte hotel, je to práce od nevidím do nevidím. Často naše pracovní doba končí ve tři ráno. Nejde jen o běžný servis pro hosty, ale také o údržbu hotelu. Vloni v létě jsme provedli velkou rekonstrukci pro nové podzem-



ní parkování, udělali nové lobby a pokoje. Letos v létě nás čeká obnova terasy. Práce v hotelu zkrátka nikdy nekončí“, dodává Rudolf Strablegg. Výsledkem aktivit majitelů hotelu jsou i nádherné pokoje v nové části ubytovacího zařízení, jejichž obložení a nábytek byl zhotoven z borovice limby. Místnosti tak intenzivně voní dřevitým aroma, které pozitivně působí na lidské zdraví. Podobně jako hotelová wellness zóna, v níž hosté nacházejí relaxaci ve finské, bio, infra sauně, v páře, bazénu, v Kneippově chodníku a při masáží. Odpočinek po procedurách si pak vychutnávají na limbových či vodních lůžkách a v místnosti s voňavým alpským senem. V dosahu mají také občerstvení v podobě nápojů a sušeného ovoce.

POKLADY Z HLUBIN ZEMĚ

Pohoří Nockberge je také lokalitou, kde se odpradávná nacházely přírodní nerosty. Toho využila rodina Kranzelbinderova a v Turracher Höhe vybudovala fascinující muzeum. Cenná sbírka v Erlebniswelten Mythos Edelstein obsahuje neuvěřitelné barvy a tvary minerálů, od horských křišťálů, přes turmalíny, granáty, acháty, akvamaríny až po chalcedony a jaspisy. Úžas vzbuzuje pět set padesát kilogramů těžká fontána z ametystové geody, třicet sedm kilogramů vázící křišťálová koule nebo barevný kaleidoskop. Z drahých kamenů jsou rovněž vyrobeny šperky, hodiny, svítidla, fontány či nádoby. Prohlídka muzea probíhá v zimě každé úterý od 16.30 hodin, přičemž obchod je otevřený od pondělí do soboty od 9.30 do 17.30 hodin.

KRÁLOVNA ALP

Uprostřed hor dokáže borovice limba oslavit tisícileté narození a přestát šedesátistupňové mrazy. Proto její dřevo využívají rakouští horalé ke stavbám, ke zhotovení nábytku a obložení. Vůně tohoto jehličnanu má antiseptické účinky a příznivě působí na dýchací cesty. Po psychické stránce povzbuzuje a oživuje unavenou mysl.



Muzeum Erlebniswelten Mythos Edelstein obsahuje neuvěřitelné barvy a tvary minerálů, od horských křišťálů, přes turmalíny, granáty, acháty, akvamaríny až po chalcedony a jaspisy.

KÚPELE VYHLÁDÁVA ČORAZ VIAC ĽUDÍ

PRIPRAVILA Eleonóra Bujačková FOTO archív J. Zálešákovej, ilustračné foto Kúpele Spa Aphrodite Rajecké Teplice

Liečebné kúpeľníctvo je tradičný európsky fenomén. Ľudia stáročia prichádzali na miesta s výskytom „zvláštnych vôd“ riešiť svoje zdravotné problémy. Dobré chýry o uzdraveniach sa šírili a tak mnohí majitelia takýchto území začali vytvárať podmienky, aby územie mohlo poskytnúť základné služby aj návštevníkom, ktorí tu neboli doma.



O stave slovenského kúpeľníctva a jeho perspektívach sme sa zhovárali s MUDr. Jankou Zálešákovou, predsedníčkou Asociácie slovenských kúpeľov (ASK) a viceprezidentkou Európskeho zväzu kúpeľov (ESPA) so sídlom v Bruseli.

Kúpeľníctvo je súčasťou zdravotníckeho systému, ale je aj silným turistickým lákadlom. Aká je ale ich „kondícia“?

Mohli by sme povedať, že využívanie minerálnych a termálnych vôd pre zdravie má v mnohých kultúrach prioritné miesto a premiestňovanie sa na takéto miesta dalo už pred tisíckami rokov priestor pre rozvoj toho, čo dnes nazývame zdravotný turizmus. Obrovský rozmach využívania

kúpeľov v Starom Grécku a v Rímskej ríši, záujem popredných lekárov, ktorí sa zaslúžili o rozvoj medicíny aj o „liečivé vody“ dali neskôr práve v Európe základ pre seriózne vedecké skúmanie účinkov používania prírodných liečivých zdrojov, ktoré sa z liečivých vôd rozšírili aj o liečivé peloidy (bahná, rašeliny, slatiny) a niektoré prírodné plyny. V 19. storočí sa záujem rozšíril aj o miesta, kde bola kvalita ovzdušia a podmienky počasia priaznivé pre liečbu pľúcnych chorôb (dnes hovoríme o klimatických podmienkach vhodných na liečenie a o klimatických kúpeľoch). Územie Slovenska je výnimočné v tejto súvislosti tým, že sa tu vyskytujú takmer všetky typy prírodných podzemných vôd, ktoré sa v európskom kúpeľníctve tradične využívajú na liečbu v pomerne hojnom počte, výdatnosti i kvalite, rovnako sa tu nachádzajú mnohé prírodné minerálne bahná a, čo je tiež dôležité, vo viacerých oblastiach Slovenska máme zdokumentované vynikajúce klimatické podmienky vhodné na liečenie. Veľmi dôležité je, že podobne ako v Česku, Nemecku, Rakúsku, Poľsku, Francúzsku je kúpeľná

starostlivosť na Slovensku stále považovaná za súčasť zdravotnej starostlivosti, čiastočne, alebo plne hradenej z verejného zdravotného poistenia, vo viacerých krajinách i sociálneho poistenia.

Moderná medicína akceptuje prínos kúpeľnej starostlivosti najmä v oblasti primárnej prevencie najčastejšie sa vyskytujúcich chorôb, v manažmente chronických chorôb s cieľom oddialiť komplikácie a dosiahnuť kvalitu života, ktorá umožňuje sebestačnosť či pracovnú schopnosť (tzv. terciálna prevencia), ako aj v oblasti tzv. včasnej rehabilitácie po úrazoch, operáciách, či ako rekondíciu po ukončení liečby závažných chorôb – napríklad onkologických a neurologických. Je to tak vo všetkých zdravotníckych systémoch, ktoré majú podmienky na rozvoj liečebného kúpeľníctva s ohľadom na prírodné podmienky krajiny.

Spoločenské zmeny poznamenali aj kúpeľníctvo...

Po privatizácii v polovici 90. rokov väčšina kúpeľov zvládla zmeny, žiaľ, o niektoré

liečebné kúpele sme prišli – príkladom je Korytnica s mimoriadne kvalitnými prírodnými liečivými zdrojmi aj výbornými klimatickými podmienkami – verím, že v budúcnosti ešte vstane „z mŕtvych“. Podobne prerušená bola kúpeľná starostlivosť na Štrbskom Plese, pretože majiteľom neprinášala také zisky a tak ľahko, ako očakávali, a tak jedinečné klimatické miesto, ktoré navštevovali ľudia s problémami dýchacích ciest či ľudia s oslabenou imunitou z celej Európy, zostáva stále „na čakačke reštartu“. Musíme však byť opatrní, aby niektoré plánované stavebné aktivity v lokalite definitívne nezničili jedinečné klimatické podmienky tak, že návrat k liečebnému kúpeľníctvu tu už vôbec nebude možný.

Počet ľudí, ktorí prichádzajú do kúpeľov, z roka na rok rastie. Ako z tohto pohľadu možno hodnotiť ich primárne zameranie?

Moderná kúpeľná starostlivosť je v súčasnosti multidisciplinárny liečebný prístup zahrňujúci pohybovú liečbu, rozmanité prostriedky fyzikálnej medicíny, psychotherapiu, alebo psychologické poradenstvo, zdravú výživu a špeciálnu dietoterapiu, samozrejmosťou je edukácia, na ktorú obyčajne nie je čas v iných zdravotníckych zariadeniach a ako vysoká pridaná hodnota sú to liečebné postupy na báze lokálnych prírodných liečivých zdrojov, ktoré dali kúpeľným miestam základ pre ich vznik a existenciu.

Slovenské kúpeľníctvo v súčasnosti je vo veľmi dobrej kondícii čo sa týka materiálno-technického aj personálneho vybavenia. Od privatizácie sa investovali obrovské finančné prostriedky do modernizácie budov a zariadení, dokonca sa vybudovali aj úplne nové objekty. Veľmi dobrou správou bolo aj znovu otvorenie kúpeľov Smerdžonka v Červenom Kláštore v Pieninskom národnom parku, ktoré zanikli po roku 1948.

Zo štatistiky Národného centra zdravotníckych informácií (NCZI) máme podrobné údaje o počtoch klientov/pacientov v slovenských liečebných kúpeľoch. Ide o tri veľké skupiny – pacienti s poukazom zdravotnej poisťovne, ktorí prichádzajú na 21 dní (pri niektorých diagnózach na 28 dní) - v roku 2018 to bolo 72 702 poistencov, potom sú to tzv. domáci samoplatcovia, ktorí si kúpeľnú sta-

cudzincov vypovedá o veľmi dobrej kvalite a kondícii slovenského kúpeľníctva.

Dnešný klient je náročný, popri liečebných procedúrach chce mať aj primeranú ponuku doplnkových služieb, spoločenské podujatia, zábavu...

Spoločenský a sociálny život vždy patril do kúpeľných miest. Už v minulosti šľachta trávila celé mesiace v kúpeľoch,



rostlivosť hradia sami – tu bývajú pobyty obyčajne 7 až 15 dňové, ale nie sú výnimkou ani trojtýždňové, počet týchto klientov bol 73 128. Tretiu skupinu tvoria cudzinci, ktorých počet je ostatných desať rokov stabilizovaný na 33 000 - 35 000, priemerná dĺžka pobytu v tejto skupine je 12,8 dňa, v roku 2018 to bolo 33 186 klientov. Občanom Európskej únie kúpeľný pobyt môžu doma preplatiť ich poisťovne uplatnením Smernice EP o voľnom prístupe k zdravotnej poisťovni a to len preto, že je v Slovenskej republike kúpeľná starostlivosť zdravotnou starostlivosťou. Práve vysoký a stabilizovaný počet

kde, samozrejme, okrem zdravotných benefitov si užívala aj bohatý spoločenský život. Hudobné produkcie, bály, večierky s umelcami, ale aj herne a kasína boli súčasťou kúpeľného miesta. Aj dnes očakávame v kúpeľnom mieste výstavy, hudobné festivaly, koncerty, divadelné predstavenia, besedy s umelcami a vedcami, ale aj možnosť športového vyžitia. Očakávame možnosti na prechádzky v prírode, cyklistiku, bežecké lyžovanie, tenis, plávanie a iné športy. Ponuka je aj na Slovensku, ale bohatšia je v zahraničí, kde je i lepšia komunikácia a spolupráca kúpeľných podnikov a kúpeľných miest,

ktoré vytvárajú podmienky práve pre tieto aktivity. Na Slovensku je to stále nevyužitý priestor pre zmyslupnú spoluprácu.

Určite máme na Slovensku kúpele, kde je bohatý aj spoločenský život a tiež kúpele, ktoré síce poskytujú veľmi kvalitné služby, avšak atmosféra je omnoho pokojnejšia, kde dominuje čistá, krásna, upokojujúca príroda. A keďže aj návštevníci kúpeľov sú rôzni, tieto kúpele vôbec nie sú na okraji záujmu, dokonca pri súčasnom akcelerovanom spôsobe života pre mnohých klientov je to práve ich pridaná hodnota. Ja osobne by som si tiež určite vybrala pokojné, menšie kúpele s možnosťou

tov s poukazmi zo zdravotných poisťovní. Stalo sa to najmä preto, že sa návrhy prestali vypisovať kvôli tomu, že ambulantní lekári fungovali v inom režime a vypisovanie návrhov na kúpeľnú liečbu nepokladali za urgentnú starostlivosť a tiež preto, že sa výrazne znížil počet operačných zákrokov. A tak do otvorených kúpeľov prišli predovšetkým domáci samoplatcovia, mnohí však len na krátke pobyty, dokonca, čo nebývalo v minulosti, prichádzali celé rodiny na letnú dovolenku s cieľom využiť aj niektoré doplnkové ponuky kúpeľov (napríklad z oblasti wellness). Čo je však pre slovenské kúpele znepokojujúce je to, že končia prázdniny, tieto letné

„ÚZEMIE SLOVENSKA JE VÝNIMOČNÉ V TEJTO SÚVISLOSTI TÝM, ŽE SA TU VYSKYTUJÚ TAKMER VŠETKY TYPY PRÍRODNÝCH PODZEMNÝCH VÔD, KTORÉ SA V EURÓPSKOM KÚPEĽNÍCTVE TRADIČNE VYUŽÍVAJÚ NA LIEČBU.“

tráviť čas mimo procedúr priamo v prírodnom prostredí a určite by ma nelákali spoločenské aktivity. Práve odstrihnutie sa od spoločenských kontaktov môže byť nielen priestorom pre zamyslenie sa nad vlastným spôsobom života, ale aj prípravou na zvládanie stresu v modernej spoločnosti zahltenej často i nepotrebnými informáciami.

Koronakríza podstatne ovplyvnila aj chod kúpeľov. Výpadok domácich i zahraničných klientov bude citelný. V Českej republike štát rozhodol o ich podpore. Získalo podobnú podporu aj naše kúpeľníctvo?

Koronakríza uzatvorila väčšinu kúpeľov na tri mesiace a tie, ktoré boli orientované na zahraničnú klientelu, i na dlhšie. Po ich otvorení od júna tohto roka sme sa stretli aj s tým, že výrazne ubudlo klie-

„dovolenkové“ pobyty sa skončia a stále chýbajú rezervácie na jesenné a zimné mesiace. A cudzinci? Tak to je totálny prepad. Nemôžeme čakať ani klientov z Česka, pretože tamojšia vláda podporila vlastné české liečebné kúpele špeciálnym voucherom vo výške štyritisíc českých korún, čo je približne 150 eur s označením Covid-Lázně pre každého občana ČR (zamestnaného, nezamestnaného, dôchodcu), ak absolvuje preventívny liečebný pobyt v kúpeľoch s dĺžkou najmenej šesť prenocovaní. Česká vláda takto investovala predovšetkým do podpory zdravia a odolnosti svojich občanov plne v kontexte s Uznesením EP z júna t. r. o podpore cestovného ruchu.

Žiaľ, nič také u nás nie je. Dokonca hneď po vyhlásení núdzového stavu v súvislosti s pandemiou ASK pripravila pre krízový

štáb viaceré varianty využitia lôžkových a zdravotníckych personálnych kapacít na riešenie sprievodných problémov v zdravotníctve, keď nemocničné lôžka budú prednostne pre infikovaných pacientov. Naša iniciatíva poskytnúť kúpeľné lôžka na poskytovanie zdravotnej starostlivosti ohrozeným skupinám obyvateľov (seniorom, chronicky chorým či pacientom prepusteným z nemocnice na doliečenie) zostala bez akejkoľvek diskusie, dokonca bez odpovede. Možno preto, že v prvej vlne to nebolo potrebné, ale ani teraz, keď druhá vlna by mohla postihnúť viac obyvateľov Slovenska nemáme žiadne signály, že by kúpeľné zariadenia mohli byť využívané aj nami navrhovaným spôsobom.

Počas pandémie sme v rámci Európskeho zväzu kúpeľov absolvovali pravidelné webinäre k problematike liečebných kúpeľov. Prezentovali sme náš návrh pre krízový štáb MZ SR, ktorý ocenili naši kolegovia z ESPA. Dokonca kúpele v Dolnom Sasku v apríli uviedli do praktického života podobný návrh aký ASK odoslala na krízový štáb MZ SR už v marci.

Aké plány a zámery máte do budúcnosti?

Verím, že si slovenskí politici, ale aj občania uvedomia, že veľmi dobré a kvalitné slovenské liečebné kúpeľníctvo je obrovská výhoda pri riešení ťažkých problémov, ktoré sú s kvalitou života Slovákov viazanou na zdravie – štatistiky OECD a Eurostatu jasne hovoria o tom, že zdravie Slovákov v porovnaní s inými krajinami EÚ je všeobecne zlé i pri extrémne vysokých výdavkoch na farmakoterapiu a pri veľmi častých návštevách Slovákov u lekára. Kúpele robia všetko preto, aby prežili, ale ak vláda v rozhodujúcich momentoch nepomôže, bude to vizitka toho, že si nevážime to, v čom je Slovensko naozaj dobré. Naša asociácia určite za liečebné kúpeľníctvo zabojuje s očakávanou podporou našich pacientov a klientov.

SOTHYS
PARIS

NOVÉ

RECEPT MLADOSTI

Nový pohľad mladistvých očí.

Bez parfumácie, bez použitia farbív! Testované pod oftalmologickým dozorom na citlivých očiach a nositeľoch kontaktných šošoviek!

SYNERGICKÝ PROGRAM/PROFESIONÁLNE OŠETRENIE

KRYO OČNÉ PROFESIONÁLNE OŠETRENIE

Profesionálne ošetrovanie, ktoré bolo špeciálne navrhnuté pre okolie očí. Okamžite odstraňuje známky únavy a starnutia, kým Sothys exkluzívne masážne porcelánové lyžičky zabezpečujú osviežujúci kryo efekt.

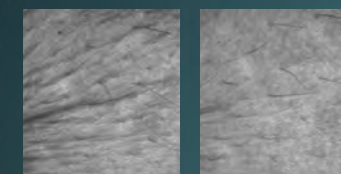
PO PRVOM OŠETRENÍ

100% SPOKOJNOSŤ*

OKAMŽITÝ VYHLADZUJÚCI EFEKT
ROZŽIARENIE OČNÉHO OKOLIA
ODPOČINUTÉ OČI

PO TROCH OŠETRENÍACH

15% MENEJ VRÁSOK**



100%

SPOKOJNOSŤ
OKAMŽITÝ VYHLADZUJÚCI
EFEKT

· ROZŽIARENIE OČNÉHO OKOLIA
· ODPOČINUTÉ OČI

SYNERGICKÝ PROGRAM/DOMÁCA STAROSTLIVOSŤ

Štyri produkty pre efektívnu starostlivosť o očné okolie na doma.



* Percentá spokojnosti 22 ľudí, 24 hodín po 1 ošetrovaní.

** Visioscan meranie počtu vrások na 22 ľuďoch, 24 hodín po treťom ošetrovaní. Ľudia absolvovali 1 ošetrovanie týždenne.

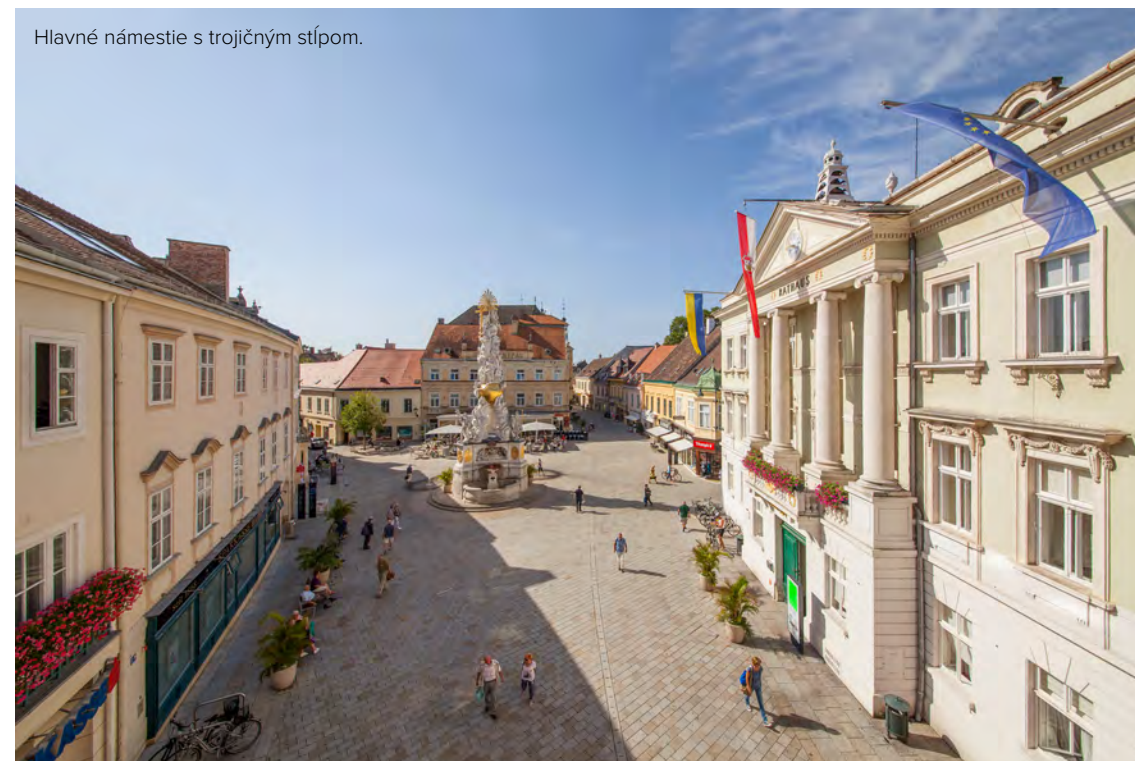
EXKLUZÍVNE V SOTHYS SALÓNOCH, SPA & WELLNESS CENTRÁCH
A DERMATOLOGICKÝCH KLINIKÁCH

V roku 1934 v neorenesančnej budove bývalého kúpeľného domu zriadili kasíno s dnešným názvom Congress Casino.

BADEN BEI WIEN

MESTO, KDE ODDYCHOVALI CISÁRI A KRÁLI
A SKLADATELIA HĽADALI INŠPIRÁCIU

Hlavné námestie s trojičným stĺpom.



TEXT Alena Reháková FOTO GG Tourismus der Stadtgemeinde Baden

Dôvodov, prečo práve tu oddychovali hlavy korunované, je niekoľko. Predovšetkým, ako kúpeľné miesto bolo známe už pred dvetisíc rokmi a nič zo svojho šarmu nestratilo ani dnes. Práve naopak. Počas storočí rástlo len do krásy a svojou komornou atmosférou inšpirovalo nielen hudobných skladateľov a básnikov, ale aj ďalších umelcov.



Z námestia Josefsplatz niekoľkokrát denne odchádza električka do Viedne.

Niet divu, že sa v miestnych kúpeľoch liečil aj sám cisár František II. Habsbursko-Lotrinský. Habsburgovcom patrila aj letná rezidencia nachádzajúca sa na dnešnom Hlavnom námestí (Hauptplatz). Ďalší rozmer získal Baden v roku 1934, keď tu v neorenesančnej budove bývalého kúpeľného domu z rokov 1884 až 1886 zriadili kasíno s dnešným názvom Congress Casino. Ako už názov napovedá, objekt sa dnes využíva nielen na hazardné hry, ale aj ako miesto konania rôznych kongresov a eventov. Vedľa kasína sa nachádza kúpeľný park (Kurpark) s hudobným pavilónom, fontánami, súsošiami, lavičkami... Ako prvý park v meste bol založený v roku 1792 na počesť cisárovnej Márie Terézie. Nielen v samotnom meste, ale i v Kurparku môžeme ešte i dnes vnímať prítomnosť slávnych umelcov prostredníctvom Beethovenovej a Mozartovej kaplnky či sochy Straussovcov.

Pod kasínom vyviera aj najstarší prameň v meste – Römerquelle (rímsky prameň).

Že sú miestne pramene sírne, spoznáte hneď podľa špecifickej vône, ktorú však podaktorí nevnímajú až tak pozitívne. Dôležité však je, že tunajšia termálna voda pomáha pri liečení svalových a reumatických ochorení. Jednotlivé terapie vznikli ako mix starých a moderných liečebných postupov. Okrem kúpeľných domov a prevádzok majú návštevníci k dispozícii Rímske termálne kúpele (Römertherme) s vodnou plochou 900 m² či outdoorové kúpalisko s bazénovým komplexom a prilahlou pieskovou plážou. Traďuje sa, že pred jeho otvorením začiatkom 20. storočia sem z dunajského nábrežia priviezli päťdesiat vagónov piesku. Určite vás zaujme aj budova s pôvodnou fasádou v štýle art deco či pôvodné drevené kabínky na prezliekanie.

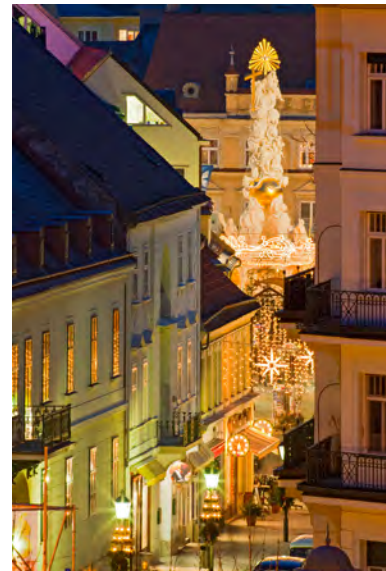
PRECHÁDZKA PEŠOU ZÓNOU

Návštevu Badenu odporúčame začať v centre mesta, na Hlavnom námestí (Hauptplatz). Jeho vzhľad ovplyvnila rekonštrukcia po rozsiahlom požiari v roku 1812. Dominuje mu radnica navrhnutá architektom a dizajnérom Josefom Kornhäuselom, už spomínaná letná rezidencia Habsburgovcov (Kaiserhaus) a takmer dvadsať metrov vysoký trojičný stĺp

z roka 1714, zhotovený sochárom Giovannim Stanettim. V Badene však dominujú pamiatky z 19. storočia postavené v štýle biedermeier, čo je trochu atypické, pretože tento štýl sa viac prejavoval v interiérových prvkoch a architektúru ovplyvnil len okrajovo.

Centrum mesta dotvárajú uličky so štýlovými domčekmi, v ktorých sídlia malé obchodíky. V niektorých z nich môžete ochutnať tunajšie špeciality, ako napríklad Beethovenove pralinky, ktoré vám naservirujú na Hlavnom námestí v „Süßes vom Feinsten“ cukrárenského majstra Herwiga Gassera.

Z námestia je to len na skok k Beethovenovmu domu, kde na vás čaká sluchový test „à la Beethoven“. Je pozoruhodné, s akým slabým sluchom dokázal tento veľkán skomponovať svoje diela v podstate len „v hlave“. Ludwig van Beethoven bol častým návštevníkom Badenu, v rokoch 1821 - 1823 býval v dome č. 10 na Rathausgasse neďaleko Hlavného námestia. Tu skomponoval podstatnú časť „9. Symfónie“, z ktorej „Óda na radosť“ sa stala európskou hymnou.



Dobľhofpark susedí s rozáriom.



ČO NAVŠTÍVIŤ V OKOLÍ:

- » 7,5 km Kláštor Heiligenkreuz
- » 14 km Mayerling, miesto tragickej smrti korunného princa Rudolfa a jeho milenky Mary Vetserovej
- » 16 km Jaskyňa Seegrotte Hinterbrühl
- » 16 km Zámocký park Laxenburg a hrad Franzesburg



Múzeum Arnulfa Reinera.

NÁŠ TIP

» Múzeum hračiek a bábik

So starostlivosťou „opatrjuje“ bábiky a hračky z posledných dvoch storočí, predovšetkým ručne vyrábaných. Návšteva múzea zaujme nielen deti, ale aj dospelých, ktorí sa takto aspoň na chvíľu môžu vrátiť do detských čias.

» Advent v Badene

Predvianočný čas v Badene má veľké čaro. Adventné trhy sa tu konajú nielen na námestí a v priľahlých uličkách, ale aj v samotnom Kurparku. Ich neoddeliteľnou súčasťou je tzv. Beh čertov (Krampuslauf). Ide o pohanskú tradíciu živú v Rakúsku od 16. storočia. Tradičný sprievod, ktorý sa začína po zotmení, tvorí Mikuláš, anjeli, ktorým sekundujú všakovaké príšery a čerti v drevených maskách so zvieracími rohmi, ktoré sprevádza rinčanie reťazí a zvoncov, práskanie bičom, hlasný rev a hustý dym... tak, ako sa na riadne peklo patrí...



Vody si v Badene užijete dosť. Nielen na outdoorovom kúpalisku s piesočnatou plážou, ale aj v Rímskych termálnych kúpeľoch (Römertherme) s vodnou plochou 900 m².

Baden bei Wien (skrátene Baden) leží v nadmorskej výške 220 – 250 metrov, 26 kilometrov južne od Viedne. Administratívne patrí do Dolného Rakúska, do okresu s rovnakým názvom. Žije v ňom približne 26 000 obyvateľov. Preteká ním rieka Schwechat a neďaleké údolie Helenental s Viedenským lesom je miestom relaxu nielen miestnych obyvateľov, ale aj turistov.

Nielen Beethovena, ale i Mozarta toto mesto inšpirovalo natolko, že práve tu zložil svoju „Ave Verum“, ktorá dokonca po prvý raz zaznela v jeho podaní na barokovom organe farského Kostola sv. Štefana. Kostol v neskorogotickom slohu bol postavený v roku 1312. Jeho súčasťou je 64 metrov vysoká zvonica.

Neďaleko hlavného námestia sa nachádza dopravná tepna Badenu – Josefsplatz. Odtiaľ niekoľkokrát denne odchádza električka, ktorej cieľovou zastávkou je Viedenská štátna opera. Námestiu dominuje architektonický klenot postavený v roku 1912 v neoklasicistickom štýle. Je dielom francúzskeho architekta Charlesa de Moreau. V tomto bývalom kúpeľnom dome pre ženy (Frauenbad) je od roka 2006 Múzeum Arnulfa Reinera, ktoré vystavuje diela tohto svetoznámeho rakúskeho maliara, tunajšieho rodáka.

KEĎ RUŽAMI VONIA CELÉ MESTO
Neďaleko centra mesta (asi desať minút pešo) sa nachádza ďalšie miesto, ktoré sa oplatí navštíviť – Doblhofpark, ktorého súčasťou je nádherné rozárium. Údajne sa v ňom nachádza v tridsiatich tisícoch sadeníc až 800 odrôd ruží. Hoci ruže tu kvitnú od mája do

októbra, najviac návštevníkov ich obdivuje počas tzv. „Dní ruží v Badene“, ktoré sa každoročne konajú začiatkom júna. Nielen rozárium, ale aj samotný Doblhofpark ponúka viacero možností na oddych. Relaxovať môžete na lavičkách v tieni starých stromov či posediť si v romantickej reštaurácii na brehu jazierka, na ktorom sa môžete aj člnkovať.

Ani po skončení „festivalu“ ruží sa Baden nezmení na spiacie mesto. Počas roka sa tu koná až päťtisíc akcií rôzneho druhu a zamerania. Samozrejme, okrem tohto roka, keď pre koronakrízu boli mnohé akcie zrušené či presunuté. Highlightom tohto roka však zostáva 250. výročie narodenia hudobného skladateľa Ludwiga van Beethovena. Pri tejto príležitosti, okrem iného, v budove Kaiserhausu na Hlavnom námestí sprístupnili výstavu s názvom „Mythos Ludwig Van“.

Milovníci vína a dobrého jedla by mali zbystriť pri informácii o ďalších obľúbených akciách – „Badener Traubenkurwochen“ (Vínne liečebné týždne) či „Genussmeile in Wienerwald“ (Labužnícka míľa vo Viedenskom lese), počas ktorej sa trasa od Mödlingu po Bad Vöslau premení na najdlhší vínný výčap.

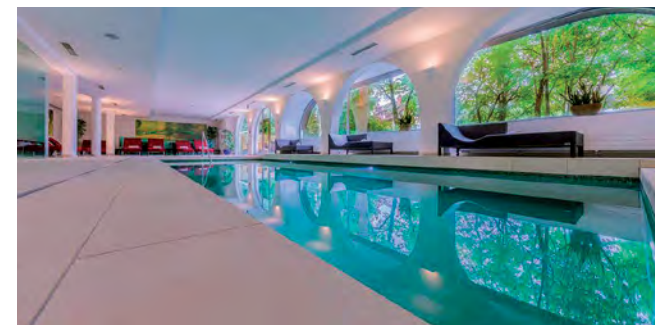


PERLA BADENU

FOTO Hotel Schloss Weikersdorf

Ak by ste sa rozhodli v Badene zostať dlhšie, odporúčame vám ubytovať sa neďaleko Doblhofparku a rozária. Tu už od 14. storočia stojí vodný hrad, ktorý po viacerých prestavbách je dnes svojim hostom k dispozícii ako Schlosshotel Weikersdorf. Jeho históriu je možné čítať na samotnej stavbe, nakoľko sa tu prelína viacero stavebných slohov – od gotiky cez renesanciu až po barok.

Po vstupe do hotela sa ocitnete v priestrannej hale, ktorej súčasťou je recepcia. Hotel je veľkorysý a príjemne zariadený, zo všetkých kútov na vás dýcha história. Ubytovať sa môžete v stošesťdesiatich štyroch izbách, zariadených v modernom štýle alebo v tzv. „vinta-



ge izbách”, z ktorých väčšina je orientovaná na rozárium. Bohaté a kvalitné raňajky podávané formou bufetových stolov sa servírujú v štýlovej reštaurácii s terasou. Okrem toho si v nej môžete pochutnať na jedlách regionálnej a medzinárodnej kuchyne. Viacero salónikov, ktoré sa v hoteli nachádzajú, sú k dispozícii na rôzne rodinné či firemné eventy vrátane svadiieb.

V depandance hotela sa nachádza wellness centrum s rozlohou 1000 m², ktorého súčasťou je bazén a saunový svet. Okrem relaxu si tu môžete objednať rôzne masáže a procedúry. Vo všetkých priestoroch hotela je hostom k dispozícii bezplatné WiFi pripojenie, pri hoteli sa nachádza dostatok parkovacích miest.



PRIPRAVENÍ NA REŠTART

PRIPRAVILA Alena Reháková FOTO archív I. Meissner

„Naši hotelieri sú radi, že sú konečne opäť hostiteľmi a sú pripravení na reštart,“ hovorí Ivona Meissner, riaditeľka Hotel Development Austria & Central Eastern Europe, BWH Hotel Group Central Europe. Jedným dychom však dodáva, že situácia je, žiaľ, veľmi neistá a kríza ešte zďaleka neskončila...



Po tom, čo väčšina hotelov BWH Hotel Group Central Europe musela byť pre koronakrízu a s ňou súvisiace obmedzenia dočasne zatvorená, a to takmer vo všetkých krajinách, boli hotely pripravené na reštart už od začiatku júna tohto roka. Vďaka rozsiahlym hygienickým a bezpečnostným opatreniam, ktoré sú prispôbené miestnym požiadavkám a sú koordinované so štátnymi orgánmi, sú dnes už takmer všetky z približne 300 hotelov otvorené.

Pani Ivone Meissner z regionálnej kancelárie vo Viedni, ktorá je zodpovedná za trhy v Rakúsku, v Českej republike, na Slovensku, v Slovinsku, v Maďarsku a Chorvátsku, sme v tejto súvislosti položili niekoľko otázok.

Ako sa vaše hotely vyrovnávajú s novými bezpečnostnými a hygienickými požiadavkami v období koronakrízy?

Bezpečnosť a ochrana zdravia hostí a zamestnancov je najvyššou prioritou v skupine BWH Hotel Group Central Europe. V súlade s požiadavkami jednotlivých štátov, federálnych štátov, zdravotníckych orgánov a prispôbených predpisov o ochrane zdravia a bezpečnosti pri práci, hotely v našej skupine zaviedli jednotné hygienické a bezpečnostné koncepcie a opatrenia vo všetkých oblastiach, ako je prísne dodržiavanie predpisov o vzdialenostiach, nosenie rúšok alebo častejšie cykly čistenia a dezinfekcie miestností. Úradné predpisy v jednotlivých krajinách sa tiež veľmi líšia v oblasti organizovania podujatí a sú neustále prispôbované súčasnej situácii – pokiaľ ide o všeobecnú veľkosť konferencií alebo podujatí, ako aj o príslušné bezpečnostné opatrenia, ktoré musí hotel spĺňať. V tejto zložitej situácii informujeme našich hostí o bezpečnostných nariadeniach prostredníctvom pravidelných newsletterov. Navyše, poskytujeme komplexné informácie na našich webových stránkach, ktoré sú prispôbené regionálnym usmerneniam a individuálnym situáciám až po individuálne opatrenia v jednotlivých hoteloch.

Ako sa vyvíja dopyt a ako naň reagujete?

Vidíme už prvé náznaky, že dopyt mierne stúpa, najmä zo strany lokálnych a stredne veľkých firiem. V tejto súvislosti očakávame, že trh služobných ciest bude v nasledujúcich mesiacoch čoraz viac charakterizovaný cestujúcimi z domácich malých a stredne veľkých firiem. Pre túto cieľovú skupinu ponúkame špeciálny program Best Western Business Advantage. V spojení s vernostným programom Best Western Rewards zákazníci získavajú zod-

povedajúcu cenovú výhodu, najvyššiu možnú dostupnosť rezervovania izieb a – čo je v súčasnosti obzvlášť žiadané – najpružnejšie podmienky stornovania.

Uskutočnili ste prieskum medzi zákazníkmi, ktorí organizujú konferencie a podujatia. Aké sú jeho výsledky a ako implementujete zistenia?

Koronakríza bezpochyby zvlášť tvrdo zasiahla trh služobných ciest a segment MICE. Preto sme v júni medzi našimi zákazníkmi, ktorí organizujú konferencie a podujatia, uskutočnili prieskum s cieľom lepšie posúdiť budúcnosť trhu služobných ciest a MICE, ako aj meniace sa potreby našich zákazníkov. Prieskum nám pomáha vytvárať nové marketingové opatrenia a príležitosti počas a po korona pandémii. Teraz je to otázka získania dôvery zákazníkov a splnenia zmenených požiadaviek a želaní cestujúcich vhodnými opatreniami a ponukami.

V kritériách pri výbere hotela prieskum ukázal, že takmer 92 percent firemných zákazníkov súhlasí s flexibilnými podmienkami stornovaní, ktoré sú v súčasnosti veľmi dôležité pri výbere hotela. Preto sme zareagovali napríklad skrátením lehôt na zrušenie. V stále nejistej situácii v oblasti plánovania ponúka mnoho našich konferenčných hotelov v strednej Európe kratšie stornovacie lehoty – 14 dní pred podujatím, a to až do konca roka 2020. Jedným z pozoruhodných zistení prieskumu je, že 65 percent firiem chce v budúcnosti usporiadať už v minulosti naplánované osobné stretnutia v hybridnom alebo digitálnom formáte. V prípade zvýšenia cien pre prísnejšie hygienické a bezpečnostné

požiadavky je zrejme, že ceny nie sú v súčasnosti hlavným zreteľom obchodných cestujúcich: v prieskume dve tretiny opýtaných spoločností súhlasia so zvýšením ceny v prípade zvýšených bezpečnostných a hygienických opatrení v hoteli.

Vidíte už rastúci dopyt v sektore MICE a v príprave podujatí?

V našej hotelovej skupine máme malé, stredné aj veľké konferenčné hotely, z ktorých všetky trpia štátnym nariadením o ukončení činnosti v oblasti organizovania podujatí. Počas krízy boli podujatia úplne zrušené a dokonca aj dnes nie je úplne jasné, ako a za akých vládnych nariadení sa toto podnikanie môže začať; ide najmä o veľké konferencie, kongresy alebo podujatia. Súčasný prieskum ukázal, že správanie našich MICE zákazníkov je pre druhú polovicu roka 2020 a rok 2021 stále zdržanlivé. Existujú sporadické objednávky, ale v žiadnom prípade nie na úrovni pred koronakrizou. Mnohí vyčkávajú, pretože ešte stále neexistujú žiadne konkrétne nariadenia a niektoré spoločnosti ešte nezrušili všeobecný zákaz cestovania svojich zamestnancov. Na otázku, kedy (vo všeobecnosti) možno očakávať prvý nárast služobných ciest a MICE, až 40 percent opýtaných firiem odpovedalo, že plánujú začať so služobnými cestami opäť od tretieho štvrtroka tohto roka. V súčasnosti väčšina firiem očakáva prvý návrat konferencií v štvrtom štvrtroku 2020 a začiatkom roka 2021.

S cieľom reagovať na zmenenú situáciu na trhu BWH Hotel Group Central Europe zostavila nový marketingový balík, ktorý obsahuje nové formy digitálnych produktov, nové cenové modely a nové produkty. Napríklad, keďže sa neočakáva, že sa väčšina podujatí uskutoční v predvídateľnom čase, zaviedli sme novú ponuku pre malé súkromné podujatia a oslavy.

Ako sa bude vyvíjať dopyt v sektore voľného času a ako na to zareagujete?

Sme presvedčení, že dopyt sa zvýši vo všetkých krajinách strednej a stredovýchodnej Európy, najmä v oblasti domáceho cestovného ruchu. Hostia vyhľadávajú miesta na oddych, športové aktivity a zábavu. Vidíme veľký nárast rezervácií v našich rekreačných hoteloch. Pokiaľ však ide o cestovanie, hostia sú a budú vo všeobecnosti stále neistí, a to nielen z dôvodu veľmi odlišných regionálnych predpisov. Tu je dôležité vytvárať dôveru a transparentne komunikovať, ako aj dostatočne uspokojovať značne zvýšenú požiadavku na informácie zo strany zákazníkov.

“AK NÁKLADY STÚPAJÚ A PREDAJ JE OBMEDZENÝ, CENY HOTELOV NESMÚ ZA ŽIADNYCH OKOLNOSTÍ KLESAŤ.”

Túto požiadavku plníme poskytovaním komplexných informácií na našich webových stránkach, ktoré sú prispôbené regionálnym usmerneniam a individuálnym situáciám až po individuálne opatrenia v jednotlivých hoteloch. Toto je rozhodujúca výhoda, pretože informácie na stránkach hlavných rezervčných platforiem sú často len štandardizované. Ak chcete pri plánovaní vašej cesty dosiahnuť najvyššiu možnú bezpečnosť, flexibilitu a individuálne informácie, najlepšie je zavítať na naše webové stránky, kde nájdete férové a transparentné ceny pre všetkých, ako aj exkluzívne ponuky pre stálych hostí a členov vernostného programu Best Western Rewards.

Vo všeobecnosti sme s našou adaptovanou ponukou dobre pripravení na domáci turistický dopyt – s dovolenkovými hotelmi vo všetkých dovolenkových regiónoch a s mestskými hotelmi vo všetkých krajinách strednej Európy. Hostia majú k dispozícii veľký výber hotelov, ak chcú (vzhľadom na súčasnú situáciu) stráviť

svoju dovolenku v ich domovskej krajine. Stále existuje veľa turistických cieľov, ktoré nie sú preplnené, pretože ešte neboli dostatočne objavené. Momentálne prebieha naša veľmi úspešná on-line kampaň „Hidden Champions & Secret Places“, kde predstavujeme práve tieto neobjavené miesta.

Ako ovplyvňuje koronakríza tvorbu cien? Ako by mala vyzeráť budúca cenová politika?

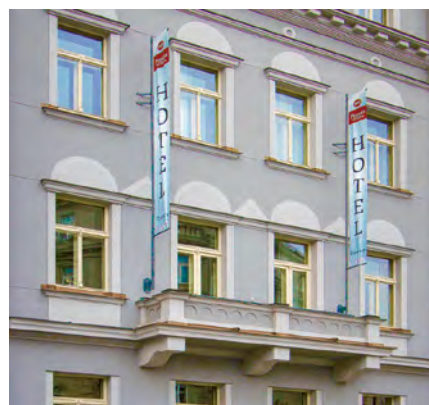
Tvorba správnych cien je jedným z kľúčových faktorov úspešného reštartu. Vyžaduje si to istú cenovú politiku. V dôsledku vládnych usmernení a nariadení v období koronakrízy náklady hotelom stúpajú, napríklad pre vyšší počet zamestnancov, nákup väčšieho množstva čistiacich prostriedkov, ako aj pre rôzne ochranné opatrenia a v niektorých prípadoch i pre zmeny, ktoré sa musia zohľadniť v cenách. Okrem toho sú v niektorých krajinách predpísané aj limity obsadenosti alebo požadovaná miera voľných miest v hoteloch. Transparentná cenová politika prispôbená novým predpisom a potrebám cestujúcich sa musí tvoriť s primeranými a férovými cenami, ktoré zohľadňujú zvýšené náklady.

Ak náklady stúpajú a predaj je obmedzený, ceny hotelov nesmú za žiadnych okolností klesať. Všetky hotelové podniky utrpeli vážne straty a sú konfrontované s obmedzeniami predaja nariadenými vládou dokonca aj po koronakríze, zatiaľ čo náklady v dôsledku nových hygienických a bezpečnostných opatrení stúpajú. Je preto dôležité, aby si počas a aj po tejto drastickej kríze celé hotelové odvetvie navzájom „nepokazilo“ ceny, čím by sa naštartovala klesajúca cenová špirála. Nemali by sa robiť rovnaké chyby ako v predchádzajúcich krízach – v ťažkých časoch až príliš často reagovalo hotelové odvetvie na cenový dumping. Pokiaľ ide o nastavenie cien, tentoraz by malo hotelové odvetvie skôr držať spolu a udržiavať stabilnú a férovú cenovú úroveň s cieľom zvládnuť úspešný reštart a prežiť koronakrízu.

NOVINKA: BEST WESTERN PREMIER HOTEL ESSENCE PRAGUE

TEXT A FOTO BW Premier Hotel Essence Prague

Hotelová sieť BWH Hotel Group upevnila svoju pozíciu v Českej republike. V centre Prahy, päť minút chôdze od Václavského námestia, otvorila 1. júla nový butikový Best Western Premier Hotel Essence.



V PRAHE AKO DOMA

Hotel je situovaný v renovovanej budove postavenej v dvadsiatych rokoch minulého storočia v štýle „Czech Art Deco“ a poskytuje ubytovanie v 53 izbách a suitách. Interiér hotela bol kompletne renovovaný a vybavený modernými prvkami a technológiami. Elegantné izby sú vybavené klimatizáciou, smart TV a vysokorychlostným WiFi zadarmo. Okná izieb smerujú na pokojné námestie alebo do vnútrobloku. Väčšina izieb je vybavená kobercom, izby pre alergikov majú vinylovú podlahu. Jedna izba je bezbariérová.

Hotel je skvelou voľbou nielen pre turistov, ale aj obchodných cestujúcich. Vhodný je aj na konanie firemných akcií a seminárov. K dispozícii sú dve konferenčné miestnosti s celkovou kapacitou až 55 osôb, sauna a parkovanie v podzemnej garáži. Konferenčná miestnosť má denné svetlo a možno ju rozdeliť posuvnými dverami na dve miestnosti. K dispozícii je moderné technické vybavenie (dataprojektor, TV, obrazovka, ozvučenie). Ázijskú kuchyňu pod vedením šéfkuchára z Hanoja si môžu hostia vychutnať v reštaurácii „Lêkima“.

„Teší nás spolupráca s BW Hotel Group CE, ktorá nám prináša výhody v oblasti predaja a marketingu. Zároveň hostia u nás nájdu všetko, čo prináleží značke Best Western Premier vrátane vernostného programu,“ povedala Lenka Valachová, riaditeľka hotela.

www.hotelessence.cz



ZA ZÁŽITKAMI BEZ BARIÉR

TEXT Branislav Koscelník FOTO CzechTourism, archív Aleny Kánovej a Adama Burianeka

Chcú žiť plnohodnotný život. Chcú sa zabávať, navštevovať športové podujatia i koncerty, majú chuť zísť si na večeru a túžia spoznávať svet. Aj ľudia so zdravotným postihnutím majú rovnaké potreby, aké má zdravý človek. Aj ich cestovanie naplňa, prináša nezabudnuteľné zážitky a rozširuje obzor. Brzdia ich bariéry, ktoré sú na každom kroku. Nie sú to len fyzické prekážky, ale aj bariéry v hlavách ľudí.

Spoločnosť si stále nezvykla na to, že medzi nami žijú aj cestovatelia, ktorí potrebujú špecifický prístup. Len v Európe je približne 90 miliónov obyvateľov so špeciálnymi potrebami. Sú to ľudia s obmedzeným pohybom, zrakovo postihnutí, ale aj seniori.

Ak sa chcú vydať na cestu, potrebujú oveľa dôkladnejšiu prípravu, overovanie dostupnosti, hľadajú bezbariérové trasy. A aj keď sa bezbarierizácia verejného priestoru a dopravy zlepšuje, na cestách sa stretávajú s množstvom nástrah, s neočakávanými prekážkami a niekedy až s nedôstojnými podmienkami.

Telesne postihnutí ľudia nechápavo krúčia hlavou, keď slovenské železnice od nich vyžadujú, aby sa na cestu prihlásili aspoň 24 hodín vopred, no napriek tomu vo väčšine prípadov sa do vlaku nedostanú, pretože súpravy nedisponujú zdvíhačou plošinou. Majitelia hotelov svoj hotel označia za bezbariérový, pritom si neuvedomujú, aký veľký rozsah má slovo „bezbariérovosť“ alebo „prístupnosť“, a že to znamená viac ako len mať výťah či vstup bez schodov. Pre hostí na vozíku je dôležitá aj šírka dverí alebo manévrovateľnosť v kúpeľni. A niekedy aj to, čo je označené v bedekroch ako bezbariérové, sa ukáže ako nezdolateľná prekážka. Beliansku jaskyňu, ktorú propagujú ako jedinú bezbariérovú jaskyňu na Slovensku, človek na vozíku nezvládne prejsť samostatne, ale len s asistentom.

Napriek ťažkostiam sa zdravotne znevýhodnení ľudia púšťajú na cesty, lákajú ich nepoznané destinácie, chcú zažiť dobrodružstvo a sú odhodlaní prekonávať bariéry, aj keď by boli najradšej, keby sa spoločnosť naučila vnímať ich potreby a nekládla im do cesty prekážky.



ALENA

Ako stolná tenistka má za sebou päť letných paraolympiád, odkiaľ si priniesla štyri medaily a zúčastnila sa aj na zimných paralympijských hrách v disciplíne curling. Alena Kánová patrí k najúspešnejším zdravotne postihnutým športovkyniam. Precestovala kus sveta a ako sama vraví, kvôli práci, športu či návšteve rodičov balí tašky každý týždeň. Pri plánovaní výletov ju limituje iba čas. Popri športe, škole, práci a momentálne aj deťoch toho času veľa nie je.

Alena je dobrodružný typ cestovateľky. Nikdy nespoznávala svet s cestovnou kanceláriou a pobyty pri mori nie sú jej záľubou. Veľkú časť sveta precestovala vďaka športu alebo pracovne. No na spoznávanie krajiny a jej kultúry je predsa len najlepší dovolenkový výlet bez záväzkov.

„Väčšinou kúpime vhodné letenky, rezervujeme prvé dva dni v hoteli a ostatné riešime podľa situácie. Veľmi pomáhajú ubytovacie portály, kde si už môžete nájsť bezbariérové ubytovanie,“ rozhovorila sa štyridsaťročná Alena. Pripustila, že najradšej navštevuje Áziu, kde je väčšina ubytovacích kapacít bezbariérová, taxíky sú lacné, je tam dobrá strava a najmä ochotní ľudia. Ale s radosťou si spo-

mína aj na krásne časy spred viac ako dvadsiatich rokov, keď precestovala polovicu USA. Bez mobilu a internetu, len s papierovou mapou a bedekrom a svoje čaro malo aj študentské ubytovanie. Pri cestách Alena Kánová rada navštevuje kamarátov žijúcich v zahraničí. „Pre mňa je väčší zážitok zažiť jeden deň u kamaráta na Sibíri ako vidieť Sochu slobody v New Yorku. Dokážu vám lepšie priblížiť krajinu a ukážu také miesta, ktoré nenájdete v žiadnom bedekri. Keďže vďaka športu mám po celom svete veľa kamarátov na vozíku, zvyknem ich kontaktovať aby mi poradili miesta, ktoré by boli pre mňa vhodné. Často aj na Slovensku a v Česku, ich osobná skúsenosť je najlepšia.“

Na cesty sa rodáčka z Liptovského Mikuláša vydáva niekedy sama, inokedy s rodinou, na výletoch jej asistujú kamaráti, partner a teraz cestujú spolu s deťmi. Prezrádza, že v živote má šťastie na dobrú rodinu, partnera a kamarátov. „Mala som rada, keď sme išli ženské osadenstvo, pretože vtedy sme museli žiadať o pomoc cudzích ľudí, nadviazali sme veľa kontaktov. Pokiaľ som cestovala s mužmi, vtedy mi už väčšinou pomáhali oni. Napríklad v Číne mi pomáhali ženy, mužom sa nechcelo. V arabských krajinách som sa radšej vopred opýtala, či im to nebude prekážať z náboženského hľadiska. Rekord som mala, keď ma

raz v Číne vynášalo po schodoch osem žien. Horšie bolo, že išli so mnou aj na WC a nechceli odo mňa celý čas odísť. V Hočiminovom mauzóleu v Hanoji ma mohli vynášať iba domáci vojaci, do Leninovho mauzólea ma zasa na vozíku vôbec nechceli pustiť. V Tibete vzhľadom na vysokú nadmorskú výšku mali štyria kamaráti problém vyniesť ma na prvé poschodie. Bežne to zvládne jeden silnejší muž. Keďže používam mechanický vozík, určite je to jednoduchšie, s elektrickým by som sa asi ďaleko nedostala,“ vracia sa v spomienkach k zážitkom z miest, ktoré jej zostali hlboko v pamäti.

Alenu na vozík pripútali v štrnástich rokoch dôsledky dopravnej nehody. Za ten čas si zvyká na život s bariérami. „Za 25 rokov, čo som na vozíku, je to dnes lepšie, ale ešte stále je čo zdokonaľovať. Nielen bariéry, ale aj myslenie ľudí. Nájdu sa miesta, ktoré určite nezmeníme. Sú to najmä staré historické mestá vydláždené tzv. mačacími hlavami a veľa historických budov, ktoré sa nedajú

debariérizovať. Pre vozík nevhodné,“ zamýšľa sa a ďalej hovorí, čo ju na Slovensku trápi.

„Pokiaľ by som bola cudzinka na vozíku a priletela by som na Slovensko, mala by som asi veľký problém. Nemala by som sa ako presúvať. Vlak treba objednať vopred. Nikde vo svete som sa s tým nestretla. Autobusom cestovať je nemožné, jedine taxíkom alebo si požičať auto. Aj informácie v angličtine o bezbariérových turistických atrakciách sú problémom. S ubytovaním je to jednoduchšie, ale väčšinou sú to hotely vyššej cenovej kategórie. Múzea, galérie, skanzeny sa už pomaly prispôbujú aj ľuďom na vozíkoch, horšie je to s hradmi a zámkami. Keďže ide o historické budovy, je veľmi náročné postaviť výťah, nájazdovú rampu, lebo všetko musí schváliť pamiatkový úrad. Na Slovensku by som určite uvítala bezbariérovejšiu dopravu, kultúrne pamiatky, športoviská, viac bezbariérových chodníkov v horách, ale najmä, okrem bezbariérových vstupov, aj bezbariérové WC.“

Určite by to ocenili aj starší ľudia a mamičky s kočíkmi,“ vymenúva Alena.

Za TOP bezbariérové krajiny považuje napríklad USA, severnú Európu, Austráliu či Japonsko. „Ale keď človek navštívi zostalejšie krajiny, napríklad v Afrike, Južnej Amerike, váži si to, čo má doma. Nielen čo sa týka bariérovosti, ale aj štyri ročné obdobia, teplú a studenú vodu...“ Nadšená cestovateľka s úsmevom spomína na prekvapenie, ktoré ju čakalo počas cestovania vo Vietname.

„Keď som napísala na vietnamské železnice, že plánujem cestovať nočným vlakom z Hanoja do Sapy, či by mi vedeli napísať šírku uličky, aby som sa vedela zmestiť s vozíkom, do dvoch hodín som mala odpoveď. Nielen šírku uličky, ale aj fotku konkrétneho vozňa, v ktorom som mala cestovať. Na dvojkoľnovej ceste vlakom do Tibetu som mala dokonca súkromnú bezbariérovú toaletu,“ pridala Alena Kánová na záver pozitívne skúsenosti.



Na Slovensku existuje množstvo zaujímavých miest dostupných bez obmedzení. Bezbariérovú infraštruktúru nájdete v uliciach miest aj v horských údoliach. Treba však vedieť, kam sa vybrať.

ĽUDIA NA VOZÍKCH

Putovanie po slovenských mestách môžete začať v najstaršom z nich, v Nitre. Pomôže vám brožúra Nitra bez bariér. Ak máte radi víno, zavítajte do Pezinka – v mestskom informačnom centre vám poskytnú mapu pre ľudí na vozíkoch. Pred návštevou Tatier sa s bezbariérovou mapou mesta zastavte v Liptovskom Mikuláši.

V Tatrách nájdete pomerne širokú ponuku značkových turistických chodníkov bez bariér. V Západných Tatrách sa núka Tichá dolina v Oraviciach, Bobrovecká dolina, či Roháčska dolina. Vo Vysokých Tatrách sa dostanete na Popradské pleso (1 494 m n. m.) alebo k Rainerovej chate. V Belianskych Tatrách sa vyberte Javorovou, či Bielovodskou dolinou. Scénická trasa vedie aj prielomom Dunajca v Pieninách. Kompletne informácie ohľadom trás, ubytovania, stravovania a ďalších služieb nájdete v brožúre Tatry bez bariér. Jedinou jaskyňou s bezbariérovým vstupom je Bystrianska jaskyňa na južnom úpätí Nízkyh Tatier. Prvý náučný chodník bez bariér na Slovensku nájdete v Stratenskom kaňone v Národnom parku Slovenský raj.

ĽUDIA SO ZRAKOVÝM POSTIHNUTÍM

Pri využívaní verejnej dopravy je dôležitá prístupnosť staníc, zastávok, nástupíšť a terminálov prostredníctvom prirodzených vodiacich línií, reliéfnych opatrení pre nevidiacich, akustických prostriedkov. Systematické sú v tomto Železnice Slovenskej republiky, ktoré všetky nové stavby a rekonštrukcie vybavujú týmito opatreniami. Podobne postupujú letiská, v autobusovej doprave sú tieto opatrenia zriedkavé.

Na Slovensku sú zatiaľ tri múzeá, v ktorých sa nevidiaci môže samostatne pohybovať a absolvovať prehliadku založenú na zvukových informáciách z terminálov, opisoch v Braillovom či plastickom písme, ako i mnohých hmatových vnemov z prístupných modelov objektov, replík a artefaktov. Je to Archeologická expozícia Slovenského národného múzea v Bratislave, skanzen a hrad v Starej Ľubovni. Častočne sú takto riešené časti expozícií na Bratislavskom hrade, na Bojnickom zámku, v Prírodovednej expozícii SNM v Bratislave a v Speleologickom múzeu v Liptovskom Mikuláši.

ZDROJ Slovenský zväz telesne postihnutých a Únia nevidiacich a slabozrakých Slovenska



ADAM

Adama Burianeka pripútala na vozík vrodená choroba, ktorá spôsobila deformitu kostí a kĺbov. Dvadsaťsedemročný mladý muž pracuje ako administrátor webovej stránky Organizácie muskulárnych dystrofikov v SR. Aj on využíva každú príležitosť aby spoznával svet. Rád absolvuje jednoduché výlety. S paralympijským športom boccia sa vydal aj na vzdialenejšie výpravy.

Skôr než si zarezuje ubytovanie, si radšej z viacerých zdrojov overí či hotel, ktorý deklaruje, že je bezbariérový bude prístupný, či prejde cez dvere izby a či kúpeľňa bude dosť veľká na to, aby sa v nej dalo ľahko a pohodlne manévrovať s vozíkom. „Často sa však stáva, že ak aj je na webovej stránke hotela alebo na vyhľadávacom portáli uvedená informácia o prístupnosti ubytovania, pri príchode zistím, že táto informácia je buď neúplná alebo nesprávna. Pred piatimi rokmi som si zisťoval informácie o ubytovaní v jednom pražskom hoteli. Na vyžiadanie som dostal informáciu, že hotel disponuje bezbariérovým vstupom aj výtahom. Nedodali však, že k výťahu viedli štyri schody, takže prístup bol bariérový.

Niektorí prevádzkovatelia hotelov si neuvedomujú, aký veľký rozsah má slovo bezbariérovosť alebo prístupnosť,“ rozhovoril sa Adam o téme, ktorou žije komunita ľudí so špeciálnymi potrebami.

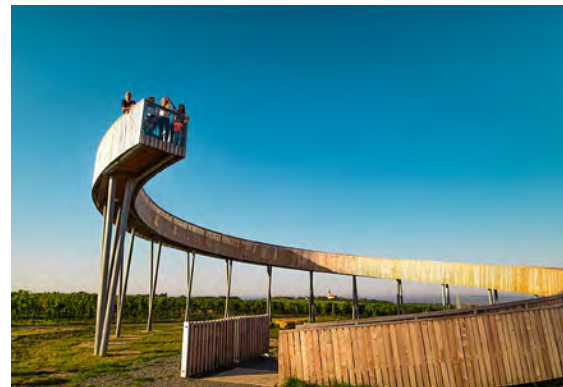
Trápi ho, že majitelia ubytovacích zariadení neberú vážne potreby cestovateľov so zdravotným postihnutím. „Môj osobný pocit je, že prevádzkovatelia sa ešte nenaučili pozeráť na ľudí s postihnutím ako na platiacich zákazníkov, ktorí im prinesú určitý obnos peňazí. Veď napríklad v hoteloch musia hostia s postihnutím platiť za izbu rovnako ako hostia bez postihnutia. A ak si taký hosť privedie so sebou asistenta, logicky sa platba za noc zvyšuje. Prevádzkovateľom sa oplatí prispôbovať svoj podnik ľuďom s postihnutím, pretože taká investícia sa im de facto vráti, možno aj rýchlejšie, práve vďaka asistentom ľudí s postihnutím,“ poukazuje Adam Burianek na potenciál klientov, ktorí potrebujú k spokojnosti iba jedno - bezbariérovosť. Sám na cestách využíva pomoc osobných asistentov. Na kratšie výlety si vystačí s jedným, no na dlhších pobytoch a športových turnajoch Adamovi pomáhajú až dvaja asistenti.



A vymenúva ďalšie nástrahy a prekážky, po ktorých zostáva z cestovania pachuť nepríjemnosti a nedostojného prístupu k zdravotne postihnutým. Aj Adama trápia podmienky na slovenskej železnici. „Na rozdiel od cestujúcich bez postihnutia, my si musíme zisťovať všetko najneskôr dva dni vopred. Navyše si musíme v dostatočnom časovom predstihu objednať vozeň, do ktorého sa možno dostať len pomocou zdvíhacej plošiny. A potom dúfame, že plošina bude fungovať. A ak aj bude fungovať, musíme dúfať, že výťah na stanici bude fungovať tiež. Je to stresujúce a tiež nedostojné. Veď „zdraví“ nemusia hlásiť železničnej spoločnosti, že „haló, idem vlakom“. Ideálny stav by bol, keby sme ani my nemuseli takto riešiť naše presuny,“ odkazuje kompetentným. V tejto situácii je najpohodľnejšie presúvanie autom. Hoci aj tu existujú nástrahy. „Bude v cieľovej destinácii parko-

vacie miesto pre ZŤP? Ak aj bude, nebude obsadené niekým, kto nemá oprávnenie na ňom parkovať? Potom tu máme pešie presuny. Musím zdôrazniť, že je rozdiel ísť pešo v meste a v prírode. Je jasné, že príroda je „nemilosrdná“ a veľa prístupnosti sa tam nedá očakávať. Ale v mestách by som očakával, že všetky priechody pre chodcov (aj nechodcov) budú prispôbené tak, aby po nich dokázali prejsť aj ľudia s postihnutím,“ poukazuje Adam na bariéry, ktoré by už v uliciach nemali čo hľadať.

„Mal som možnosť navštíviť Dubaj. Ten bol z pohľadu prístupnosti takmer perfektný. Bol som však v Prahe aj v Budapešti a tam to bolo náročnejšie, najmä v metre. Za vzor by som možno dal Kodaň. Vďaka rozvinutej cyklistickej infraštruktúre je toto mesto prístupné aj ľuďom na vozíčkoch,“ uzavrel Adam Burianek.



ZAÚJALO NÁS:

Agentúra CzechTourism zverejnila štyridsaťdva tipov na bezbariérové výlety po celom Česku. Turisticky atraktívne miesta prístupné pre ľudí na vozíkoch, nevidiacich alebo nepočujúcich turistov odporúčili krajské destinačné spoločnosti.

„Plníme sľub, ktorý sme dali na konci minulého roka. Okrem tipov na neobjavené skvosty Česka sme v spolupráci s krajmi pripravili aj tipy na výlety pre ľudí na vozíčkoch, nevidiacich alebo nepočujúcich spoluobčanov,“ hovorí Jan Herget, riaditeľ agentúry CzechTourism a dopĺňa: „Česko môže byť oveľa prístupnejšie na cestovanie než je to teraz. Chystáme odborné semináre v rámci českého systému kvality služieb, ktoré sa téme budú venovať. Je to potenciál pre domáci aj pre príjazdový cestovný ruch.“

„Najväčšiu radosť mám z novo postavených rozhľadní a chodníkov korunami stromov. Nielen pre jedinečný kontakt s prírodou, ale aj preto, že sú od začiatku projektované ako bezbariérové. Môžem tam vyraziť kedykoľvek bez plánovania a nemusím riešiť či sa tam s vozíkom dostanem. Jednoducho viem, že to bude super,“ uvádza Jiří Čeloud, inštruktor nácviku sebestačnosti Centra Paraple. „Ľudia na vozíčkoch potrebujú nielen bezbariérové prístupy, ale predovšetkým bezbariérové toalety so správnymi parametrami, bez nich sa pri výlete nezaobídú,“ dopĺňa Alena Jančíková, riaditeľka Českej asociácie paraplegikov a pokračuje: „Ďalšou výhodou je možnosť využitia verejnej dopravy a existencia ďalších nadväzujúcich služieb, ktoré budú pre ľudí na vozíčkoch prístupné.“

Iný druh prístupnosti potrebujú nepočujúci či nevidiaci. „Pre osoby so sluchovým postihnutím je dôležité zabezpečiť minimálne textový zdroj a preklad do posunkového jazyka,“ hovorí Jan Wirth, zakladateľ startupu DeafTravel, ktorý sprístupňuje pamiatky nepočujúcim.



JAK CHUTNÁ DUBAJ

TEXT A FOTO Pavla Apostolaki

Dubaj není jen městem luxusu, mrakodrapů a futuristické architektury. Turisty láká také na skvělou gastronomii, kterou nenajdou nikde jinde na světě.

Obyčejná rybářská vesnice se v nejlidnatější město Spojených arabských emirátů proměnila v šedesátých letech minulého století díky objevu ropy. Černé zlato přilákalo investory a spoustu přistěhovalců z Indie, Pákistánu a Íránu (původních obyvatel žije v Dubaji jen dvanáct procent), kteří se vydali za novými pracovními příležitostmi. Ti pak ovlivnili ráz dubajské kuchyně, která se stala výjimečným kulinářským kotlíkem. Míchají se v něm

odlišné kultury s jejich recepty, jež nemají obdoby. Základ tvoří arabská kuchyně, která se prolíná s kuchyní Blízkého východu a Asie. Chuťové pohárky tak naplňují libanonské, íránské, pákistánské, indické, japonské a čínské vlivy. Dubajská kuchyně vychází z místních zdrojů a používá hlavně ryby, plody moře, velbloudí maso, kuřata, mléko, rýži, obilniny, luštěniny, zeleninu a ovoce včetně datlí a fíků. Jídlo bývá výrazně dochucováno kořením (zázvor, skořice, hřebíček, šafrán, chilli, kurkuma) a nesmí po něm chybět de-

zert. Ať už je to například maamoul (sušenky plněné datlemi), luqaimat (kuličky z kynutého těsta s medem či sirupem) nebo umm ali (pečivo zapečené s pistáciemi, kokosovými vločkami, rozinkami). Sladkosti jsou vynikající a často se do nich přidává med, růžová voda, kardamom nebo šafrán. Toto koření má v dubajské kuchyni významné postavení. Dováží se z Íránu a používá se nejen v gastronomii, ale i v přírodní medicíně. Na trhu existuje několik typů šafránů (hlavních je pět), jež se rozlišují podle procent koncentrace lá-

tek ve čnělkách. Cena nejdražšího koření na světě se tak neustále mění podle jeho kvality, množství úrody a místní poptávky. Co se týká nápojů, obyvatelé Dubaje nejčastěji pijí vodu. Hydratují tak svůj organismus při vysokých teplotách. Oblíbený je i černý čaj s mátou, silná arabská káva ochucená kardamomem s velkým množstvím cukru nebo káva s velbloudím mlékem. Alkohol místní muslimové nekonzumují, turisté jej však bez problémů dostanou v hotelových restauracích, barech a v nočních klubech.

VEČEŘE S DVOŘÁKOVOU SYMFONIÍ

Dubaj hýří velkým množstvím gastronomických podniků různých druhů a jejich nabídka je nepřehledná. Velmi dobře se lze najíst v pouličních bistrech, kde mají pokrmy velmi dobrou kvalitu. Zejména stará, historická část Dubaje je plná pouličního jídla. Za ochutnání rozhodně stojí zeleninové taštičky samosa či kebab shawarma. Pak jsou to

“MEZI TRADIČNÍ JÍDLA V DUBAJI PATŘÍ NAPŘÍKLAD MACHBOOS (KUŘE ČI JEHNĚČÍ S RÝŽÍ), KHAMEER (CHLEBOVÉ PLACKY), CHEBAB (PALAČINKY), DOMÁCÍ CHLÉB NAAN NEBO VELBLOUDÍ STEAK.”

„lidové“ restaurace umístěné u Dubajského zálivu s výhledem na moře. A nakonec luxusní restaurace (některé si otevřeli šéfkuchaři světového formátu jako například Gordon Ramsay) umístěné v prestižních lokalitách.

Mezi ně patří i nejvyšší obývaná budova světa, osm set dvacet osm metrů vysoká Burdž Chalífa. Stavba, jejíž vnější obklady tvoří vztužené sklo, speciálně vybrané do extrémních podmínek (vysoké teploty, písečné bouře, silný vítr ve vrchní části budovy), má

pestré využití. Od sedmi set luxusních bytů, přes kanceláře až po technologické prostory. V sedmdesátém osmém patře byl vybudován plavecký bazén, ve sto dvacátém čtvrtém výhledová plošina At the Top, odkud návštěvníci vidí Dubaj z ptáčích perspektiv. Hodně populární je také Armani Hotel, na jehož interiéru spolupracoval módní návrhář Giorgio Armani. Hotel zaujímá prostor od přízemí do osmého podlaží a třicáté osmé a třicáté deváté patro, přičemž ceny za pokoj na jednu noc jsou od třinácti tisíc českých korun.



JAK SE DOSTAT DO DUBAJE

Nejlepší doba na pobyt v Dubaji je od října do dubna. V těchto měsících se teplota vzduchu pohybuje mezi 30–23 °C, teplota vody mezi 31–21 °C. V létě panují úmorná vedra (rtuť teploměru často šplhá přes čtyřicítku), která jsou ještě umocněna vysokou vlhkostí vzduchu (mnohdy až devadesáti procentní). Proto teplejší část roku není pro návštěvu „města superlativů“ vhodná. Přímé letecké spojení do Dubaje zajišťuje z Prahy a z Vídně (pro Slovensko) letecká společnost Emirates, přičemž let trvá okolo šesti hodin.

Základ dubajské kuchyně tvoří kuchyně arabská, která se prolíná s kuchyní Blízkého východu a Asie. Chuťové pohárky tak naplňují libanonské, íránské, pákistánské, indické, japonské a čínské vlivy.



Prostor dole pod Burdž Chalífou zabírá umělé jezero s řadou restaurací, ze kterých je nádherný výhled na tančící Dubajskou fontánu. Osvětluje ji šest tisíc šest set světel, padesát projektorů a stříká vodu do výšky více než sto padesáti metrů. Několikrát za den, až do třiadvacáté hodiny, pak spouští impozantní představení, kdy voda tančí a stříká vzhůru za zvuků hudby. Tradiční či moderní arabské skladby střídá moderní světová hudba (například Thriller od Michaela Jacksona, Skyfall od Adele) a klasika. Zastoupení zde mají i Češi prostřednictvím Symfonie č. 9 od Antonína Dvořáka.

HOSTINA V NEBESÍCH

V Dubaji také sídlí jedna z největších cateringových společností na světě, která zajišťuje jídlo pro národního leteckého dopravce. Hned vedle mezinárodního letiště se tak nachází několik rozlehlých hal s nejmoderněj-

šími technologiemi na zpracování potravin, přípravu pokrmů, mytí nádobí a na třídění odpadu. Energii pro ně zajišťuje vlastní solární elektrárna. Ve firmě panují velmi přísná hygienická a bezpečnostní opatření. Vstupy střeží kontrolní rámy a přichází si před každým výrobním prostorem musí vydezinfikovat ruce i podrážky bot pomocí přístroje. V obrovském komplexu pracuje deset tisíc lidí šedesáti devíti různých národností. Za den připraví okolo dvě stě tisíc porcí jídel pro všechna letadla, která z Dubaje odlétají. Pokrmy dodávají i do letištních salonků. V přízemí cateringové společnosti se zpracovává ovoce a zelenina, v ostatních patrech je pak pekárna a provoz na úpravu masa. „U Emirates Flights Catering jsem zaměstнан pět let. Předtím jsem řídil cateringové provozy v amerických a čínských hotelech. Provoz hotelové restaurace a leteckého cateringu je opravdu neporovnatelný.

Hotelová kuchyně připraví jídlo, které servíruje hostům hned na místě. Náš catering je spojený s náročnou logistikou, kdy ještě musíme dopravit jídlo na palubu konkrétního letadla“, říká výrobní manažer Rakušan Herbert Richler. Další část provozu pak tvoří kuchyně, kde se pokrmy vaří a pečou. Jakmile jsou připravené, ochutnají je šéfkuchaři a pokud je vše v pořádku, dají pokyn k transportu do letadel. Celý proces končí u mytí nádobí, které se vrací z letadel. V praxi to znamená, že dělníci za den umyjí přibližně milion příborů, talířů, misek, skleniček, termosek na čaj, kávu a další příslušenství. Speciální myčka pak myje čínské a japonské porcelánové nádobí, které se používá v linkách do těchto zemí. Odpad dopravený zpět z letadel (hliníkové plechovky a fólie, skleněné láhve, plasty) jde na recyklaci, kterou zajišťuje vlastní recyklační linka.



↓ Mezi nejstarší kolesové parníky patří Uri (pochází z roku 1901). Benjamínek Stadt Luzern je o dvacet sedm let mladší a jako vlajková loď celé parní flotily hostil v květnu 1980 královnu Alžbětu II. při její státní návštěvě Švýcarské konfederace.



ŠVÝCARSKÁ PERLA NA JEZEŘE

TEXT Pavla Apostolaki FOTO Schwitterland Tourism, Schiffahrtsgesellschaft des Vierwaldstättersees, Schwitterland Tourism - Lucia Degonda, Schwitterland Tourism - Beate Müller. Pavla Apostolaki, Hotel Wilde Mann

Lucern patří mezi nejkrásnější města Švýcarska, které i v zimě poskytuje svým hostům nezapomenutelné zážitky. Turisté mohou dojet parníkem na sjezdovku, navštívit sýrovou jeskyni nebo se vypravit po stopách Jamese Bonda na horu Bürgenstock.

→ Jedna z lodních linek vyráží i do lyžařského střediska Beckenried. Po přistání následuje cesta kabinovou lanovkou do dvou spojených areálů – Klewenalpu a Stöckhütte. Rezort křížuje čtyřicet kilometrů sjezdových tratí s půvabnými vyhlídkami na blankytné jezero a horský masiv Rigi. Sněhový ráj za den projedou i rekreační lyžaři a k večeru stíhají zpáteční loď do Lucernu.



VÝTAH MEZI VODOU A NEBEM

I když klientelu Bürgenstocku tvoří velcí boháči, do honosné lokality mají šanci se dostat i obyčejní smrtelníci. Nahoru od přístavu mohou vyjít pěšky, vyjet poštovním autobusem, lanovkou nebo sem z Lucernu dojet autem. Velká část areálu je otevřená pro veřejnost. Stezky doprovází turisty na adrenalinový balkon se skleněnou podlahou, ke svatební kapli, kde se vdávala Audrey Hepburn a na naučnou stezku Felsenweg. Ta vede až k Hammetschwandu, k nejvyššímu výtahu v Evropě pod otevřenou oblohou. Technická zvláštnost z počátku minulého století leží ve výšce 1132 metrů nad mořem a dolů sjede za necelých šedesát sekund.



Život města je odjakživa spjatý s Lucernským jezerem, na němž lodní doprava začala korzovat ve třináctém století s otevřením Gotthardského průsmyku. Vodní cesty, jež dopravovaly zboží či osoby mezi jednotlivými kantony, představovaly nejlepší spojení, které se udrželo i s mohutným rozvojem silniční a železniční sítě v polovině devatenáctého století. To měl na paměti maloobchodník a speditér Kasimir Friedrich Knörr. Využil výhodné polohy Lucernu ve středu konfederace, založil paroplavební společnost a zahájil přepravu kolesovými parníky. Parou pohánění krasavci přilákali do Švýcarska mezinárodní turisty. O vodní toučky jevil ohromný zájem a během „Belle Époque“ (Krásná doba, období evropských dějin v letech 1890–1914) vytvářeli významný příjem rejdařských společností. Parníky s vysokými černými komíny, nabílkávaným interiérem a melodickými píšťalami neztratily na oblibě ani v současnosti. Stále patří mezi nejoblíbenější lodě na Lucernském jezeře.

Uri, Gallia, Schiller, Unterwalden a Stadt Luzern prošly v roce 1972 kompletní rekonstrukcí a jako historické a technické památky čeří hladinu třicet osm kilometrů dlouhého jezera. V jídelních salonech parníků se podávají typické švýcarské pokrmy, sýrové fondue, raclette a masové karbanátky hacktätschli.

Největší jezerní flotilu v Evropě tvoří kromě parníků i moderní plavidla. Před dvěma lety se začal po vodní ploše prohánět Diamant. Hybridní loď, poháněná několika zdroji energie. Její hodnota činí patnáct milionů švýcarských franků a odpovídá přepychové výbavě. V prostoru pod čarou ponoru vznikl salonek Nautilus s podvodními okny. Bazének na zádi skýtá osvěžení během horkého léta a přes tisíc pasažérů se na palubě přepravuje veřejným výtahem. Jízdenka v první třídě poskytuje výstup do pátého patra, nad kapitánský můstek s výhledem na podmanivou krajinu. Několik šťastlivců si také užije posezení v Kompas Lounge, které se v závislosti na pohybu lodi otáčí podle světových stran.



DOVOLENÁ PRO SLAVNÉ A BOHATÉ
Provoz všech plavidel na Lucernském jezeře zajišťuje veřejná švýcarská společnost Schifffahrtsgesellschaft des Vierwaldstättersees založená v roce 1836. Mezi její svěřence patří rovněž katamarán, který cestující za půlhodinu dopraví na úpatí hory Bürgenstock. Pod jejím vrcholem vznikly na konci devatenáctého století luxusní hotely a kongresové centrum. Na místo se sjížděly celebrity z celého světa (například Charlie Chaplin, Sophia Loren, Audrey Hepburn) a Bürgenstock dostal punc exkluzivity. Obzvláště, když tu Sean Connery natáčel bondovku Goldfinger. Koncem šedesátých let minulého století ale sláva přepychového rezortu začala pomasínat. Oživil je až katarští investoři, jež před dvanácti lety zakoupili lukrativní pozemky. Do třiceti budov, včetně čtyř hotelů se čtyři sta pokoji, šedesáti osmi apartmány a dvanácti restauracemi vstříkli finanční injekci půl miliardy švýcarských franků. Noví majitelé vybudovali také tři kurty „wimbledonských rozměrů“, které se v zimě promění v ledovou plochu na hokej, curling nebo bruslení. O pohodlí hostů přilétajících vrtulní-

“V LUCERNU PATŘÍ LODNÍ SPOJE MEZI BĚŽNOU SOUČÁST VEŘEJNÉ DOPRAVY A MAJÍ PŘÍMOU NÁVAZNOST NA ŽELEZNICI, ZUBAČKY A LANOVKY.”

ky z nedalekého letiště Buochs, se stará šest set zaměstnanců. Zajišťují rovněž péči na klinice, v lázních s famózním, vyhlídkovým bazénem na Lucernské jezero a přísné střeží jejich soukromí a identitu.

RADOVÁNKY V PRAŠANU

Lodní doprava na Lucernském jezeře, jehož dno je vyplněno starým ledovcem, nezamrzá ani v zimních měsících. Lodní linky jej křížují v pravidelných intervalech a jedna z nich vyráží i do populárního lyžařského střediska Beckenried. Milovníci rychlých skluznic tak vyráží ráno s přezkácí na nohou a během devadesátiminutové plavby si dopřávají bohatou snídani. Po přistání následuje cesta kabinovou lanovkou do dvou spojených areálů – Klewenalpu a Stöckhütte. V nich vládne domácká, pohodová atmosféra a všude přítomné fondue. Rezort křížuje čtyřicet kilometrů sjezdových tratí s půvabnými vyhlídkami na blankytné jezero a horský masiv Rigi. Sněhový ráj za den projedou i rekreační lyžaři a k večeru stíhají zpáteční loď do Lucernu.



PRO MILOVNÍKY ARCHITEKTURY A HISTORIE

Historie Lucernu se začala psát ve dvanáctém století a procházka jeho centrem je pastvou pro oči. Ulice zdobí nádherně malované starobylé domy a tryskající kašny. Reku Reuss křížuje dřevěný Kapličkový most s Vodní věží a město chrání Museggské hradby s třiceti věžemi.



JAK SE DOSTAT DO LUCERNU

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, odkud vlaky do Lucernu jezdí několikrát za hodinu. Samotná cesta pak trvá přibližně sedmdesát minut. 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, letišťích a také v turistických kancelářích ve velkých městech.

“LUCERN JE DOSLOVA GASTRONOMICKÝM SVŮDCEM A LÁKÁ NA MNOHÉ DELIKATESY. NĚKTERÉ Z NICH JSOU UKRYTY NA ZVLÁŠTNÍCH MÍSTECH.”

POKLADY VE SLUJI

Po celodenních aktivitách v Lucernu vyhládne a čas na ochutnávku místní speciality, chügelipastete, přijde vhod. Ve věhlasné restauraci Lapin ji připravuje šéfkuchař Christian Weber. Vynikající pokrm zhotovuje z vepřového a telecího, které zalije červeným vínem a koňakem. Maso doplní o žampiony, rozinky a okoření bobkovým listem, rozmarýnem a tymiánem. Vše podusí, hotovou směs nalije do duté bábovičky z listového těsta a posílá hostům na stůl. Lucern je doslova gastronomickým svůdcem a láká na mnohé delikatesy. Některé z nich jsou ukryty na zvláštních místech. Třeba pod kopcem Gütsch, kde na konci devatenáctého století vznikl sklep pro chlazení mléčných produktů a k pěstování žampionů. Před pěti lety tuto kulturní památku získal Roland Lobsiger a upravil ji na syrovou jeskyni. V podzemních prostorech připomínajících letecký kryt si tak hovoří čtyři sta bochníků vyrobených z kravského či z kozího mléka. V dřevěných regálech při teplotě deseti stupňů Celsia a vlhkosti kolem devadesáti procent čekají osm měsíců na čas své zralosti.

Když jsou výrobky z alpské sýrárny připraveny ke konzumaci, Roland Lobsiger je dvakrát týdně prodává na městském trhu v Lucernu, prezentuje na kulinářských přehlídkách a pořádá ve sklepech degustace. Při nich se účastníci dozvědí vše o historii a výrobě švýcarských sýrů. Po skvělých kulinářských zážitcích umocní nadšený dojem z města ubytování v hotelu Wilden Mann. Leží v blízkosti Kapličkového mostu a jeho přehlídka hostů je opravdu hvězdná. Zdejší pohostinnosti si například užíval konstruktér vzducholodí hrabě Ferdinand von Zeppelin, císařovna Alžběta Bavorská (Sissi), herečka Sophia Loren či dirigent Herbert von Karajan. Hotel se skládá ze sedmi vzájemně propojených budov starých přes pět set let. Interiér je plný tajemných zákoutí, spleť chodeb, schodišť a genius loci provází hosty na každém kroku. Hotel má totiž speciální historické pokoje, které jsou vybavené nábytkem z majetku císařovny Sissy, její sestry Sofie Charlotty a bavorského krále Ludvíka II. Ale i ostatní místnosti jsou vybavené dobovým nábytkem z devatenáctého století a navozují zámeckou atmosféru.

FOTO unsplash.com



Wellness, Beauty, Spa



Sieť upscale hotelov Edition ponúka hosťom okamžitú kúpu vybavenia, ktoré ich počas pobytu obklopuje. Hostia si môžu kúpiť napríklad deku z nepravnej kožušiny, ktorú vidia v izbách či kaviarni. FOTO Edition Hotels

SENSORY BRANDING IV. MÁTE HMATATEĽNÝ VÝZNAM?

TEXT Ján Krajč

Stlačenie kľučky, odovzdanie izbovej karty, privolanie výťahu, zapnutie spínača. To všetko spája jeden menovateľ – dotyk. Je neoddeliteľnou súčasťou každej činnosti, ktorú vykonávame. Existuje niekoľko dobrých dôvodov, prečo o hmatateľnom zážitku premýšľať v rámci marketingových aktivít.

Prvá polovicu roka 2020 poznačil nejdén sektor efekt globálnej pandémie a práve dotyk sa stal luxusom, ktorý ovplyvnil vnímanie a prístup k službám cestovného ruchu. Fyzický kontakt musel byť dobrovoľne obmedzený, súběžne s tým sa zvýšili aj hygienické požiadavky. Pre hotely a im podobné prevádzky to znamenalo výrazné narušenie dovtedy zaužívaného systému fungovania. Preto je namieste položiť si otázku, či je vhodné dostať dotyk do centra pozornosti a prostredníctvom neho rozvíjať svoju značku...

NAVLAS AKO V HOTELI

Odhliadnuc od nedávnej minulosti, dotyk zastáva dôležitú a nenahraditeľnú funkciu v komunikácii hotela. Podľa nezávislého prieskumu spoločnosti Xeros z roku 2016 závisí dodatočné hodnotenie hostí od skúseností z používania poskytnutých hotelových osušiek – a to viac, než by sa dalo čakať. Až tretina respondentov uviedla, že na základe negatívneho dojmu z hotelových osušiek hodnotili zariadenie ako nevyhovujúce. Okrem iného vzápätí vnímali citlivejšie aj ďalšie prípadné nedostatky. Naopak, pokiaľ sú hostia s kvalitou osušiek spokojní, neváhajú si ich zbaliť so sebou domov (čo už však hotelieri neradi vidia). Skúsení hotelieri si preto veľmi dobre uvedomujú, že aj detail, akým je hotelová osuška, ovplyvňuje reputáciu zariadenia.

Podľa reportu zverejneného konzultačnou agentúrou Deloitte v roku 2016, by malo byť okrem iného novým štandardom hote-

lov aj prostredie zariadené doslova s kurátorským úmyslom. Ak sa totiž chcú značky dostať k želanej demografii hostí a zanechať u nich dlhotrvajúce presvedčenie o význame využívania jej služieb, práve hmotný pôžitok bude faktorom, ktorý bude prevážovať v rozhodovacom procese.

Vystavené umelecké diela či originálne navrhnuté prostredia so zmyslom pre individualitu by mali v ďalších rokoch dopĺňať trvácne momenty v podobe zakúpených produktov. A zatiaľ čo v súčasnosti väčšina hotelov zostáva pri brand merch sortimente, kolaboratívna povaha podnikania začína signalizovať



Taktilita vedená cez vizuálny vnem. Grow Hotel v Štokholme poskytuje unaveným cestovateľom úľavu po náročnej ceste. Architekti zo štúdia Note v izbách umocnili dojem útulnosti pomocou textílií s decentnou štruktúrou.

FOTO Jonas Lindstrom / Staffan Sundstrom

WELLNESS, BEAUTY, SPA

→ S premyslenou stratégiou vytvorilo trio zoskupení Norm Architects, Kinfolk a Menu prostredie hotela The Audio, plné povrchovo kontrastných plôch. Nielenže venovali objekt rozličným záujmovým skupinám, i jeho vzhľad podporili tým, čo publikovali v publikácii In Touch. Obsah knihy tak podporuje charakter prostredia a vice versa.
FOTO **Norm Architects**



← Obraz v lobby newyorského hotela Selina Chelsea nie je určený na pozeranie – je na predaj. Hotel tak zastupuje funkciu umeleckej inštitúcie a poskytuje hosťom možnosť odniesť si trvalý zážitok v podobe investičného umeleckého diela.
FOTO **Selina**

→ Takmer štvrtina z toho, čo je viditeľné na fotografii, patrí do sortimentu ponúkaných produktov, ktoré možno zakúpiť na e-shope zhromažďujúcom desiatku hotelových butikov. Jedinečný pocit z pobytu v luxusnej izbe zostáva rovnaký v Šanghaji aj Barcelone. A rovnaký dojem vyvolá vďaka kompletnému vybaveniu aj v domácnostiach hostí.
FOTO **Bonvoy Marriott Boutiques**



↓ Hotel Ovolo v Canberre v minulosti ocenila aj odborná porota prestížnej architektonickej súťaže RIBA. Imerzívny zážitok z prostredia plného výrazných štruktúr umocňuje pocit blízkosti k hosťovi, citlivo zvolené materiály s výraznou štruktúrou a voľbou prírodných materiálov prispievajú k tomu, aby sa hostia vrátili do hotela opakovane a zároveň ho zdieľali na svojich on-line účtoch s ďalšími.
FOTO Ovolo **Nishi**



nadchádzajúcu etapu sprevádzanú partnerskými zľavami a možnosťou zakúpenia inventára z hotelovej izby. Michael Weiss, senior director pre on-line predaj siete Marriott International potvrdzuje význam dostupnosti inventára v presvedčení, že hotel môže takým spôsobom zostať relevantným pre hostí aj v čase, keď práve nie sú ubytovaní: „Ak si hostia kúpia niečo čo ich zaujalo počas pobytu u vás, naznačujú vám, že sa chcú domov vrátiť aj s vašou značkou.“ Hotel Selina Chelsea (pôvodne Hôtel Americano, pozn.red.) v New Yorku, ktorého misiou je zapájanie lokálnej latinx komunity do jadra newyorskej umeleckej scény, pripravil pre hostí pobyt, ktorý v doslovnom zmysle zodpovedá funkciám kultúrnej inštitúcie. Kurátorsky výber malieb od súčasnej generácie amerických umelcov, viditeľných v priestoroch objektu, si môžu zberatelia objednať na požiadanie. Hotel týmto fyzickým zážitkom pritom podporuje nielen vlastné záujmy, ale tiež rozvíja aktivitu lokálnej umeleckej scé-

ny, privádza zberateľov k novým umelcom a v zmysle tvrdenia Michaela Weissa sa tak hodnota značky dostáva do unikátneho nosiča v originálnej podobe plátna, ktoré možno v budúcnosti zhodnotiť. A hoci v súčasnosti nejde o ojedinelú prax, Selina Chelsea zostáva naďalej príkladom novej vlny mestských hotelov, ktoré aj napriek svojmu zameraniu na upscale spotrebiteľa zostávajú relevantné pre mestské komunity. Vďaka tomu, že trvácne produkty, ktoré ponúka, sú súčasťou genius loci.

OBCHYTÁVANIE POVOLENÉ
Nový koncept hotelového reťazca predstavuje aj sieť Iana Schragera, ktorý v spolupráci s koncernom Marriott International rozvinul filozofiu značky Edition do podoby presahujúcej hranice cestovného ruchu. Edition sa približuje k ucelenému imidžu lifestylevej značky vlastným periodikom, no súbežne nadväzuje na potreby potenciálnych záujemcov o pobyt prostredníctvom e-shopu, v ktorom možno zakúpiť kozme-

tické doplnky, parfumy, state-of-art objekty a tiež prikrývky z nepravnej kožušiny viditeľnej azda na každom z propagačných záberov hotela. Že nejde o zanedbateľnú prax potvrdzuje aj hojný výskyt iných značkových e-shopov v tomto sektore – Marriott International zvolil pritom vskutku invazívnu stratégiu: združil viac ako desiatku butikov patriacich k jednotlivým reťazcom. Ritz-Carlton ponúka prakticky kompletné vybavenie hotelovej izby, čím pretvára zážitok z pobytu v istom okamihu na rovnocenný zážitok z nákupu. Tento „ikea-like“ spôsob testovania kvalít výrobku tak vedie k tomu, že hotely veľmi rafinovane prenikajú do prostredia homeware, respektíve bytového sortimentu. A to isté platí aj vice-versa, teda že homeware zasahuje do cestovného ruchu. Je to nielen dômyselne zvolená cesta k vzorovému typu hosta/zákazníka, ale aj metóda ako prenikáť k oveľa širšej vrstve publika, než akú by bolo možné ovplyvniť výlučne in-house službami (concierge nevy-nímajúc) dostupnými počas pobytu.



↑ Pre Menu ponúkajúce nábytok v duchu new-tradition, je predstavenie ikonických kusov nábytku, ale aj prvkov z novej kolekcie súčasťou natívneho product placementu v prostredí hotelovej izby.
FOTO **Menu**

↓ Južanský hotel The Restoration v Charlestone ponúka hosťom zážitok v podobe vzácných knižných vydání, ktoré si môžu kúpiť priamo v hotelovej knižnici.
FOTO The Restoration



V IZBE SÚ UMIESTNENÉ PRODUKTY. Kdesi na pomedzí komerčného butiku a butikového hotela sa nachádza aj novootvorený koncept The Audo v Kodani. Typická severská estetika, vychádzajúca zo spolupráce troch silných značiek, má všetky predpoklady, aby v krátkom čase pomohla rozvinúť kult nového dánskeho lifestyle do centra hotelového dizajnu. Hranica medzi hosťom a zákazníkom sa tak rozptýli ešte viac. Audo navyše prestupuje tradičné retailové kategórie – namiesto toho, aby sa len opatrne pridržalo klasického modelu homeware sortimentu, riskuje s vlastnou identitou a partnerstvom medzi nezameniteľným editorským tímom Kinfolk a dánskou nábytkárskou tradíciou Menu začleňuje do konceptuálne poňatého butiku. Popri zrejmej prítomnosti periodík, kolekcií ikonických kresiel či stoličiek pribúda možnosť zadovážiť si cez Audo Shop rozmerne umelecké inštalácie, low-key eko obuv či vintage Bergbom lampy zo šesťdesiatych rokov dvadsiateho storočia. Skúsení editori vybrali šesticu projektov z ateliéru Norm Architects a výsledkom je publikácia s veľavravným titulom In Touch; nebude zrejme nijakým prekvapením,

že sa tiež predáva na tejto platforme. Vysvetlenie spoluzakladateľa ateliéru Jonasa Bjerra-Poulsena reaguje aj na interiérové prevedenie konceptu The Audo: „Materiály s prírodným vzhľadom starnú s gráciou a časom sú o to pôsobivejšie.“ Na jednotlivých stranách knihy približujú architekti dôležitosť a nevyhnutnosť chápania zmyslového dizajnu v obytných priestoroch.

DOTYK STRIEDA POHĽAD
Lenže vo svete inkluzívneho dizajnu zohráva hmat nenahraditeľnú úlohu. Poskytnúť rovnako výnimočný pôžitok z pobytu aj nevidiacim hosťom je totiž možné práve prostredníctvom rozumne zvolených materiálov a povrchových úprav. Taliansky hotel EOS zohľadňuje potreby takých hostí prostredníctvom do detailu premysleného interiéru. Príklady aplikácie inkluzívneho dizajnu sú v prostredí hotela viditeľné na každom metri. Barová a reštauračná zóna je vybavená mäkkými, čalúnenými stoličkami kombinovanými s ľahkými plastovými stoličkami obľahých tvarov. Každá zo stoličiek v konferenčnej miestnosti má uprostred operadla dostatočne hlboký zárez, ktorý definuje

↑ Keramický objekt The Doodle navrhla Sofia Tufvasson špeciálne pre koncept hotela The Audo. Zadovážiť v signovanej limitovanej edícii si ho môžu všetci návštevníci e-shopu. Každé z umeleckých diel je pritom súčasťou promo materiálov fungujúcich ako katalógy.
FOTO Audo Shop

priestor vhodný na odloženie oblečenia, ako aj jednoduchší postranný úchop pri posúvaní. Izby sa zasa vyznačujú výraznou členitosťou plôch a úsporne riešená dispozícia šetrí námahu hosťovi pri orientácii v priestore.

ČO SI ODNIEŠŤ
Hostia dotyku s exkluzívnymi povrchmi pravdepodobne podvedome pripisujú väčší význam, než si myslia samotní hotelieri. Citlivejšie vnímajú hebkosť županov, hustotu kobercov, kresbu zamaty na kreslách, nevymajúc dojem z jemných postelných vankúšov. Podobne ako to býva pri ďalších zmyslových zážitkov, mapovaných v predchádzajúcich vydaniach, tak aj v prípade hmatu stačí zohľadniť jeho význam aspoň čiastočne. Nemusí pritom ísť o veľkú investíciu do nákupnej aplikácie. Koniec koncov, ako ukázal prieskum Xeros, aj kvalitná osuška prispieva k pozitívnemu pôžitku. Ak umožníte hosťom, aby si osušku zakúpili, nielen tým ročne ušetríte niekoľko stoviek ukradnutých osušiek, ale dáte im dôvod, aby s vami zostali v kontakte aj po skončení pobytu. Hmotné zážitky sú totiž tým, čo má v čase pominutelných a virtuálnych momentov skutočnú hodnotu.

NOVINKA

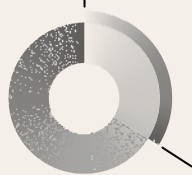
Tajomstvo indiánskej krásy

Nechajte sa vziať do srdca tajomného Amazónskeho pralesa! Ovocné a lahodné tóny, hydratačné a výživujúce textúry vám prinesú prežitie absolútnej pohody a príjemný zážitok.

PROFESIONÁLNE OŠETRENIE V SALÓNE

Nové telové ošetrovanie je vhodné pre každého, kto hľadá okamih hlbokej relaxácie. Zameriava sa najmä na Well-being a prebudenie zmyslov, hydratáciu, výživu a zjemnenie. Výsledkom je well-being, zrelaxovanie tela a mysle.

TRVANIE
1 h 20 min



VHODNÉ PRE
♀♂

DOMÁCA STAROSTLIVOSŤ

Výživný telový olej

Ovocný telový olej dokonale vyživuje, chráni pokožku, zvyšuje jej žiarivosť a zjemňuje ju.

Hydratačné telové mlieko

Toto ovocné telové mlieko hydratuje, ochraňuje, vyživuje, zjemňuje a zvláčňuje pokožku.

Telový piling

Dodáva pokožke žiarivosť a komfort, chráni a zjemňuje ju, zvláčňuje a tonizuje. Gelová textúra obohatená o pilingové častice.

- Viac ako 97 % zložiek prírodného pôvodu
- Dlhotrvajúca hydratácia, bez ohľadu na ročné obdobie
- Bez obsahu zložiek živočíšneho pôvodu





Wellness, ako makrotrend prijímaný spotrebiteľmi v širšom rámci správania, sa dostáva do potravinárstva, ktoré využíva jeho vlastné mikrotrendy. Chlorofyllová voda či ajurvédské koreniny, s kurkumou v popredí, prenikajú do potravinárstva s odstupom niekoľko rokov; po tom, čo sa osvedčili ako terapeuticky prospešné látky.

FOTO Devin Avery

NA ZDRAVIE!

TEXT Ján Krajč

Pijeme, aby sme posilnili našu imunitu a zostali sústredení. Aby sme lepšie spali a mali triezvu myseľ. Zdroje objavujeme v rastlinnej ríši. A jej chuť nám nielenže prestáva byť cudzia, naopak, zisťujeme, že je nesmierne rôznorodá a prínosná.

O novosti rastlinných prísad by sa dalo polemizovať – bazový kvet, lipu, mäta či ibišteľ vnímame už dlhšie ako prirodzenú súčasť čajových zmesí či ochutených limonád. K známym rastlinám a bylinám však výrobcovia začínajú hľadať nové, nevšedné botaniká, teda prísady z kvetov, rastlín, ale aj z koreňov či bobúľ. Botanicals však v pravom zmysle slova nereprezentuje kvetinové prísady či výťažky z ovocia, hoci sa výrobcovia k takému označeniu, najmä z marketingových dôvodov, radi prikláňajú. Autentické receptúry, využitie prírodných farbív a zmes účinných látok, ktoré v symbióze tvoria komplexnú chuť – inými slovami botanicals, v ideálnom prípade spočíva viac v zmene prístupu k produkcii než vo využívaní nevšedných, exotických chutí. Odborníci z rozličných agentúr skúmajúcich správanie a vývoj trhu sa zhodujú v tom, že nápoje obsahujúce rastlinné zložky vyvolávajú v spotrebiteľoch očakávania súvisiace s pridanou hodnotou priaznivého efektu na metabolizmus. A je prirodzené, že botaniká majú najbližšie k čajom. Veď lúhovanie rastlinných drog býva zväčša prvou metódou, ktorou sa usilujeme uzdraviť.

ELIXÍRY MODERNÝCH ŠAMANOV

Zámerom nie je presvedčiť spotrebiteľov len o unikátnej chuti, ale zároveň priniesť riešenie na civilizačné choroby. A to prostredníctvom funkčných nápojov. Prítomnosť rastlinných zložiek je v týchto nápojoch dôležitým faktorom, na základe ktorého sa spotrebiteľia pre ich nákup rozhodnú. Kategóriu funkčných botaník tvoria takzvané nootropiká, teda látky s blahodarným vplyvom na duševné zdravie. Aj na našom na trhu sa už objavujú nápoje obsahujúce výťažky zo superpotravín ako maca, baobab či reishi huba. Znovu popularizovanými sa stávajú ženšen, konope či rozličné plody a bobule z Južnej Ameriky. Okrem herbálnych chutí trh s nápojmi zaplňajú aj produkty obohatené o koreniny – z nich najčastejšie skloňovanou je kurkuma a najmä kvôli protizápalovému účinku. Podľa Keery Perumbaly, marketingovej riaditeľky divízie Sensient Flavors, môžeme očakávať ich zvýšený výskyt z viacerých dôvodov. „Ingrediencie ako kurkuma nápoj nielen ochucujú a dodávajú mu funkčný benefit, ale zároveň ho zafarbujú, čo prispieva k jeho

atraktivite,“ hovorí. Rovnako ako ďalší analytici z nezávislých výskumných inštitúcií sa domnieva, že pôvod týchto chuťových senzácií siaha do masívneho wellness makrotrendu určujúceho zmeny v životnom štýle, ale aj v dennom režime modernej spoločnosti.

VODA PRE HORMÓNY

Preto spotrebiteľia niekdajších sytených nápojov a tvrdého alkoholu postupne dávajú prednosť minerálnym a funkčným vodám, neraz s dodatkom „energy-boost“. Tento globálny vzorec správania je nezvratný a koronakríza ho ešte väčšmi posilnila, lebo ako spoločnosť sme sa ocitli v neustálej časovej tiesni. Odvolávajú sa na wellness pri hľadaní pôvodu funkčných nápojov a botanických chutí, do potravinárstva neprenikajú len wellness produkty, ale aj wellness mikrotrendy. Adaptogény, považované ešte donedávna za doplnky stravy, respektíve súčasť čajovín, sa ako rastlinné zložky vplývajúce na činnosť žliaz a vyplavovanie hormónov dostávajú aj do stravy. Aby sa však mohli funkčné vody s obsahom rastlinných výťažkov odlišiť v konkurenčnom prostredí limonád a minerálok, výrobcovia volia pri brandingu odlišnú stratégiu a nápoje balia do fliaš s abstraktnými motívami. Prvým z vďačných príkladov tejto stratégie je Juni – nápoj výrobcami označovaný ako funkčná energická voda. Vyrábaný v Minneapolise je zložením natoľko špecifický, že výrobcovia ho odčlenili od iného z produktov v portfóliu, Chirpu, predstavovaného ako perlivá energetická minerálna voda. Juni, ktorý sa objavil na pulloch predajní v prvom kvartáli roka 2020 však skutočne mieri na novovytvorenú niche kategóriu zákazníkov s odhodlaním využiť všetky dostupné prostriedky. Nevynímajúc aktuálne atraktívne chute: okrem kurkumy aj bazalku, ženšen a mango. „Adaptogény a ďalšie rastlinné výťažky z rastlín ako ženšen, tulsi, ashwagandha a kurkuma sa objavujú v rozličných potravinových sektoroch čoraz častejšie. Počnúc kombuchou, jogurtom a končiac čokoládami,“ vraví Mike Kostyo, skúmajúci trendy v rámci Datassential. „Spotrebiteľia si potrpia na zložky s pozitívnym účinkom na ich zdravie, musia však byť predovšetkým prírodné, autentické. Preto s istotou môžeme hovoriť o tom, že aj v budúcom roku budú na vzostupe nápoje s probiotikami, superpotravinami a adaptogénmi,“ dodal.

VŠELIEK V KAŽDEJ KVAPKE

Kým najrozšírejšími botanickými chuťami sú chute bylín a ovocia, na druhej strane spektra sa objavujú chlorofylové vody. Recenzie zákazníkov, ktorí si takúto vodu kúpili, sú indíciami na vyriešenie viacerých otáznikov týkajúcich sa novovznikajúceho trhu. Hlavným dôvodom prečo je o chlorofylovú vodu záujem, je trvalý dopyt po čo najjednoduchších a zároveň najúčinnnejších nápojoch. Keďže chlorofyl ako farbivo viazané v listoch rastlín zodpovedá za získavanie energie, rovnakou analógiou je aj spomínaná voda. Podobne ako pri adaptogénach, aj od chlorofylu spotrebiteľia očakávajú, že po niekoľkých dúškoch pocítia zlepšenie nálady, zvýšenie výkonnosti a pocit sviežosti. Do nápojov sa dostáva vo forme chlorofylínu (v potravinárstve označovanom ako farbivo E141, pozn. red.) a to predovšetkým pre jeho rozpustnosť a stráviteľnosť. Pri spomínaných účinkoch na zdravie jeden z prvých výrobcov chlorofylovej vody uvádza, že táto voda viac hydratuje. A logicky - čím viac hydratácie telo získa, tým viac energie pociťujeme. Je však sporné, či je to naozaj podmienené prítomnosťou chlorofylínu alebo tým, ako často pijeme. Je chlorofylová voda len placebo, alebo nie? Názory na ňu sú totiž rovnako rozmanité a protichodné, ako na vodíkovú, kyslíkovú, kokosovú, brezovú, citrónovú vodu a ďalšie, ktorým sme holdovali v nedávnej minulosti.

ALKO/NEALKO

Hoci sú bylinné a rastlinné výťažky v nápojoch prítomné pre ich zdravotné účinky, druhou verziou príbehu je ich prenikanie do nealko segmentu z alko segmentu. Vnímať tieto dva svety ako izolované nie je nevyhnutné. Dá sa hovoriť o tom, že sú skôr vzájomne prepojené. Príkladom môže byť najpopulárnejšia alkoholicko-nealkoholická kombinácia – gin & tonic. Jalovec, ako jedno z hlavných botaník prítomných v ginoch, prestáva byť terajšou generáciou konzumentov vítanou ingredienciou. Môže za to jeho ostrá chuť. Rastúca obľuba gin tonicu má za následok, že sa na trhu objavujú jemnejšie chuťové alternatívy jalovca a chinínu. Inovátorom medzi ginmi je napríklad gin Hendricks's, ktorý sa aromaticky vyznačuje sviežou symbiózou ruže a uhoriek. Na trhu je len od roka 1999. Lesley Gracie, zodpovedná za formuláciu receptúry v rozhovore pre The Spirit Business spomína na jeho vznik: „Začali sme skúšať množstvo botaník, no inšpirácia vychádzala predovšetkým z predstavy o anglických záhradách plných ruží a konzumovania uhorkových sendvičov. Chuť nás trápila zo všetkého najviac, chceli sme ponúknuť gin, ktorý by mal výrazný, nezameniteľný charakter.“ Ešte ďalej v experimentovaní s botanikami zašiel Ben Branson, zodpovedný za založenie Seedlipu, nealkoholického destilátu zo zeleného hrachu a ďalších rastlinných zložiek (vrátane sena), ktorý na trh uviedli v novembri 2015. „Keď som objavil knihu zo sedemnásteho storočia, uvedomil som si, že možno je konečne čas skúsiť vyrobiť nealkoholickú pálenku. Vyrobiť nápoj, ktorý by bol pre dospelákov a nechutil by ako džús,“ približuje Branson. Po piatich rokoch existencie sa Branson rozhodol upus-

tiť od tradície portfólia Seedlip a na trh koncom roka 2019 uviedol nealkoholický variant koktailu Negroni súčasne s trojicou aperitívov Aecorn. A hoci Branson pripustil, že nealkoholická pálenka môže znieť ako nezmysel, prízvukuje, že rovnako nezmyselne kedysi zneli spojenia ako mobilný telefón, bezlaktózové mlieko či elektrické auto. „Uvedomil som si, že svet sa mení a je čas zmeniť aj spôsob akým svet pije. Keďže som predtým robil pre najznámejšieho producenta vodky, o destilovaní som čo-to vedel, no nikdy som netušil, že je možné dosiahnuť nealkoholický variant pálenky.“ Branson konkretizuje, že kniha, ktorá to všetko na začiatku spôsobila, bola zamýšľaná ako alchymistická príručka a obsahovala rozličné receptúry elixírov určených na liečbu rôznych chorôb a neduhov. Nakoniec, aj chinín, základná zložka tonicu, slúžil ako prevencia voči malárii. Inak povedané, ľudia odpradáвна hľadali liečivé účinky v rastlinách.

JEDEN ODSEK O TONIKU

Tonic však nie je len horkastý nápoj zamiešavaný do koktailov. Je to len jeho najzaužívanejšia forma. V širšom chápaní je tonik tekutý prípravok zo sýtenej vody a liečivých rastlinných látok. Aj preto ho najčastejšie môžeme nájsť v lekárnach. Komerčne dostupné toniky však postupne pribúdajú aj v supermarketoch zahraničných trhov. Manželia Siffovci sú zodpovední za vlastnú produkciu herbálnych tonikov s obsahom adaptogénov a rastlín zozbieraných z celého sveta. William Siff, bylinkár a homeopat, opisuje opodstatnenie predávania tonikov ako pokračovanie jeho doterajšej praxe: „Po dvadsiatich rokoch práce s pacientmi mám za sebou rozličné receptúry, ktoré som ako homeopat pripravoval. Vzhľadom na to, že som absolvoval štúdium botaniky, odrazu sa mi naskytla príležitosť tvoriť zmesi, ktoré by mali skutočný vplyv na ľudské zdravie.“ Siff zdôrazňuje dôležitosť celého procesu zberu: „Cestujeme po celom svete, aby sme sa spolu s manželkou ubezpečili, že to, čo putuje do našich tonikov pochádza z priaznivého prostredia, je férovo a humánne pestované a to ľuďmi, ktorí rozumejú dôležitosti celého procesu.“

ZAPÚŠŤANIE KOREŇOV

Nová kapitola botaník sa v potravinárstve začína písať práve teraz. Rozpustené v pramenistej vode predstavujú pre dnešného spotrebiteľa rýchlo dostupný zdroj dôležitých minerálov a vitamínov. Vplývajú na jeho pocit uspokojenia rovnako ako čaje. Pociť, že pre seba spravil niečo správne a odrazí sa to na jeho zdraví a nálade. Na zmenu sa zvyká dlho, no nie tak dlho, aby sme sa jej nedočkali. Či teda budeme po ére sladených nápojov nakupovať herbálne roztoky, cmúľať pastilky z nevidaných florálnych zmesí a v šalátoch objavovať čoraz viac lupeňov kvetov, závisí od dopytu. Ten je v súčasnosti v prospech botanického rozmachu. Veď keď Ben Branson odoslal prvých 1 000 fliaš Seedlipu do siete Selfridges, všetky sa rozpredali v priebehu troch dní. Iste, botaniká pravdepodobne o niekoľko rokov nebudú vyvolávať také ohromné senzácie, ak však majú prispieť k tomu, by sme žili zodpovednejšie, ich prítomnosť v našej histórii je oprávnená.



→ Nealkoholické pálenky sa vďaka priekopníkom ako Ben Branson stali skutočnosťou. Po úspechu Seedlipu a po tom, čo si konzumenti zvykli na nezvyčajnosť nápoja, uviedol Branson nealkoholickú verziu Negroni ako samostatný produkt. Hoci malo ísť pôvodne len o prototyp, o dva roky neskôr sa označená ako Nogroni ocitla v najlepších svetových baroch. FOTO Pearlfisher



“SPOTREBITEĽIA SI POTRPIA NA ZLOŽKY S POZITÍVNYM ÚČINKOM NA ICH ZDRAVIE.”

← Pribúdajúce zastúpenie remeselných výrobcov prírodných limonád a mixérov do koktailov je pozorovateľné aj na stredo-európskom trhu. Využívanie rastlinných zložiek v nápojoch, ako napríklad v prípade remeselne spracovaného levanduľového tonicu, je pritom citeľné nielen na chuť, ale rovnako viditeľné na prirodzenom sfarbení nápojov. FOTO Laura Chouette



← Tradičná kórejská ženšeno-
vá pálenka je dôkazom toho, že
macerovanie rastlinných drog nie
je len modernou záležitosťou, ale
má stáročnú spätosť s kultúrnym
dedičstvom. Práve ženšen sa
momentálne radí medzi tie bota-
niká, ktoré sú pri výrobe funkč-
ných nápojov skloňované čas-
tejšie, než v minulosti. Dôvodom
sú jeho účinky na ľudskú pamäť
a činnosť mozgu.
FOTO **Jeon Han**

→ Alternatívnym nealko varian-
tom s použitím botaník sa v po-
sledných rokoch darí. Je ne-
písaným pravidlom, že ich
obalový dizajn sprevádzajú fa-
rebné abstraktné obrazce. Pre
funkčné nápoje a nealkoholic-
ké pálenky je to spôsob, ako sa
odlíšiť od výrobcov alkoholu, li-
monád i energetických drinkov.
FOTO **Mocktail's Club**



TRI UNIKÁTY NA TRHU MINERÁLNYCH VÔD

TEXT A FOTO **Limo Špes**

Spoločnosť Limo Špes, s. r. o. už dlhší čas prináša do vrcholovej gastronómie tri unikátne minerálne vody. Sulinku, s prívlastkom prvý nealkoholický digestív, Miss +, ktorá zaujme najmä ženy a veľmi jemnú Tatra quelle, vhodnú aj ako súčasť degustačného menu. Všetky tri minerálne vody sú dodávané v elegantných fľašiach navrhnutých dizajnérom Denisom Tomkom.



sto percent prírodného pôvodu, čo zname-
ná, že Sulinka sa vôbec nedosycuje. Ďalším
benefitom tejto vzácnnej minerálnej vody sú
hydrogenuhlíčitany, ktoré dokážu na seba
naviazať voľnú kyselinu v žalúdku. Je vhod-
ná aj pri liečbe zápalových procesov mo-
čových ciest, nakoľko neutralizuje kyslé
prostredie spôsobené zápalom. Jeden z naj-
významnejších minerálov, ktorý Sulinka
obsahuje, je magnézium, čiže horčík, ktorý
pomáha zvládať nadmernú fyzickú a psy-
chickú záťaž, je vhodný aj pri užívaní al-
koholických nápojov. Horčík sa významne
podieľa aj na procesoch metabolizmu glu-
kózy a zlepšuje citlivosť periférnych tkanív,
čo ocenia najmä ľudia s cukrovkou. Spolu
s vápnikom má aj tlmiaci účinok pri zápa-
lových procesoch slizníc tráviaceho traktu.

AQUASOMELIERING
ODŠARTOVALA AJ SULINKA
Počuli ste už o vodnom somelierstve? Ak
nie, je na čase zastaviť sa v podniku, kde
vám čašník ponúkne vodnú kartu. Tú pri-
niesla na trh aj Sulinka s ambíciou pou-
kázať nielen na význam pitia minerálnych
vôd, ale aj na to, ako sa jednotlivé mine-
rálky od seba odlišujú – nielen funkčne
ale aj chuťovo. Vodnú kartu Sulinka nájde-
te vo vybraných hoteloch a reštauráciách.
Okrem benefitov Sulinky sa v nej dozviete
aj o skvelých vlastnostiach ďalšej minerál-
nej, ako aj pramenitej vody.

SULINKA, MISS+
A TATRA QUELLE
Rodinný podnik Limo Špes prináša do vr-
cholovej gastronómie tri slovenské pré-
miové vody. Najviac mineralizovaná je
Sulinka. Druhou minerálkou je Miss+,
označovaná aj ako prvá minerálna voda

pre ženy. Je jemne mineralizovaná a na-
vyšie obsahuje aj významný „minerál krá-
sy“ – kremík v podobe kyseliny kremičitej.
Tá sa stará o lesklé vlasy, pružnú pokožku
a pevné nechty. Okrem ďalšieho význam-
ného minerálu horčíka (magnézia) obsahu-
je aj malé množstvo prírodných bubliniek,
ktoré takmer necítiť. To ocenia najmä ženy,
ktoré chcú prirodzeným spôsobom doplniť
minerály, no prekáža im oxid uhličitý, ktorý
sa do väčšiny minerálnych vôd umelo pri-
dáva. Pre ľudí citlivých na niektoré minerá-
ly je v ponuke pramenitá voda Tatra quelle.
Nízky obsah minerálov a žiadny obsah oxi-
du uhličitého zaručuje jej nie veľmi výraz-
nú chuť, čo ocenia najmä konzumenti pri
viacchodovom degustačnom menu. Vďaka
tomu, že je Tatra quelle neperlivá, nedráždi
chuťové bunky a vy si tak môžete vychutnať
degustačné menu v plnej kráse.

www.limo.sk
www.sulinka.sk
www.missplus.sk





PRINÁŠAME RADOSŤ A ZÁŽITOK

PRIPRAVILA Alena Reháková FOTO Big Tea

Odkedy manželia Mariana a Pavol Veselí ochutnali u známeho na dovolenke sypaný čaj, obľúbili si ho natoľko, že sa rozhodli venovať sa mu profesionálne. Tvrdia, že kvalitnému čaju a jeho servírovaniu sa v našich kaviarňach a reštauráciách nevenuje taká pozornosť ako káve. Nestačí totiž zákazníkovi priniesť horúcu vodu a vedľa položiť vrecúško s čajom...

Čím vás čaj oslovil, že ste sa rozhodli venovať sa mu profesionálne?

Donedávna sme pili iba klasický čaj vo vrecúšku tak, ako ho bežne pije asi väčšina z nás. Voda sa hneď zafarbila na červeno či hnedo, voňalo to a my sme si mysleli, že tak to má byť. Zlomový okamih prišiel, keď sme u známeho na dovolenke vyskúšali sypaný čaj. Tú chuť, vôňu a zloženie si pamätáme dodnes. Chvilu sme síce nechápali, prečo „to hneď nepúšťa farbu“, no vysvetlili nám, že v tomto čaji nie sú žiadne pridané farbivá a na „farbu“ resp. výluh si musíme počkať. A stálo to za to!

Chuť bola skvelá, lahodná a vyvážená, nepotrebovali sme cukor ani citrón. Odvtedy sme klasický vrecúškový čaj nepili. Zamerali sme sa na sypané zmesi, ktoré však na Slovensku chýbali, preto sme sa rozhodli priniesť ich na trh a podeliť sa o tento zážitok so všetkými milovníkmi čaju.

Aký by mal byť kvalitný čaj? Sú ľudia ochotní za kvalitu zaplatiť?

Kvalitu čaju určuje už samotný zber čajových lístkov. Po zbere sa lístky triedia. Do I. a II. triedy sa zaraďujú pekné, veľké a nepo-

rušené časti, do III. triedy ide drobný zvyšok. Ak ho chcete vidieť, skúste niekedy prestrihnúť vrecúškový čaj. Okrem drobných kúsčiek lístčikov a prachu tam uvidíte aj to, čo ste možno vidieť nechceli – umelé farbivá a arómy, ktoré vyzerajú ako malé granuly. Takto kvalitný čaj rozhodne nevyzerá. Mnoho ľudí to už našťastie pochopilo a za kvalitu si aj zaplatia. Keď sme ochotní platiť za kvalitnú obuv, nepremokavú bundu, dobré mäso či bio vajčka, nepime viac zafarbené vody s umelými farbivami a sladidlami.

Čo si myslíte o ponuke čajov v našich kaviarňach a reštauráciách?

S manželkou máme pocit, že kaviarne a reštaurácie sa viac zameriavajú na kvalitnú kávu a čaju sa nevenuje dostatočná pozornosť. Keď si objednáte čaj, väčšinou vám donesú prevarenú vodu a vedľa nej položia vrecúško s čajom. Veľa zákazníkov z rôznych dôvodov kávu nepije. Preto by bolo skvelé, rozmaznávať ich kvalitným čajom a priniesť im viac ako len horúcu vodu.

O káve sa veľa hovorí, o čaji a čajovej kultúre pomenej. Aké sú ambície vašej spoločnosti v tejto oblasti? Čo všetko môže čaj ponúknuť konzumentovi?

Naším cieľom je prinášať zážitok a radosť. Zážitkom je náš čaj nielen ochutnať, ale aj vidieť či ovoňať. Mnohé naše zmesi totiž obsahujú korenie, zeleninu, pestré lupienky kvetov, veľké kúsky sušeného ovocia a dokonca aj pukance, čo je naozaj zážitok. Vôňu ťažko opíšeme, ale môžeme sľúbiť, že vás dostane. Prinášame aj radosť, pretože náš čaj vďaka darčekom dárčekom môžete darovať. Ošúchaná bonboniéra či fľaša vína posunutá z predošlej návštevy, to už tu bolo. My ponúkame nový a zároveň zdravý druh „malej pozornosti“, ktorú už nikto neposunie ďalej, ale s radosťou si ju vychutná.

Čím sa vyznačujú produkty, ktoré ponúkate HoReCa segmentu?

Pre kaviarne a reštaurácie sme pripravili originálnu ponuku so sypanými čajmi. Je to drevená krabička v podobe knihy, ktorá vnútri ukrýva vzorky čajov. Tie sú v malých plechových dózičkách s priesvitným uzáverom, a tak zákazník nemusí čítať zloženie, pretože ho ľahko rozpozna. Dózičky si zákazník bude môcť aj otvoriť, čaj ovoňať a vybrať si ten, ktorý najviac ulahodí jeho oku a nosu. Hotelom prinášame aj nový spôsob poďakovania hosťom za návštevu, a to v podobe milej dózičky so sypaným čajom. Na obal možno umiestniť logo hotela, a tak si pri každej šálke voňavého čaju hostia radi zaspomínajú na pobyt v danom hoteli.

Pitie čaju sa začína už jeho objednaním. Čo nasleduje ďalej? Čím je ponuka vašich produktov a služieb výnimočná?

Žijeme v období, ktoré nás núti zamyslieť sa nad sebou, nad životným štýlom a našim prístupom k životnému prostrediu. Naše produkty sú balené v recyklovateľných papieroch, plechových dózach a dózičkách a v sklenených pohároch. Ponúkame aj možnosť refillu, aby dózy a poháre neprodukovali zbytočný odpad. Odlišujeme sa ústretovosťou k zákazníkovi, chceme mu uľahčiť výber čaju, preto budeme ponúkať na predaj malé vzorky, aby si mohol čaje ochutnať, vyskúšať a vybrať si ten svoj. Zákazníka potešíme aj možnosťou výberu dózičky, ak by chcel čaj niekomu darovať. Pripravujeme niekoľko dizajnov, aby dózička s čajom bola vhodným darčekom pre pani učiteľku, deda či svoju lásku.

Aká je vaša „čajová“ filozofia?

Hovorí sa: „Si to, čo piješ.“ S tým súhlasíme, preto pijeme len to, čo nám chutí, čo sa nám páči a čo nám vonia. Tak pristupujeme aj k výberu čajov a k ich predaju. Stojíme za kvalitou našich zmesí, preto nimi často obdarúvame blízkych a pijú ho aj naše deti.

Aké novinky chystáte?

Zistili sme, že veľa ľudí nemá v čom sypať čaj pripraviť, preto budeme ponúkať hrniec a kanvicu so sitkom na lúhovanie. Sitko zachytí všetky bylinky a lístky a vy si môžete vychutnať čistý čaj, v ktorom nič nepláva. Neverili by ste, ale práve toto bolo jedným z najčastejších dôvodov, prečo ľudia nepijú sypaný čaj. A keďže niekto je možno tvrdá palica a možno len jednoducho nemá čas, chystáme pyramidky, v ktorých budú naše sypané čaje. Pripravujeme i darčkové sady. Budú to balenia s výberom najobľúbenejších čajov našich zákazníkov. Bude to náhrada ošúchanej putovnej bonboniéry, ktorú často posúvame od návštevy k návšteve. Tento set vám zaručí originalitu a, mimochodom, nepoznáme nikoho, koho by čaj nepotešil.

Aký čaj pijete vy?

Nemáme jedného favorita, je ich viac. Deň často začíname zeleným čajom *Super deň*, len tak na celodenné popíjanie volíme ajurvédsky *Čaj lásky*, pretože jeho základom je rooibos a ten neobsahuje kofeín. Deťom chutí



Manželia Mariana a Pavol Veselí milujú kvalitný čaj a chcú ho ponúknuť i svojim zákazníkom.

ovocný s názvom *Šťastné ovocie* a *Sladká pusa*. Obidva sú v bio kvalite.

Čo by ste odporučili na jesenné a zimné obdobie, ktoré je pred nami?

Na jeseň je dôležitá prevencia. Treba dožiť nášmu telu viac vitamínov a nezapúšťať na tekutiny, lebo na pitný režim nás všetci upozorňujú iba v lete. My naň upozorňujeme i na jeseň a počas celej zimy. Bylinkový čaj krásne zahreje a dodá telu veľa vitamínov. Každá bylinka má svoju moc a dokáže pomôcť pri nádche, migréne či žalúdočných ťažkostiach. Zelený čaj je skvelým antioxidantom, ktorý pomáha nášmu telu zbaviť sa voľných radikálov a toxínov. V ovocných čajoch nájdete ibišteľ, šípky, kúsky ovocia, ktoré obsahujú veľa vitamínu C. Ten pomáha nášmu telu v prevencii pred chrípkou a nachladnutím.

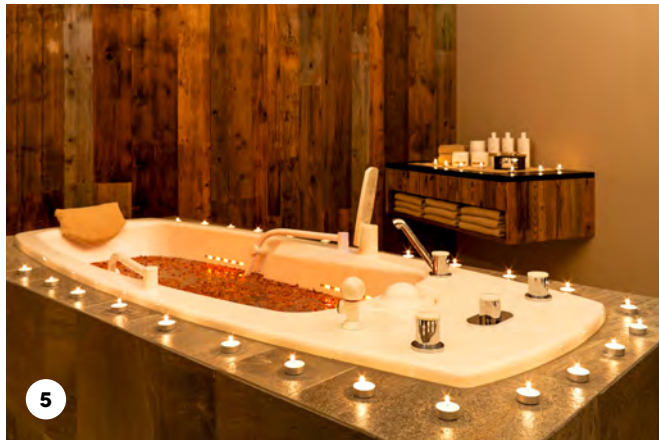
www.veselycaj.sk



V DIALOGU S OKOLÍM

TEXT Sláva Štefancová FOTO ALPINA DOLOMITES
Gardena Health Lodge & Spa

Vysokohorské pastviny Seiser Alm, italsky Alpe di Siusi, se staly populární zimní destinací v Jižním Tyrolsku v Itálii. Na osvědčený koncept, spojení lyžovačky a lázní vsadil i pětihvězdičkový hotel Alpina Dolomites, nacházející se ve výšce 1 860 m n. m. v malebné, i když poněkud vzdálené oblasti.



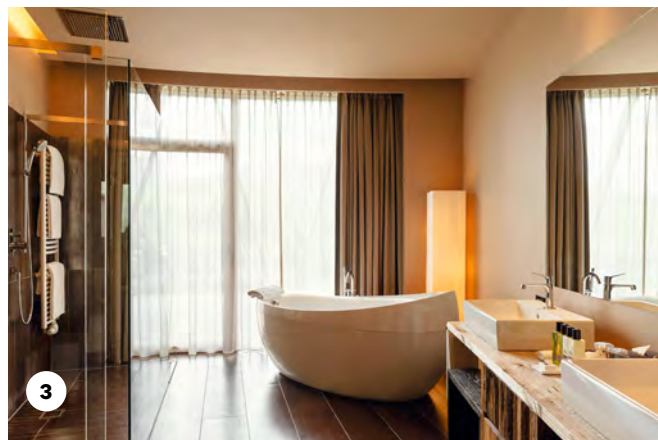
- 1/ Lázně Alpina Spa byly vybudovány s cílem zlepšování zdraví a posilování imunitního systému za pomoci široké škály příjemných procedur.
- 2/ Lázně, které zahrnují vnitřní i venkovní panoramatický bazén s výhledem na hory.
- 3/ Hlavní budovu charakterizuje kruhová konstrukce, spojená s jinými částmi podzemní chodbou.
- 4/ Ekologická koncepce odráží cíl zajistit, aby zde hosté žili v souladu s přírodou, protože každý z nás je její součástí.
- 5/ Ve světě vody, páry a vůní, obklopeném mimořádným alpským prostředím čeká na hosty skutečně jedinečný senzorický zážitek.



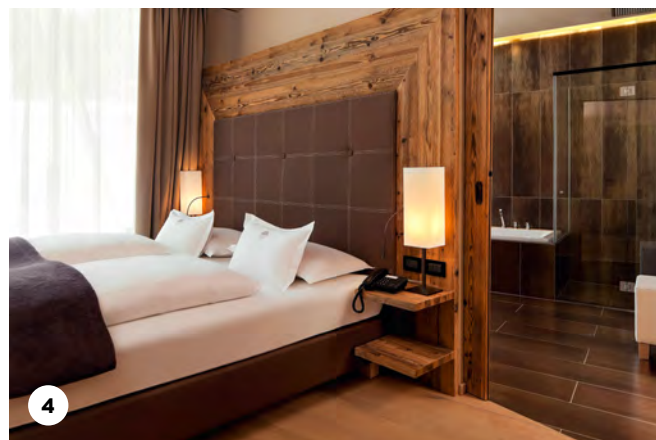
1



2



3



4

- 1/ V souladu s filozofií resortu dávají i v Mountain Restaurant přednost regionálním produktům, kromě toho, že jsou ekologičtější, jsou také čerstvější.
- 2/ Ručně vyráběný doutník nejvyšší kvality si hosté v cigar lounge mohou vychutnat s prémiovými koňaky a lihovinami.
- 3/ Luxusní apartmá Chalet Deluxe Suite má rozlohu 50 m² a najdeme v něm volně stojící vanu s nádherným výhledem na Dolomity.
- 4/ V přízemí a ve čtyřech horních patrech je 56 hotelových pokojů, všechny jsou orientovány na jih s balkonem nebo terasou.
- 5/ Pod architekturou hotelu jsou podepsáni architekti Marcello De Biasi z De Biasi & Comploi a Gerhard Tauber z Tage.architekt - chtěli vytvořit hotel, který by harmonicky zapadl do prostředí.

Filozofie resortu ALPINA DOLOMITES Gardena Health Lodge & Spa**** je založena na úzkém vztahu k přírodě, nebo ještě lépe řečeno na silném pocitu sounáležitosti, pozornosti a úctě k životnímu prostředí a na ocenění krásy, která nás obklopuje. Ekologická koncepce odráží cíl zajistit, aby zde hosté žili v souladu s přírodou, protože každý z nás je její součástí: „Věříme, že staré tradice by měly být znovuoobjeveny a vyjádřeny s vášní ve všech oblastech – v lázních, v gastronomickém sektoru a ve sportu.“ To je také důvod, proč je v Alpina Dolomites tak příjemné, a tak snadné si odpočinout – nádherný výhled na okouzující podívanou, kterou nabízí příroda, a na okolní majestátní vrcholy zvyšuje harmonický interiér. To vše přirozeně posiluje přesvědčení, že zdravá fyzická aktivita a kontakt s přírodou jsou nezbytné pro prevenci nemocí a pro zachování zdraví.

PONOŘENÍ DO PŘÍRODY

Pod architekturou hotelu jsou podepsáni architekti Marcello De Biasi z De Biasi & Comploi a Gerhard Tauber z Tage.architekt. „Chtěli jsme vytvořit hotel, který by harmonicky zapadl do přírodního prostředí. K tomu jsme použili přírodní materiály a architekturu inspirovanou různými formami přírody. Interiér hotelu je navržen podle stejného konceptu, je zalitý světlem a působí neuvěřitelně útulným, pohodlným a elegantním dojmem.“ Budovy ze dřeva, kamene a skla jsou postavené se zaměřením na ekologickou udržitelnost a nízkou spotřebu energie. Základem nízké spotřeby energie je kompaktní design a vysoce tepelně izolovaný plášť budovy. Okna také musela splňovat vysoké požadavky – splňují tepelnou izolaci požadovanou pro pasivní dům. Komplex budov je rozdělen na hlavní budovu a budovu zaměstnanců, stejně jako samostatnou kruhovou budovu se samoobslužnou restaurací. Hlavní budovu charakterizuje kruhová konstrukce, spojená s jinými částmi podzemní chodbou. Lineární tvar a použité materiály vytvářejí přímý odkaz na okolní prostředí. Různé materiály, různé detaily a harmonická směs barev ladí po celé délce budovy. Podél jižní strany nabízí fasáda se širokými okny nezapomenutelný výhled na okolí. Všechny pokoje a apartmá mají nádherný panoramatický výhled na největší evropskou vysokohorskou plošinu.

ŠTĚRBINA VE SKALÁCH

V přízemí a ve čtyřech horních patrech je 56 hotelových pokojů, všechny jsou orientovány na jih s balkonem nebo te-



5

rasou. V přízemí se nachází bazén a wellness areál s pěti saunami. Vyčnívající struktura bazénu a wellnessu slouží jako vyhlídková a sluneční terasa. Spojovací prostory, kuchyně, skladovací prostory a ubytování pro zaměstnance nalezneme na severní straně v zadním křídle budovy. Komplex je obložen originální křemencovou fasádou, která vytváří symbiotický vztah s horským prostředím. Přírodní kámen fasády a dřevo střešní římsy jsou opticky v dialogu s okolními horami a navazují na geografii krajiny. Severní fasáda je obklopena dřevěnou konstrukcí, která odráží přirozený pohyb terénu a hor. Výsledkem je, že vchod do Alpina Dolomites připomíná štěrbinu ve skalách.

JEDINEČNÝ SENZORICKÝ ZÁŽITEK

Lázně Alpina Spa byly vybudovány s cílem zlepšování zdraví a posilování imunitního systému a životní energie za pomoci široké škály příjemných procedur. Zaměřují se na nové holistické procedury, vícedenní personalizované zdravotní a wellness programy, vysoce kvalitní kosmetické výrobky a relaxační kosmetické procedury, jejichž výhody klienti pocítí po dlouhou dobu, i po svém návratu domů. Ve světě vody, páry a vůní, obklopeném ušlechtilými přírodními materiály a mimořádným alpským prostředím, čeká na hosty skutečně jedinečný senzorický zážitek. Lázně, které zahrnují vnitřní i venkovní panoramatický bazén, saunu (finskou, biosaunu s aromatickými bylinkami), parní lázně a relaxační prostory, fitness centrum a kosmetický salon jsou neuvěřitelnou oázou wellnessu, ve které mohou hosté za sebou zanechat veškerý stres. Vše v souladu s aktuálními trendy wellnessu, ke kterým podle Global Wellness Institute patří i zaměření se na správný režim spánku a cirkadiánní rytmy a také fokus na duševní zdraví.

Aromaterapeutická koupel TĚLO PROHŘEJE A DUŠI POHLADÍ...

PŘIPRAVILA Alena Reháková ve spolupráci s Hannou Marií Tomáškovou FOTO AdobeStock, pexels.com

Příroda má na duši uklidňující vliv. Prosté radosti, jako dýchat čerstvý vzduch, cítit na kůži slunce či dívat se na krásnou krajinu, jsou přirozeným regeneračním prostředkem. V přírodě nejsou žádné cíle a žádné chtění. Život rostlin se odvíjí jednoduše, bez nějakého zvláštního záměru. Účelem přírody je prosté „být“.

Lidský život není oddělen od života celého okolí. Jsme součástí vzájemně propojeného celku. Příroda nám poskytuje úlevu, náboj, klid i pochopení. Jsme tak součástí nesmírného přírodního společenství, které k nám vysílá neuchopitelné informace, jež se zatím učíme číst mezi řádky.

K bohatství přírody, která nás obklopuje, patří i rostliny. Některé z nich jsou zdrojem éterických olejů, které se využívají v aromaterapii. Tu můžeme chápat jako prevenci před onemocněním jak fyzickým, tak duševním. Při patřičné relaxaci v kombinaci s použitím éterických olejů lze navodit očistný proces pro naši psychiku a uvolnit dávno nastádané emoce.

CO JSOU ESENCIÁLNÍ OLEJE

Příroda vybavila některé rostliny zvláštní formou imunity, která má povzbuzující a léčebné účinky ve formě „esenciálních olejů“. Jsou získávány z aromatických rostlin, stromů, trav, mízy. Tyto oleje se akumulují v rostlinných žlázkách, váčcích nebo vláknkách a jejich funkcí je pomáhat rostlině při opylování, pro přežití rostliny za nepříznivých podmínek nebo obraně proti napadení hmyzem. Esenciální oleje lze nalézt v různých částech rostlin: kořeny trav (vousatka), oddenky (zázvor), jádro dřeva (santalové dřevo), šišky (cypřiš, smrk), pryskyřice (kadidlo), bobule (černý pepř), listy (eukalyptus, máta), ovoce (citron, pomeranč) nebo květy (levandule, růže).

NENÍ OLEJ JAKO OLEJ

Sestavit krásnou esenci není jednoduché. Vyžaduje to mnoho citu a pochopení rostlin z energetického pohledu i z pohledu jejich složení, které je ovlivněno tím, kde rostou. „Například taková levandule (*Lavandula angustifolia*) roste v celé Evropě, i v našich přírodních podmínkách se jí dobře daří. Levandule rostoucí v jižní Francii obsahuje mnoho esterů, které jsou vhodné pro zklidnění a povzbuzení pokožky. Levandule, která roste v Bulharsku,

je jiná. Obsahuje hodně alkoholu, který má svíravé a čistící účinky pro pleť. Oproti tomu levandule, která roste v Anglii, voní sladčeji než ta, která roste ve Francii. Její aroma je mnohem výraznější a hlubší. Není jednoduché si vybrat, z které země budou esence nejvhodnější. Stejně rostliny rostou po celé zeměkouli, ale pod rozdílnými slunečními paprsky a v jiné zeměpisné poloze. Tyto skutečnosti mohou za rozdíly v kvalitě a chemickém složení silic v esenciálních olejích a jejich následném terapeutickém využití,“ říká odbornice na vůně Hanna Marie Tomášková.

Jedním z faktorů, který napomáhá esenciálním olejům prostoupit do pokožky, je rychlé zahřátí těla. Teplá koupel nebo masáž těla (pokud chceme aplikovat esenciální oleje) jsou velmi účinné. Jimi se síla rostlin dostává do pokožky celého těla a napomáhá léčení. Pokud je ale pokožka zraněná nebo podrážděná, může být vstřebávání velmi silné. Esenciální oleje musí být na poraněnou kůži aplikovány s nejvyšší opatrností. Některé, např. levandule a tea tree, jsou při aplikaci naopak velmi účinné, pokožku velmi rychle hojí a napomáhají jejímu ozdravení.

BYLINKOVÉ A AROMATERAPEUTICKÉ KOUPELE

Proč hostům neposkytnou aromaterapeutický zážitek? Třeba takou teplou koupel s esenciálními oleji. Je velmi účinná, protože prostřednictvím olejů se síla rostlin dostává pokožkou do celého těla a napomáhá léčení. Bylinky, i esenciální oleje v koupeli pomohou uklidnit nervy, uvolnit bolavé svaly, změkčit pokožku, ukoľebat ke spánku, nebo naopak vyburcovat k aktivitě. Taková koupel, třeba i v hotelovém pokoji, si dokáže získat srdce každého hosta a zapsat se do jeho mysli jako nezapomenutelný zážitek. Kromě esenciálních olejů koupelové balíčky zpravidla obsahují zklidňující bylinky, jemně mleté ovesné vločky, sušené plnotučné mléko, nebo sušený

Vhodnou a kvalifikovanou kombinací různých esenciálních olejů lze vytvořit velmi účinné kompozice se specifickými účinky. Ve světě existují stovky esenciálních olejů. Některé jsou dobře známy, vhodné i pro domácí použití. Vedle nich pak další esence pocházející například z amazonských pralesů, jejichž účinky zde v Evropě teprve objevujeme. Ale ty už patří do rukou odborníků na aromaterapii.

JAK SE OLEJE EXTRAHUJÍ:

Parní destilace – rostlinný materiál se uloží do vody, která se přivede k varu. Pára obsahující esenciální oleje prochází chladicím zařízením, kde se sráží a zadržuje destilovaný roztok. Esenciální olej tvoří na povrchu kapaliny slabý film, který se následně oddělí od vody.

Macerování – rostlinný materiál je sklizen, pokrájen a vložen do slunečnicového nebo olivového oleje. Směs se mírně protřepe, než se uloží na několik dní na prudké slunce. Všechny rostlinné části se budou louhovat, včetně esenciálních olejů. Směs se opatrně přenese a pečlivě přefiltruje, aby se zbavila všeho rostlinného materiálu. Nosný olej obsahuje i molekuly esenciálních olejů. Rostliny vhodné pro tento proces jsou měsíček, kořen mrkve a třezalka.

Lisování – lisují se například citrusové plody. Esenciální olej se nachází v malých váčcích hned pod kůrou. Ta se řádně promačká a propíchá ostrým kartáčkem. Jeho jehlami se naruší v kůře citrusu malé olejové váčky. Olej pak jednoduše vytéká ven, kde se zachytává do nádoby s filtrem.

Rozpouštěcí extrakce – jedná se o velmi složitý a zdlouhavý proces. Používá se k získání esenciálních olejů z rostlin, které ve svých žlázkách produkují jen velmi malé množství esenciálního oleje. Bylinky jsou sesbírány a uloženy do takového média, ve kterém se rozpustí a zachytí jejich vůně, barva a vosk. Rozpouštěcí médium se odstraní vysušením a zůstane substance, tzv. „výtažek“. Ten se následně smísí s alkoholem. Tímto způsobem odstraníme při filtraci vosk. Proces tímto nekončí. Musí se ještě oddestilovat alkohol, aby se stal olej „čistý“. Tato metoda se používá u růží a jasmínu. Nejde o zcela čistý esenciální olej, neboť stále obsahuje asi 2–3 % alkoholu, který již nelze odstranit.



JAK TĚLO VSTŘEBÁVÁ ESENCIÁLNÍ OLEJE:

Vdechnutí – molekuly esenciálního oleje vstoupí do nosu, pohybují se vzhůru k čichovému orgánu. Vdechováním esenciálního oleje se malé molekuly dostanou přímo ke kořeni nosu, kde se nalézají buňky čichového ústrojí. Každá z buněk má vlasově tenké výběžky, které se nazývají cilia. Tato cilia zaregistrují a pošlou dál informaci o vůni přes čichový bulbus do struktur umístěných hlouběji v centru mozku. Odsud elektrochemický vzkaz postoupí do části mozku, kde se nalézá centrum čichu. Tento pochod je neurochemický a může mít uklidňující, povzbuzující nebo vzrušivý dopad. Aromatické molekuly také procházejí dolů nosními cestami do krku, odtud se dostávají do krevního oběhu. Tento proces je velmi rychlý a v milisekundách již může ovlivnit naše pocity, vnímání a stav mysli.

Pokožkou – pokud jsou esenciální oleje aplikovány na pokožku, jsou vstřebány přes potní žlázy a vlasové folikuly do krevního oběhu. Vlasové folikuly obsahují olejový maz, který podporuje vstřebávání esenciálních olejů. Olejovitá hmota se dostává do krevního oběhu a pokračuje do lymfy a mezibuněčné tekutiny, která obklopuje všechny buňky. Takto se následně dostane do všech ostatních částí celého těla.

zelený čaj. Oves uklidňuje svědivou pokožku, tuk obsažený v sušeném plnotučném mléce ji zjemňuje, protože kyselina mléčná jemně odlupuje odumřelé buňky. Zelený čaj pokožku uklidňuje, sušené bylinky a esenciální oleje dodávají koupeli překrásnou vůni. Jejich hlavní úlohou jsou intenzivní a blahodárné terapeutické účinky a vyrovnaní psychické dysbalance.

„Příprava takové koupele je velice jednoduchá. Koupelový balíček, který se uchovává v neprodyšném sáčku, je nutno před koupelí vyjmout a vložit do vany. Poté napustit vodu a balíček nechat 5–10 minut louhovat. Ve vaně může host odpočívat cca 15 minut a mokřý balíček si přitom tisknout na pokožku, na místa, která potřebují zklidnit,“ říká Hanna Marie Tomášková.

KOUPEL V SOLI

Vody z přírodních horkých pramenů a z moře si lidé již odedávna považovali pro její úžasnou léčivou sílu. Minerální soli a stopové prvky, které obsahuje, stimulují vlastní přirozený detoxikační proces těla, uvolňují svaly a změkčují pokožku. Když do koupele přidáme soli, zvlhčující oleje a další přírodní aktivní látky – mléko, ocet nebo

mořské řasy, obnoví se tím přirozená rovnováha pH pokožky. Zlepší se krevní oběh a podpoří se léčení celé řady onemocnění, od nachlazení až po revmatické potíže. Rovněž i příprava této koupele je velice jednoduchá: Sůl, která je společně s bylinkami umístěna v ochranném neprodyšném obalu, se vysype do lněného sáčku, který se stáhne provázkem. Po vložení do vodní lázně se sůl rozpustí. Účinné látky soli a bylinek se uvolní, ale koupel zůstane čistá bez lístků a květů. Do použitého lněného sáčku je možno opakovaně vložit novou náplň a použít ji stejným způsobem za předpokladu, že po každém použití dojde k jeho očištění, vyprání a usušení.

ZIMA PŘEDE DVEŘMI

Vydání magazínu Top hotelierstvo/hotelnictví podzim/zima přeje tématu aromaterapeutických koupelí. V horkém létě má totiž málokdo pomyslení na hřejivou koupel. Tyto koupele jsou tedy spíš sezónní záležitostí. Vždyť relaxovat ve vaně v teplé a voňavé lázni je balzámem pro tělo i duši. Koupele všeobecně patří k balneologickým procedurám lázní, ale proč byste je nedopřáli i svým hostům?



PŘÍKLAD NEJBĚŽNĚJŠÍCH ESENCIÁLNÍCH OLEJŮ A JEJICH ÚČINKŮ:

Levandulový olej je nejoblíbenější a nejpoužívanější esenciální olej. Jako jeden z mála esenciálních olejů, lze levanduli bezpečně použít neředěnou na kůži. Uklidňuje při napětí a depresi, tlumí bolesti hlavy, menstruační bolesti a dýchací obtíže. Snižuje krevní tlak, urychluje hojení, odpuzuje hmyz. Také má analgetické, protizánětlivé, antiseptické, sedativní a stimulační účinky. Levandulová silice neutralizuje pachy.

Esenciální olej z růže má antidepresivní, protizánětlivé, afrodiziakální, protivirové, sedativní vlastnosti. Vyladí hormonální systém a je tedy vhodný při poruchách menstruace a při potížích v klimakteriu. Snáší ho všechny typy pokožky, zejména dětská. Růže se používá jako součást pleťových vod a nejdražších parfémů.

Silice z citronu je antiseptická, insekticidní, deodorační, protizánětlivá a močopudná. Působí při infekcích, astmatu, kašli, akné, lupách, vysokém tlaku, celulitidě, abscesech, křečových žilách a je vhodná při problémech s mastnou pletí. Je také součástí mnoha kosmetických a drogistických přípravků.

Rozmarýn pomáhá při únavě, depresích, bolestech hlavy a migréně. Podporuje vylučování, prokrvení, může snižovat cholesterol. Pečuje o problematickou pleť. Tato silice má analgetické, antioxidační, afrodiziakální a tonizující účinky. Ulevuje při křečích.

Olej z eukalyptu je vedle levandulového oleje snad nejpoužívanější silicí na světě a základem všech přírodních domácích lékárníček. Je antiseptický, analgetický, stimulační a protizánětlivý. Rozšiřuje cévy a zlepšuje dýchání při kašli a bronchitidě. Je vhodný při revmatismu, křečích a bolesti svalů, při píchnutí hmyzem. Silice neutralizuje pachy.



www.hannamariatherapy.cz



KOUPELOVÁ SADA *Beautiful moments*

VŠE, CO
POTŘEBUJETE
PRO SVŮJ
OČISTNÝ
A LÉČIVÝ
KOUPELOVÝ
RITUÁL



Produkty v sadě *Beautiful moments* obsahují 100% esenciální oleje: **ylang-ylang, cedrové dřevo, skořice, palmarosa, limetka, geranium** a další blahodárné přírodní produkty.

Z DARŮ PŘÍRODY



TERMÁLNÍ ŠTÝRSKO

TEXT Pavla Apostolaki FOTO Pavla Apostolaki, Heiltherme + Quellenhotel Bad Waltersdorf, Bad Radkersburg

Když v sedmdesátých letech minulého století hledaly výzkumné týmy na jihovýchodě Rakouska ropu, místo „černého zlata“ narazily jen na mohutná zřídla horké vody. Společnosti vyhodnotily tyto zdroje jako neužitečné a průzkumné vrtý uzavřely. Až o dvacet let později byl turistický a léčebný potenciál horkých pramenů oceněn a vznikly skvělé termální rezorty.

Tančící okna, střechy porostlé stromy, fasády v barvách duhy a zlatá kupole vystřihnutá jako z ruského chrámu.

To je zcela ojedinělý komplex Rogner Bad Blumau, který v roce 1997 vytvořil geniální architekt Friedensreich Hundertwasser se stavitelem Robertem Rognerem. Necelých šedesát kilometrů od Štýrského Hradce (Graz) tak vznikl výjimečný a ekologicky udržitelný lázeňský areál, který v Evropě nemá obdoby. Vypadá jako malé městečko. Jednotlivé stavby jsou rozesety po zvláště krajině a sídlí v nich skvělé restaurace, útulné kavárny, zábavné bary, půvabné obchůdky nebo specifické hotely. Mezi ně patří i lesní domy nacházející se pod úrovní terénu nebo budovy vypadající jako oční šterbiny usazené v zemi.

Centrum pak tvoří samotné lázně s vnitřními a venkovními bazény, které napájí dva léčivé prameny, Melchior a Vulkania. Na povrch tryskají z hloubky více než dva tisíce set metrů o teplotě 110 °C. Nahoře se pak ochlazuje na příjemných 36–37 °C a pro svůj unikátní obsah minerálů patří k nejléčivějším pramenům ve Štýrsku. Slaná, na pokožce lehce mazlavá kapalina potáhne kůži hedvábným filmem a skrz póry také pronikne do celého

těla. Jak tvrdí místní odborníci, lze její účinky přirovnat k vodě v Mrtvém moři. Ostatně i setrvání v dalších bazénech je velkým přínosem pro zdraví. Místní „tekuté poklady“ rozpouští bolesti kloubů, zad, pomáhají při kožních a gynekologických onemocněních a po půlhodince smývají veškerý stres. Celý vnitřek komplexu je důmyslně propojen průplavy, chodničky a lávkami. Společně s různobarevnou architekturou a termální vodou přináší relaxační a umělecké zážitky.

SPECIÁLNÍ TERAPIE

Kromě šesti druhů saun s různými vonnými esencemi a solné jeskyně se solí z Mrtvého moře, poskytují lázně také zdravotní péči. Oblíbená je Breussova masáž zad s teplým třezalkovým olejem (mimochoodem, veškeré masážní oleje si terapeuti připravují sami ze zdejších bylin). Ta uvolňuje svaly podél páteře a bloky vzniklé mezi obratlovými ploténkami. Dornova metoda zase bezpečně uvádí posunuté klouby a obratle zpět do svých původních, správných poloh. Hitem je však undopatie, léčba prostřednictvím vibračních vln. Na začátku padesátiminutové seance nejprve terapeut odhalí a uvolní blokády speciální masážní technikou a poté podle diagnózy zvolí vibrující léčbu. Ta probíhá na speciálním lůžku složeném ze tří tabulí. Během terapie se jednotlivé desky

zvedají nahoru a dolů (podle aplikace léčby), tudíž chvíli zůstávají níže nohy, poté pánev anebo horní část trupu. Všechny pozice jsou vyvážené a tělo vždy zůstává v příjemné poloze. Při pohybu se jednotlivé desky lehce chvějí v 3-D a vytváří fyzikální vibrace, které vyrovnávají tok energie a dávají do pohybu tekutiny v organismu. Buňky se tím detoxikují a po „úklidu“ přijímají novou výživu z čerstvé krve a kyslíku.

„Po undoterapii je potřeba hodně pít. V organismu dochází k výměně tekutin, k vyrovnání energie a také k podpoře toku lymfy. Proto po proceduře mizí lymfatické otoky. Hloubková relaxace však hlavně obnovuje funkci fascií (vazivových obalů svalů), uvolňuje zablokované svaly, obratle, klouby. Ulevuje také od bolestí páteře a hlavy. Výhodou je, že undoterapii můžeme kombinovat i s ostatními technikami zabývajícími se léčbou pohybového systému, například s fyzioterapií, osteopatií, spirální dynamikou, akupunkturou, baňkováním nebo moxováním. Undoterapii může absolvovat prakticky každý, neexistují žádná zdravotní omezení. Za léčbou k nám jezdí normální lidé i profesionální sportovci, aby regenerovali pohybový aparát po trénincích a závoděch“, říká Andreas Gamper, šéf masérského týmu v Rogner Bad Blumau.

“SPECIALITOU LÁZNÍ ROGNER BAD BLUMAU JSOU ROVNĚŽ NÁPOJE. HOSTÉ SI RÁNO K SNÍDANI MOHOU DOPŘÁT VODY S MINERÁLY, NAPŘÍKLAD RŮŽENÍNOVOU NEBO KŘIŠŤÁLOVOU.”



VRNÍČÍ TERAPIE

Duchovním otcem undopatie je masér Helmut Gollner. Díky vlastní bolestivé zkušenosti s meziobratlovými ploténkami se po mnohočetných operacích páteře, rozhodl najít řešení. Společně se svým synem Janem několik let pracoval na technice, která by uvolnila napětí či blokády. Na základě filozofie, že všechny buňky v těle vibrují, pak sestrojil program takzvaných „vibračních vzorů“, jež proniknou buňkami a hluboce zregenerují muskuloskeletární systém.

KOUPÁNÍ POD SOPKOU

Venkovní areál otevírá dveře do magického prostoru. Tady harmonie čtyř základních živlů (voda, země, oheň, vzduch) vytváří dokonalé léčebné prostředí. Večerní koupání ve smaragdové laguně obklopené bambusem a kamínky, osvětluje vulkán Strombolino, jež vrhá žlutooranžový oheň. Oválné cedulky zapáchnuté na břehu bazénu zase prozradí „koncertní sály“, odkud se line podvodní hudba. A čisté klima štyrského venkova pořádně provětrá průdušky a dodá tělu pořádnou porci kyslíku. Fyzické a psychické síly obnoví také geomantická stezka s dvaceti třemi stanovišti vytvořená známým slovinským geomantem Marko Pogačnikem. Praveká minulost totiž uložila termální prameny v Rogner Bad Blumau

do aktivního podloží, které je prostoupené energetickými body. Ty jsou označeny balvany s kosmogramy a tvoří pomyslné brány, jimiž proudí informace a energie z naší planety, která přispívá ke zlepšení zdravotního stavu.

ÚCTA K PŘÍRODĚ

V Rogner Bad Blumau vše plyne v harmonii s přírodou. Úcta k ekologické filozofii je znát doslova na každém kroku, což potvrzuje také vlastní geotermální elektrárna. Ta po celý rok vytápí veškeré hotelové a lázeňské domy. Nevyužitá voda putuje zpět do podzemí, čímž se naplňují slova duchovního otce lázní Friedensaicha Hundertwassera: „... vše, co si bereme z naší Země, do ní musíme zase vrátit“.



V LÁSKYPLNÉ NÁRUČI VODY

Pouhých osm kilometrů od Rogner Bad Blumau leží další lázně, Heiltherme v Bad Waltersdorfu, které byly roce 2016 vyhlášeny nejlepším termálním rezortem v Evropě. Termální voda od 27 do 36 °C zde proudí do sedmi bazénů a pomáhá při potížích s pohybovým aparátem. Zároveň mizí z organismu stres, psychické vyčerpání a zlepšuje se stav pokožky. O další relaxaci a posílení imunitního systému se pak postará jedenáct druhů saun. Heiltherme jsou také přímo propojené s hotelem Quellenhotel, jehož hosté mají navíc vstup do dalších čtyř bazénů, pěti saun a do „Feminaria“, speciální relaxační zóny jen pro ženy. Quellenhotel v Bad Waltersdorfu má jednu zvláštnost. Unikátní bazének s termální vodou, který je začleněn do přírodního rybníku. Nejprve si hosté mohou zaplavat v chladnější vodě a poté se přemístit do teplejší na prohřátí, relaxaci a na léčebnou kúru.

DÝNĚ NA SYNDROM VYHOŘENÍ

Každý rok probíhá v jižním Štýrsku sklizeň zdraví prospěšných bylin a plodů. Od žluté třezalky, voňavé meduňky, oranžových dýní, až po šťavnatá jablka. Všechny

se pak využívají v Tradiční štyrské medicíně a v kombinaci s termální vodou činí doslova zázraky. Iniciátorkami projektu Tradiční štyrské medicíny byly Gerti Krobath a Gerti Haas, které před dvanácti lety zavedly v hotelu Quellenhotel speciální léčebnou kúru z místních darů přírody. Inspiraci čerpaly v historické tradici a ze zkušeností svých předků. Ti od šestnáctého století používali hlavně dýňový olej, který je nedílnou součástí štyrské kuchyně. Dvě „bylinkové čarodějky“ však šly ještě dál a vymyslely masáž, zvanou Magická osmička. Díky speciální technice a účinkům dýňového oleje je masáž velmi populární. Odstraňuje poruchy spánku, bolesti hlavy a předchází syndromu vyhoření. Mastná tekutina obsahuje vysoký podíl draslíku, pokožku skvěle čistí, vyživuje a zlepšuje její prokrvení. Podobně na kůži působí i jablečné masáže (včetně vitalizační masky na obličej) s čerstvou šťávou a dřením. Zahání vrásky, hojí záněty, čistí a omlazuje pleť. Tradiční štyrská medicína využívá rovněž síly bylinek. Terapeutky si samy připravují třezalkový a meduňkový olej, které využívají na masáže krku, zad a reflexních zón na chodidlech.



Quellenhotel v Bad Waltersdorfu má jednu zvláštnost. Unikátní bazének s termální vodou, který je začleněn do přírodního rybníku. Nejprve si hosté mohou zaplavat v chladnější vodě a poté se přemístit do teplejší na prohřátí, relaxaci a na léčebnou kúru.



↑ Lázně Heiltherme v Bad Waltersdorfu byly v roce 2016 vyhlášeny nejlepším termálním rezortem v Evropě. Termální voda s teplotou od 27 do 36 °C zde proudí do sedmi bazénů a pomáhá při potížích s pohybovým aparátem. Zároveň mizí z organismu stres, psychické vyčerpání a zlepšuje se stav pokožky.

← Trojici štyrských lázní doplňuje ještě Bad Radkersburg. Malé městečko na hranicích se Slovinskem začalo psát svoji termální historii v roce 1978. Děje se tak prostřednictvím horkého pramenu (80 °C), který z hloubky dva tisíce metrů tryská nad zem. Na povrchu se pak ochlazuje na příjemných 34–36 °C a vpouští do tří bazénů.



KOUPEL PLNÁ HOŘČÍKU
Trojici štyrských lázní doplňuje ještě Bad Radkersburg. Malé městečko na hranicích se Slovinskem začalo psát svoji termální historii v roce 1978. Děje se tak prostřednictvím horkého pramenu (80 °C), který z hloubky dva tisíce metrů tryská nad zem. Na povrchu se pak ochlazuje na příjemných 34–36 °C a vpouští do tří bazénů. To, co však dodává zdejší termální vodě na výjimečnosti, je vysoký obsah přírodního hořčíku. Jeden z nejdůležitějších minerálů pro lidský organismus uvolňuje a zároveň posiluje nervový systém. Na jednu stranu tedy redukuje napětí, stres a na druhou zvyšuje výkonnost v práci, při studiu nebo při sportu. Hořčík také znamená přínos pro muskuloskeletární systém, jež vykonává veškerý pohyb těla. Kromě jednotlivých složek (kosti, klouby, fascie, svaly, vazy, šlachy) je podstatná i jejich správná pozice. Dojde-li tedy například k posunu či k poranění, odrazí se tento stav v celém muskuloskeletárním systému. A právě termální voda plná hořčíku výrazně regeneruje poškozené tkáně. Odborníci v Bad Radkersburgu doporučují zdejší termální kúry společně s pohybem (jízda na kole, nordic walking, procházky, jóga, rehabilitační cvičení, vše

podle zdravotního stavu). Tato kombinace velmi rychle a úspěšně odbourává hladinu stresového hormonu kortizolu.

MODLITBA PRO DUŠI
Areál o rozloze 2 700 metrů čtverečních poskytuje také úžasnou relaxaci v Chrámu světla a zvuku. Jakmile návštěvníci vstoupí do tmavé, teplé místnosti, posadí se na příjemně vyhřátou keramickou lavici. Pak se před nimi tlumeně rozsvítí kamenná stěna, po níž začne jemně stékat voda. Zurčení pramínků, tichá relaxační hudba i měnící se světelné spektrum vytvoří nádhernou symfonii, jež dokonale zklidní každý nerv v těle. Podobně působí i venkovní saunová vesnička. Jednotlivé dřevěné či kamenné domečky jsou rozesety vedle sebe a v každém z nich nabízí jinou terapii. Naháči tak například pobývají v sanariu, panoramatické, finské, infračervené (aktivující i zklidňující), vulkánové nebo vinné sauně. Jejich rozmanitost zpestřují různé bylinkové odvary a směsi éterických olejů, kterými se polévají horké kameny. Vonné páry prohlubují dýchání a čistí nos, krk a průdušky od zárodků onemocnění. Organismus se lépe okysličuje a nový příliv kyslíku do mozku znamená jediné, pohodu a klid mysli.



AROMATICKÁ SPIRÁLA

V zahradě hotelu Quellenhotel se nachází levandulový labyrint. V něm hosté pomalu krok za krokem postupují do středu spirály a při tom dýchají uklidňující vůni šedomodrých kvítků. Chůze labyrintem působí jako meditace, má velký léčebný efekt, čistí mysl a podporuje tvořivost.

CESTA K HARMÓNII TELA A DUŠE

TEXT A FOTO Medexim

Blahodárne pôsobenie vody na ľudský organizmus je známe od dávnych čias. Celú škálu výskumom, skúsenosťami a rokmi overených „vodných“ procedúr možno preniesť do prostredia wellness. Kvalitná a dizajnovo zaujímavá vaňa s hydromasážnymi systémami spoločnosti Medexim Piešťany môže byť ozdobou každého wellness.

Hydromasážne systémy spoločnosti Medexim ponúkajú rozmanitú škálu zaujímavých, pohodlných, príjemných, relaxačných a upokojujúcich procedúr. Predstavujú ideálny prostriedok na dosiahnutie harmónie tela i duše.

ATRAKTÍVNA PONUKA

Individuálny výber skeletu vane dovoľuje rešpektovať priestorové dispozície miestnosti. Počet dýz vo vani a ich rozmiestnenie sa zasa prispôsobujú želaniam zákazníka. Hydromasážne a airmasážne systémy kombinujúce funkčnosť s dizajnom pre ten najlepší užívateľský zážitok. Na umocnenie pocitu uvoľnenia a dokonalého relaxu je k dispozícii koloterapia. Intuitívna a jednoduchá obsluha prispievajú k celkovému poskytnutému komfortu rovnako ako jednoduchá údržba.

KVALITA

Komponenty na výrobu vaní pochádzajú od renomovaných európskych výrobcov a zabezpečujú výrobkom dokonalú funkčnosť. Vo výrobných a administratívnych procesoch sú aplikované medzinárodne uznávané štandardy – certifikáty Manažérstva kvality ISO 9001 a ISO 13485. Profesionálna organizácia popredajných aktivít, rýchle a bezproblémové služby v oblasti profylaktiky a servisu dodaných zariadení sú pre nás samozrejmosťou.

EKOLÓGIA

Elektrické a elektronické komponenty sú v súlade so smernicou EÚ RoHS, neobsahujú žiadne ťažké kovy alebo iné nebezpečné

látky, ktoré môžu predstavovať riziko nielen pre užívateľa zariadenia, ale i pre životné prostredie.

DIZAJN A OCENENIA

Produktové línie vaní boli navrhnuté v ateliéri známeho slovenského odborníka v oblasti priemyslového dizajnu Ing. arch. Martina Strussa. Atraktívny tvar vaní rešpektuje ergonómiu a pohodlie užívateľa. Ladné krivky produktovej línie vaní wellness ocenili Národnou cenou za dizajn.

Spoločnosť Medexim vznikla v roku 1992 so zameraním na export investičných celkov pre zdravotníctvo. Svojimi aktivitami v oblasti predaja vodoliečebnej techniky sa postupne vypracovala –prostredníctvom dizajnovej spolupráce pri vývoji a výrobe vodoliečebných vaní – z pozície predajcu na výrobcu balneologických, hydromasážnych vaní, ako aj vaní určených na relax a wellness.

www.medexim.sk



FOTO AdobeStock

Gastronomy

Post-covidová ekonomika žičí napredovaniu projektov ako portugalský Kitch. Startup s ponukou lokálnych podnikov od svojho vzniku v roku 2019 podnietil rozmach lokálnych donášok. Elektrický skúter s poslíčkami jedla napriek tomu zostáva v Lisabone, podobne ako v iných európskych mestách, doménou veľkých operátorov.
FOTO Sander Lanaerts

NA CESTE ZA GURMÁNMI

TEXT Ján Krajč

Imidž donáškového jedla je odrazu atraktívny. Pre vyššiu triedu zákazníkov aj reštaurácie. Príčinou však nie je len pohodlie, záleží aj na bezpečnosti. Objavujú sa donáškové služby reštaurácií s michelinskými hviezdikami, vychýrenými šéfkuchármi a vybranými chuťami.

Akokoľvek sa vývoju náročného zákazníka nedalo zabrániť, bola to práve koronakríza, ktorá minimalizovala bariéry medzi jednotlivými ekonomickými triedami a urýchlila prechod k donáškovým službám. Podniky, dovtedy dostupné len pre vyvolených, a tých, ktorí si mohli dovoliť vstupovať do reštaurácie v predpísanom dresscode, odrazu upustili zo svojich niekdajších zásad a stali sa dostupnejšími – zvlášť pre tých, ktorí si na luxus nepotrpia. Hedonistickí gurmáni ochotní príležitostne utrátiť za jedlo väčší obnos prostriedkov, sa nájdu v každom meste, čo pre prémiové reštaurácie znamená zvýšený záujem o ich značku, odstránenie formalít vedúcich k okamžitému chuťovému pôžitku a zachovanie konceptu aj v čase neľahkého obdobia.

CAVIAR & CORONA

Dopyt po službách prémiových a luxusných reštaurácií zaznamenali vo všetkých svetových metropolách. Keď sa začiatkom apríla 2020 vtedy už fungujúci Caviar dostal k oveľa širšej verejnosti, než dovtedy, značka sa v priebehu niekoľkých dní stala súčasťou

mládežníckeho lifestyle. On-line platforma ponúkajúca jedlo z prémiových reštaurácií dosiahla nevídaný nárast tržieb po tom, čo na celý mesiac zrušila poplatky za dopravu. Newyorčania na ponuku zareagovali bez závažania. Azda najvypuklejším problémom novozavedeného systému doručovania bol, paradoxne, dopyt. Napokon, ak existuje možnosť objednať si jedlo z vychýrenej michelinskej reštaurácie, len málokto odolá možnosti ochutnať „zakázané ovocie.“

Keďže doručovanie jedla bolo pre reštaurácie ako Carbone prevažne núdzovým riešením, na scenár, aký sa odohral po spustení služieb, nebol pripravený nikto – ani poslíčkovia na bicykloch, tlačiaci sa pred reštauráciou, ani miestni, ktorí sa nazdávali, že bude vhodnejšie prevziať si objednávku osobne. Vzhľadom na to, že v tom čase začal koronavírus v New Yorku ešte len vyčínať, bezohľadná ignorancia predpísaných odstupov pred reštauráciou, nepoužívanie rúšok a rukavíc sa tiež podpísali na tom, že práve New York mal najviac obetí, ktoré podľahli pandémie. Podľa štatistik, ktoré ešte na konci toho istého mesiaca zverejnil portál The New York Times, zomrelo na následky vírusu približne 6 000 občanov týždenne. Len jediný deň po tom, čo reštaurácia

pomocou policajných zložiek rozpustila niekoľkohodinový zástup nervózných zákazníkov a poslíčkov z viac ako troch rôznych spoločností, okamžite prerušila možnosť doručovania jedál cez Caviar.

REVOLÚCIA V ČASE REVOLÚCIE

Ešte vypätejšia je situácia v Hongkongu. Dramatický nárast objednávok prémiového jedla je fenoménom posledných rokov, ktoré sprevádzali ešte pred vypuknutím koronakrízy politické demonštrácie v jednom z najdrahších miest sveta. Vlna nútených sociálnych obmedzení, trvajúca už od roku 2019, sa nezastavila. Skôr naopak, počas prvého štvrťroka 2020 vzrástla. To aspoň čiastočne pomáha, aby sa vďaka doručovaciým službám miestna ekonomika neotriasala v základoch. Medzi nadnárodnými operačnými spoločnosťami ako je Deliveroo, Uber Eats či Foodpanda sa dostal do popredia jeden z dua zakladateľov Black Sheep – Syed Asim Hussain, ktorý prispel k rozvoju tzv. „new authentic“ kulinárskych konceptov na tamjšej scéne. Postaral sa tiež o to, aby sa na zoznam michelinských reštaurácií dostala pakistanská reštaurácia New Club Punjab a pripravil manuál ako zvládnuť koronakrízu vo firme. Ten sa stal v priebehu apríla 2020



← Keď americký operátor Caviar spustil donášku a odnášku jedla z jednej z najžiadanejších reštaurácií v New Yorku, Carbone, nastala niekoľkodňová hystéria. Zákazníci ochotní priplatiť si za hubové fettuccine či mrkvový koláč so zázvorovým krémom (na obrázku), dokázali stáť pred reštauráciou aj dve hodiny.
FOTO **Carbone New York**

↓ Šéfkuchár James Cochran spustil službu Around the Cluck zameranú na prípravu jamajského kurčťa, krátko po vypuknutí pandémie. V súčasnosti je menu z reštaurácie dostupné u ďalších operátorov vrátane Deliveroo a Uber Eats. Cochran sa pritom netají, že variť pre úzku skupinu prémiových zákazníkov a pripravovať sto kíl kuracieho mäsa týždenne je neporovnateľná skúsenosť.
FOTO **12:51 Around the Cluck**



on-line hitom, ktorý uvítali prevádzkovatelia podnikov na celom svete. „Zlom nastal v čase spoločenských nepokojov, ktoré naštrbili naše fungovanie už v polovici minulého leta a dodnes vnímame, že musíme ísť proti prúdu. Som si istý, že podobné výzvy zažívajú aj iní, predsa len je to tu o čosi neistejšie - tá nepredvídateľnosť situácie vyvoláva vo všetkých znepokojenie,“ opísal Hussain podnikateľskú situáciu v krajine v rozhovore pre CNN.

Akoby nebol dostatočnou porážkou pokles tržieb v dôsledku protivládnych demonštrácií, už v januári sa museli podnikatelia pripravovať na to, že nový koronavírus z Wuchanu sa čoskoro bude týkať aj Hongkongu. Pre krajinu, ktorá zaznamenala v priebehu dvoch rokov dramatický ekonomický prepád o 8 percent, je preto každý úspešný koncept nádejou lepšej budúcnosti. Skupina Black Sheep preto zriadila gourmet donáškovú platformu GO, združujúcu desiatku reštaurácií v meste. „Vieme, že pomoc by si zaslúžili aj ďalšie reštaurácie, no stále máme na zreteli možnosti nášho systému doručovania, a tak si vyberáme len niektoré podniky, s ktorými chceme nadviazať partnerstvo,“ objasňuje Hussain neskrývajú, že Black Sheep je skôr úspechom závisiacim od klientely, ktorá prostredníctvom objednávok reaguje na extrémne neistý denný režim. „Dará sa nám, no niekoľko mesiacov úspechu ešte neznamená, že sme zvíťazili. Ak zodpovedáte za tisíce výplat, musíte vedieť, ako sa pripraviť na to najhoršie.“

GURMÁNI MAJÚ HLAD

Brian Lo, generálny riaditeľ hongkongskej centrály Deliveroo, tvrdí, že v máji 2020 bolo možné pozorovať zmeny vo výbere jedál, ktoré si hongkonskí občania dopriali. V porovnaní s predchádzajúcim rokom sa objednávky vegánskeho menu zdvojnásobili. Je to v súlade s výsledkami vlnajšej analýzy Deloitte, z ktorej vyplýva, že medziročne rastie dopyt po bezpečkových a vegánskych produktoch. Na to, ako sa vyvíja trend na našom trhu, odpovedá David Krátky, marketingový riaditeľ platformy Wolt. „Vo všeobecnosti pozorujeme, že spotrebiteľia si naďalej objednávajú najmä tradičné fast-foodové jedlá, do popredia sa však dostávajú aj nové alternatívy, napríklad mexická či vegánska strava.“ Na základe dát možno predpokladať, že trh s donáškovými službami bude v budúcnosti expandovať. „Je pravdepodobné, že záujem o dodanie jedla bude aj v ďalších rokoch stúpať. To, čo sme si všimli ešte pred vypuknutím krízy, je využívanie našich

služieb predovšetkým uprostred pracovných dní. Spotrebiteľia takto šetria čas a majú viac energie venovať sa iným aktivitám. Aj preto sa zastúpenie reštaurácií rozširuje a v súčasnosti si možno vyberať zo skutočne rôznorodej ponuky,“ hovorí Daniel Krátky. Zvýšený dopyt po kvalitnom jedle, dostatočne atraktívnom pre zdieľanie na sociálnych sieťach a mimoriadne chutnom na prijatie reštaurácie ako súčasť osobného životného štýlu, sú hnacie činitele, ktoré vedú podniky k tomu, aby sa pripojili do jednej z viacerých globálnych či lokálnych sietí operujúcich v stravovacom sektore. Moderným gurmánom sa dnes hovorí foodies a sú už súčasťou stredného prúdu spotrebiteľov. Informácia dôležitá najmä preto, že dnes nie je potrebné umiestňovať produkty do špecializovaných predajní – bohato postačí vytvoriť exkluzívny priestor tam, kde sa vyskytujú najčastejšie – v supermarketoch. Ekvivalentom voči kamenným supermarketom sú v on-line prostredí práve donáškové platformy. Trend



lokálnych potravín, tradičných chutí, exotických plodín a ponuka importovaných potravín, to všetko sa dá nájsť medzi jedálnymi lístkami jednotlivých reštaurácií a bistier.

ŠÉFKUCHÁR NA CESTE

Na rozdiel od klasických reštauračných konceptov sú cateringové agentúry vo výhode: reagujú na objednávky pružnejšie a zvyčajne majú v zálohe viac vozidiel než reštaurácie. Aj austrálsky The Dropp je výsledkom cateringových služieb šéfkuchára Thomasa Johnsa, zakladateľa prémiovej cateringovej agentúry Dining Abode. Kým Dining Abode ponúka kompletné menu, The Dropp pozostáva len zo studenej kuchyne a menších chuťoviek, takže zákazníci sa už nesťažujú na znehodnotenú kvalitu jedla v dôsledku straty teploty pripraveného chodu. Výber zo šalátov, jednohubiek, predjedál a dezertov je vždy zabalený do ekologických obalov spolu s recyklovateľnými príbormi. Hoci The Dropp ponúka skôr bufetové posedenie, cena za objednávku sa začína na sume 900 \$. Lisabonský Kitch je špecifickým variantom cateringového startupu, ktorý vznikol so zámerom prinášať jedlá z vybraných reštaurácií zákazníkom portugalskej metropoly až k ich dverám. A to prostredníctvom ponuky najlepších kuchárov v okolí. Zákazníci si môžu objednať napríklad telací hamburger s foie gras a nakladanými červenými cibulkami šéfkuchárky Marlene Vieira. Cena jednej por-

cie je trinásť eur. Rok od svojho vzniku startup odkúpila za jeden milión dolárov jedna z najväčších investičných skupín v Portugalsku. Aj to svedčí o potenciáli tohto trhu. Selekcia v prémiových donáškách je charakteristická tým, že pozostáva len z niekoľkých podnikov, ktoré spadajú do profilu niche podniku pre náročného konzumenta. Pre londýnsky luxusný startup Supper, založený Petrom Georgiou, je misia priniesť zákazníkovi to najlepšie jedlo priamo domov taká zásadná, že na skútre nasadajú poslíčkovia vybavení špičkovou technológiou v zadnej časti vozidiel s čiernou lakovanou papierovou taškou plnou hotového menu. Po prepuknutí koronakrízy sa záujem o Supper výrazne zvýšil, o zapojenie do štruktúry prejavili záujem nielen reštaurácie a bary, ale aj obchodné domy. „Denne spracúvame približne 30 žiadostí od podnikov, ktoré sa k nám chcú pripojiť,“ vyzdvihuje pozitívnu zmenu v podnikaní Georgiou. Je patrične hrdý na to, ako sa mu podarilo so Supper odhadnúť benefity dodávky jedla v rámci náročného high-end zákazníka. „Myslím, že dôvodom prečo je o naše služby v porovnaní s konkurenciou záujem, je najmä to, že máme moderné japonské skútre so špičkovou technológiou na ohrev jedla a náš personál je riadne vyškolený a uniformova-

← Koncept The Supper zaviedli v Londýne už pred piatimi rokmi. No trakcie v jeho rozvoji boli spôsobené najmä tým, že zakladateľ musel v prvých rokoch prehovárať najlepšie londýnske reštaurácie, aby sa odvážili pripustiť výhodnosť donášky jedál k dverám zákazníkov. Dnes dosahuje Supper koncept hodnotu viac než 3 miliárd libier a ďalej sa zhodnocuje.
FOTO **The Supper London**

↓ Fermentované sashimi stojí v novootvorenej reštaurácii Okra viac ako 170 eur za porciu. Ešte donedávna bolo možné objednať si ho cez on-line platformu operujúcu na celom svete. Od marca sa príjem objednávok premiestnil výlučne na reštauračný WhatsApp.
FOTO **Cherry Li**



ný, čo prispieva k samotnému zážitku z jedla,“ nazdáva sa Georgiou.

VŠETKO PRIAMO ÚMERNÉ

Čím viac sa približujú exkluzívne koncepty k bežnému spotrebiteľovi, o to viac sa obidve strany rovnice prispôbujú jedna druhej. Zákazník je ochotný zaplatiť viac za lepšiu kvalitu bez toho, aby zapadal do profilu prominentného klienta. Reštaurácie sú zasa odhodlané dodávať prémiovú kvalitu na diaľku výmenou za viac objednávok. Síce na prvých pozíciách donášok ešte stále zotrávajú lacné hamburgery z reťazcov, zmeny v preferenciách sú neodvratiteľné. Čo si možno sľubovať od gourmet donášok sa vo svojej podstate neodlišuje od toho, čo očakávame od každej služby. Latka sa však nesporne posúva stále vyššie, v priamej úmere s cenou za lepší životný štandard.

JUNIPERUS

NAJSTARŠIA SLOVENSKÁ BOROVÍČKA

V NOVOM ŠATE

TEXT A FOTO Old Herold

OLD HEROLD rozvíja príbeh trenčianskych likérov už viac ako sto rokov. Borovička JUNIPERUS je symbolom bohatej tradície trenčianskych borovičkárov. Dvakrát pálený borievkový destilát z ručne zberaných plodov borievky, jemný lieh na rozvinutie chute a skúsení liehovarnícki majstri. Také jednoduché a stále výnimočné. Už viac ako sto rokov.

Pod siluetou majestátného hradu zdokonaľovali generácie liehovarníkov tradičnú výrobu ovocných destilátov a legendárnej borovičky. Najstaršiu slovenskú borovičku JUNIPERUS v Trenčíne vyrábali už v roku 1905. Kraj bohatý na borievky, zručnosť páleníčiarov a jedinečné výrobné postupy

boli v roku 1936 základom na pridelanie československej ochrannej známky. V roku 1967 získala trenčianska borovička JUNIPERUS medzinárodnú ochranu pôvodu registrovanú na Úrade pre patenty a vynálezy v Ženeve a od roku 2016 je slovná ochranná známka JUNIPERUS registrovaná pre celé územie EÚ.

STOROČNÁ TRADÍCIA V NOVOM DIZAJNE. Po rokoch sme oživilí hranatú fľašu so skosenými hranami a krátkym hrdlom. V novej verzii má ešte ostrejšie hrany a širšie ramená ako pôvodná. Pridali sme reliéf z bobúľ a ihličia borievok a hrdé logo na bočné steny skla. Nové logo JUNIPERUS na etikete je originálnym remixom viacerých historických verzií loga. Dopĺňajú ho informácie o pôvodnom roku výroby a číslo národnej a medzinárodnej registrácie v Ženeve.

OCHUTNAJTE BOROVÍČKU JUNIPERUS S HORCOM. Originálnu chuť JUNIPERUS sme doplnili o výluh koreňa horca. Pridávame ho v presne stanovenom pomere tak, aby chuť borovičky dominovala. Vedeli ste, že koreň horca sa tešil veľkej obľube už v minulosti? Tradiční ľudoví liečiteľia verili, že zlepšuje trávenie.

*Borovičku Juniperus vyrába
OLD HEROLD, s. r. o., Trenčín
www.oldherold.sk*



NÁŠ TIP NA MIEŠANÝ DRINK S BOROVÍČKOU JUNIPERUS „HERBAL FIZZ“

Ingrediencie
5 cl borovička Juniperus
1 cl bazový sirup
10 cl lemon bitter tonic
2/8 limetky
tymian

Postup
Borovičku Juniperus, bazový sirup a tonic nalejeme do pohára s ľadom, pridáme šťavu z limetky, zamiešame a ozdobíme vetvičkou tymianu a kúskom limetky.



V Strekovskej vinohradníckej oblasti sa tradícia pestovania viniča traduje až do 15. storočia. Na históriu pestovania viniča v tejto oblasti a na odkaz dôležitej poštovo-obchodnej cesty v súčasnosti nadväzuje vinárstvo VIA MAGNA. Vinárstvo produkuje vína malých šarží s označením VIA MAGNA určené pre HoReCa segment a privátnu klientelu. Vína označené VIA MAGNA sú zárukou kvality, ktorá odzrkadľuje región a jeho staré vinice. Vysokú kvalitu vín z VIA MAGNA dokazujú certifikáty, potvrdzujúce nízky obsah histamínu (max do 0,5 mg / l).

FILIZOFIA VINÁRSTVA
Filozofia vinárstva je založená na pestovaní kvalitného slovenského hrozna, z ktorého sa dajú vyrobiť skvelé vína. Svedčia o tom úspechy, ktoré s týmto hroznom

VIA MAGNA

VÍNA S PRÍBEHOM

TEXT A FOTO Via Magna

Názov vín VIA MAGNA je odvodený od kráľovsko-cisárskej obchodnej cesty, dlhej vyše tisíc kilometrov. Cesta viedla v šestnástom storočí cez celé Uhorsko a jednou z jej zastávok bol aj dnešný Strekovský vinohradnícky rajón, známy po stáročia pre mimoriadne priaznivé podmienky na pestovanie viniča.

dosahujú samotní majitelia, ktorí majú malé butikové vinárstva orientujúce sa na najvyššiu kvalitu vín. Vysoká kvalita hrozna z obce Rúbaň korešponduje s dosiahnutými úspechmi vín z produkcie Martina Pomfyho, ktoré v poslednom období potvrdili aj medzinárodní hodnotitelia vysokými bodovými hodnoteniami, rovnako ako aj skvelé úspechy Miroslava Fondrka na medzinárodných súťažiach vín ako sú Concours Mondial de Bruxelles a AWC Vienna.

PRAVDIVÉ VÍNO S NÍZKYM OBSAHOM HISTAMÍNU
Výroba vín VIA MAGNA prebieha moderným, šetrným spôsobom s dôrazom na vysokú kvalitu. Vína pochádzajú z hrozna vypestovaného výlučne vo vlastných vinohradoch, s ktorými zaobchádzajú veľmi šetrne. Proces výroby a kontrola hrozna je pod prísny dohľadom pivničných majstrov. Skladovanie vín prebieha vo vlastných klimatizovaných priestoroch, čím sú zaručené optimálne podmienky na

ich vyzrievanie. Vinárstvo dbá na životné prostredie. Svoje hovoria „cesta znamená život“. Názov vín je odvodený od „matky všetkých ciest“ a cesta vinárstva je jednoduchá – malá produkcia s dôrazom na kvalitu. Pred štyristo rokmi, keď na kráľovsko-cisárskej ceste Via Magna pulzoval život, by sa ne jeden šľachtic alebo obchodník určite zastavil vo vinárstve VIA MAGNA. Odrody, ktoré produkujú, by si isto našli svojich priaznivcov v celej monarchii.

Vína VIA MAGNA sú určené pre náročných milovníkov vína a vhodné sú aj pre ľudí s histamínovou intoleranciou.



Vína si môžete objednať v spoločnosti Best Wines Distribution, www.bwd.sk



A JE TO VENKU

NOVINKY

2020/2021

Orange Vision Plus

Skvělý v základu, nepřekonatelný
v rozsahu svých možností

Nová řada konvektomatů Retigo Orange Vision Plus přináší zcela nový standard, který kombinuje úžasnou jednoduchost ovládání díky 7" dotykovému displeji se systémem Vision Controls a skvělou výbavu v základní ceně včetně 99 programů. Široké možnosti volitelné konfigurace umožní poskládat zařízení na míru potřebám kuchyně. Nový Orange Vision Plus nabízí skvělý poměr cena / výkon a k tomu:

- + 7" dotykový displej s velmi rychlou odezvou
- + Jednoduché a intuitivní ovládání Vision Controls
- + Automatické mytí Active Cleaning
- + 99 programů již ve standardní výbavě
- + HACCP přímo na hlavní obrazovce
- + Rozhraní USB a Ethernet
- + Trojitě sklo pro minimální únik tepla
- + Zásuvy napříč pro větší bezpečí a lepší viditelnost
- + Minimum plastových dílů pro větší odolnost a spolehlivost



Retigo Black Edition

Pro odvážné, kteří chtějí
uspět tím, že jsou jiní

Retigo Black Edice, založená na modelu Blue Vision, je v prodeji a k dispozici těm, kteří potřebují něco super extra. Perfektní černý design konvektomatu vhodný do otevřených kuchyní a všude tam, kde je konvektomat na očích.

Tato edice jistojistě splní vaše vysoká očekávání týkající se nejen designu, ale i v samotné funkčnosti a kvality, která je vlastní konvektomátům Retigo Blue Vision.

Černá limitovaná edice je k dispozici pouze pro model Blue Vision ve velikostech 6 x 1/1 GN a 10 x 1/1 GN.



Pekařské pece DeliMaster

Dokonalé pečení a ještě
mnohem víc...

Vaše radost z toho, co děláte, lahodná vůně a chuť, úsměv spokojeného zákazníka, nezbytná konkurenční výhoda, vyšší tržby, úspora nákladů a perfektní doprovodné služby.

To je Deli MASTER!

Jemné, křupavé, sladké i slané pečivo, voňavé a šťavnaté různé druhy mas, do zlatova připravené pekařské výrobky, ale také neuvěřitelné základy pro obložené bagety, toasty, burgery, či vynikající teplá zelenina a mnoho dalších delikates.

Za tím vším stojící multifunkční zařízení, vyrobené profesionály s několikaletou zkušeností s vývojem a výrobou parních konvektomatů a profesionálních pecí té nejvyšší kvality.



Grazingové stoly sú ukážkou toho najlepšieho, čo chcete ponúknuť hosťom. Ak sa rozhodnete aranžovať kompozíciu svojpomocne, dbajte na zónovanie jedál. Niektoré aromatické pochutiny môžu neľahotivo ovplyvniť chuť a vôňu iných, ktoré s nimi „susedia“.

FOTO Marcus Wallis

VEL'KÉ HODY

TEXT Ján Krajč v spolupráci s Terezou Kližanovou

Čerstvé figy na bukovom dreve s vetvičkami rozmarínu, susediace s delikátnymi plátkami parmskej šunky a orosenými bobuľami stolového hrozna. Pôžitkárske hostiny, na ktorých sa stoly prehýbajú pod ťarchou jedla, sú svedectvami našej histórie, kultúry, ale aj dnešnej podoby stravovania.

O bživa bola odjakživa istým stupňom luxusu. Jedlom si primitívne kmene i národy uctievali božstvá a panovníci ním získavali rešpekt. Preto výber pochutín, ktoré počas slávností končili na stoloch, nebol náhodný. Napriek tomu, že dnes už jedlom bohov neuctievame, jedlo zostáva emblémom spoločenskej dôstojnosti, ba aj ekonomickej vyspelosti. No akokoľvek nemožno tvrdiť, že hodovanie je najnovším trendom, jeho aktuálna podoba je azda najbližšie k tomu, čo sa zachovalo na nespočetných malbách umelcov. Grazing ako ideál pôžitkárstva: priehŕstia jedál, prepracované kompozície s veľkolepou farebnou paletou a tým najlepším, čím chcete pohostiť svojich hostí.

O SLÁVNOSTI A HOSTOCH

Grazing možno zároveň vnímať ako pokračovanie rituálneho stolovania nachádzajúceho opodstatnenie pri vhodnej príležitosti. Preto s vysokou pravdepodobnosťou uvidíte grazingové stoly najmä na firemných akciách alebo vnútri záhradných stanov počas svadobných osláv. Také stoly sa začínajú objavovať aj na slovenských svadbách, i keď

zatiaľ veľmi zriedka. Osobne si myslím, že práve dobré jedlo je jedným z faktorov, ktoré ľudí na svadbách spája a grazingové stolovanie je toho príkladom. Je to úžasný spôsob ako spojiť ľudí a potešiť svadobných hostí,“ opisuje situáciu v cateringu Tereza Kližanová. Dodáva, že aj v prípade svadieb možno hovoriť o určitej kategórii svadobčanov inklinujúcich k takému typu pohostenia: „Musím povedať, že tento trend skôr prevláda na medzinárodných svadbách, kde je jeden z partnerov cudzincom; my Slováci sme zatiaľ ešte stále dosť konzervatívni a radšej si volíme overenú klasiku než niečo, čo až tak veľmi nepoznáme.“

ORGANIZOVANÝ CHAOS

Skladba pochutín a delikates však musí mať svoje pravidlá, a tak sa dá hovoriť nielen o vizuálnej prezentácii, ale aj o selekcii závislej od vkusu zákazníkov, nárokov hostí, no aj od témy oslavy. Kým však prejdeme k zákonitostiam aranžovania grazingového stola, pristavme sa pri pôvode grazing trendu. Prvý raz sa o ňom začalo písať len pred tromi rokmi. Grazing sa vtedy stal preferovanou voľbou svadobčanov a vďaka Instagramu a Pinterestu sa o konceptuálne pripravených stoloch s pohostením dozve-

del aj zvyšok sveta. Nebude teda prekvapením, že práve austrálske a oceánske médiá sa problematikou grazingu začali zaoberať ako prvé a zároveň kládli dôraz nielen na estetiku stolovania, ale aj na možné úskalia súvisiace s týmto štýlom servírovania jedla. Ako vo svojom príspevku z roku 2019 priznáva Novozélandanka Lucy Zee, nečakala, že po tom, čo vytvorila v roku 2015 prvý grazing pre priateľov inšpirovaný spomienkami na stravovanie na Filipínach, mohol by sa z jej nápadu vyvinúť taký obrovský fenomén. Zee dnes kritizuje ľahkovážnosť podávania pochutín, ktoré sú často poukladané v nezlučiteľných kombináciách; teplé chody vedľa studených, aromatické vedľa tukových a šťavnaté paradajky vedľa vlhkých syrov. „Akoby v grazingu neexistovali nijaké pravidlá, no pritom by naozaj existovať mali,“ rozhorčuje sa Zee.

PASTVA PRE MOBIL

Aby pohľad na plné stoly vyzeral lákavo vyžaduje si to niekoľko hodín prípravy. Ako to už v dizajne stolovania býva, aj pri grazingu treba stanoviť základný motív pri výbere potravín podávaných počas hostiny. Hoci by sa mohlo zdať, že grazingové stoly sú len iným pomenovaním pre bufetové

→ Farebnosť nestačí. Akúkoľvek tému grazingového stola zvolíte, všetky kúsky by mali byť ľahko dostupné, bez ohľadu na to, z ktorej strany sa k stolu hostia postavajú. FOTO **Siami Tan**

stoly, nie je to celkom tak. Potvrdzujú to aj slová jednej z majiteliek cateringovej agentúry, Terezy Kližanovej: „Grazingový stôl sa líši od klasického bufetového stola najmä vizuálnou prezentáciou. Je to skladba pochutín a delikates naaranžovaných do rôznych tvarov a farebných línií. A je to aj sviatok – nielen pre chuťové poháriky, ale najmä pre oči.“ Zatiaľ čo na začiatku bol grazing predovšetkým výsledkom precíznej aranžovanej tabule, ktorá pozostávala zo vzájomne prepojených častí s jedlom a kvetinami, trend sa postupne vďaka svojej popularite dostal do nového štádia a namiesto grazingových stolov sa začali na sociálnych sieťach objavovať zábery na preplnené podnosy a tanieri. Stále dostatočne pestré na to, aby pohostili aspoň dve osoby, no už v rozmeroch o niečo menších, ktoré by umožnili zachytiť ich smartfónmi. Princíp tvorby sa napriek tomu nezmenil.

“GRAZINGOVÝ STÔL JE SVIAHKOM NIELEN PRE CHUŤOVÉ POHÁRIKY, ALE NAJMÄ PRE OČI.”

KAŽDÝ MÁ Z TOHO NIEČO
Grazing by mal byť pre každého; frutariánov, flexitariánov, vegánov, diabetikov, deti... asi je už zrejmé, čo tým myslíme. Aby bolo možné vyhovieť nárokom každého z hostí je zónovanie stola nevyhnutné. V prípade, že je grazingový stôl rozložený v jednej rovine, zóny treba nielen prepojiť, ale dokonca ich aj duplikovať – vždy v inom obklopení. Ak napríklad rozložíte studený bufet, myslíte na to, že zeleni-



Kedže grazingové stoly nemajú striktné členenie v podobe samostatných podnosov, ako to býva pri švédskych stoloch, spôsobov, akými oddeliť jednotlivé zóny, je viac. Azda najviac pôsobivou technikou je ukladanie jedla na rozličné etáže pomocou rôznych, tematicky vhodných rekvizít, debien, prevrátených mís, sklených zvonov, drôtených košov a iných pomôcok. Grazingové stoly by mali byť umeleckým dielom. Mali by navodzovať pocit elegancie a vytvoriť takzvaný “wow” efekt, sumarizuje Tereza Kližanová zmysel takto navrhnutého stolovania. Prípadné medzery medzi navrhnutými časťami je možné vyplniť drobnými pochutinami, ako sú praclíky či sušené ovocie. V Austrálii, kde tento trend nadobudol nepredstaviteľné

→ Vývoj grazingu je citeľný na prechode od komplikovaných tabulí s pohostením k bohato naplneným podnosom v štýle tapas. Menšia veľkosť pohostenia, vyhovujúca záberu objektívov na smartfónoch, sa stala novým vizuálnym trendom. FOTO **Luisa Brimble**

↓ Grazing má svojich zástancov aj odporcov. Dôvodom je neistá garancia bezchybnosti jedla, ktoré po niekoľkých hodinách stratí svoj pôvodný vzhľad. Druhým najčastejším dôvodom, pre ktorý niektorí odmietajú grazingový štýl stolovania, je nelogické usporiadanie jedál, ktoré sa môžu ľahko znehodnotiť. FOTO **Tye Doring**



rozmary, sa v dôsledku grazingu začal dokonca zviechať aj trh s produkciou sušeného ovocia. Dôvod – nemenná trvanlivosť produktov na niekoľkohodinových hostinách a o to väčší dopyt po ovocí v grazingových balíčkoch distribuovaných po celej krajine. Paradoxne, kým záujem o sušené ovocie stúpol, jeho produkcia medzitým v krajine poklesla, a to najmä pre dlhodobú sériu prírodných katastrof, ktoré poznačili tamojšie poľnohospodárstvo.

SPÁSA!

Po tom, čo v gastropriemysle vplyvom koronakrízy nastala zmena, aj grazing sa presunul z banketov do domácností. V menšom a za dostupnejšie ceny. Začiatkom roka 2020 sa už grazing zmenšuje do úspornejších obložených raňajkových chodov, palacinkových zostáv či dokonca cheat days tanierov so sladkosťami a ovocím, ktoré symbolizujú hedonistické požívanie jedla počas bezstarostných dní, keď si nemusíme strážiť hmotnosť. „Viac než kedykoľvek predtým, potrebovali ľudia venovať čas sebe a tešiť sa, čo priniesie budúcnosť“, približuje v rozhovore pre britský portál The Press and Journal zakladateľka škótskej grazingovej služby Platter, Ashleigh Forbes. Ponúkať grazingové boxy začala v krajine ako jedna z prvých. V jednotne vyzerajúcich škatuliach dodáva zákazníkom na severe

→ Odvážnejšie grazingové koncepty ponúkajú donášku hotových boxov s rozličným zložením. Grazing sa tak postupne stáva súčasťou trhu s donáškovým jedlom a rýchlym občerstvením.
FOTO **Grazing Tables Melbourne**

↓ Pôvod moderného grazingu možno hľadať v tradičnom type filipínskych hostín - budol. Takzvaný „kamayan“ štýl stravovania bol inšpiráciou aj pre prvé austrálske cateringy, ktoré žiadané grazingové stoly zaradili do ponuky služieb.
FOTO **Avel Chuklanov**



Škótska originálne sety s jedlom. Spolu s ním azda aj spomienky a predstavy. Forbes si uvedomuje, že konkurencia je súčasťou každého podnikania, a to aj toho, ktoré na prvý pohľad priamu konkurenciu mať nemusí. „Aby sme zostali odlišní, a ako koncept jedineční, ponúkame zákazníkom nápadité piknikové sety s témou španielskeho posedenia či champagne brunch box, no náš antipasti box je aj naďalej tým, čo si zákazníci žiadajú najčastejšie,“ dodáva. Lenže Platter nefunguje v uzavretom koncepte bufetového menu a snackov, práve naopak; nadväzuje spoluprácu s vhod-

nými partnermi. Napríklad vďaka spojeniu s Tippling House môže byť ľubovoľný set obohatený o nealkoholické nápoje a hotové miešané drinky. Zoznam partnerstiev sa však pri Tippling House len začína. Platter počas koronakrízy získal nových spolupracovníkov a exkluzívnych lokálnych dodávateľov čerstvého pečiva, mliekarov či cukrárov. Forbes tak ako jedna z mála značiek využila možnosti vlastného produktu a nielenže počas najnáročnejšieho obdobia našla medzeru na trhu, ale podarilo sa jej dostať na vlnu úspechu viacero iných podnikov, ktoré sa k zákazníkom

dostali v podobe hotových piknikových či raňajkových boxov.

KÚSOK SKLADAČKY

Hoci sa austrálska foodies scéna považuje za pôvodcu trendu, grazing v niektorých kultúrach patrí k prirodzeným spoločenským rituálom. Komunálne stravovanie pozostávajúce z rozličných menších chodov a chuťoviek, má vo svete rozličné pomenovania – nsima v Malawi, etiópka gurša, botanas pre Mexiko a latinx komunity v Spojených štátoch amerických, balkánske meze a nakoniec – smörgåsbord, u nás známy ako švédsky stôl. Filipínske budol hody v štýle kamayan boli dokonca priamou inšpiráciou na vytvorenie vizuálneho štýlu austrálskeho grazingu. Ten navyše signalizuje významnejší makrotrend, ako by sa mohlo na prvý pohľad zdať. Podľa vedcov Oxfordskej univerzity sa spoločné stravovanie zasluguje o zlepšenie nálady a pocit plnohodnotného života. Rovnako i rast lokálnych trhov s prítomnosťou množstva lokálnych kuchýň svedčí o tom, že globálny gastronomický trh je svedkom spoločenského stravovania, kde je zdieľanie jedla s inými častou formou interakcie vedúcej k nadväzovaniu nových väzieb. To, čo sa môže javiť ako cateringový trend, je totiž v skutočnosti len dielikom zapadajúcim do kultúrnej schémy nášho novodobého spôsobu stravovania.



TEN ŠÉFKUCHAŘ JE ŽENA!

TEXT Blanka Datinská, jidloaradost.cz FOTO AdobeStock

Ženy jsou hospodyňky a muži experti, ženy varí srdcem a muži hlavou, ženy špatně ovládají emoce, kdežto muži používají selský rozum. Společnost se mění, v profi kuchyních však stále panuje mužská nadvláda. Jaké stereotypy blokují ženám vstup do světa gastronomie?

Nemusíme se ptát, zda mohou být ženy dobrými šéfkuchařkami. Stačí si projít seznam Pellegrina – Dominique Crenn, Nancy Silverton, Elena Arzak, Ana Roš a spousta dalších dokázaly, že schopnosti a pohlaví spolu nesouvisí. Otázkou však zůstává, jak často ženy dosáhnou na status šéfa. Ženská autorita totiž často zůstává uzavřená mezi čtyřmi stěnami domácí kuchyně. Šéfkuchařky se tak musí poprat nejen s těžkou prací, ale především s nároky rodiny a s nepříjemnými stereotypy.

Šéfkuchařky stále vnímáme spíš jako výjimky – vždyť i náš jazyk se teprve učí pojmenovávat nové pozice žen ve světě práce. „Symbolické systémy a jazyk mají velký vliv na společnost. Pro některá povolání máme výrazy jen v mužském rodě – když se řekne kuchařka, vybavíme si spíše knihu, ženu v domácnosti nebo ve školní jídelně,“ upozorňuje socioložka docentka Iva Šmídová.

MOHOU ZA TO MÉDIA?

Šéfkuchařka Alexandra Guarnaschelli prohlásila, že média se o ženy na téhle pozici zajímají jen proto, že vybočují z normy, zatímco o šéfkuchařích se píše kvůli jejich umění a talentu. Iva Šmídová k tomu říká: „Máme tendenci dělit svět na mužský a ženský. Některé role ženy vnímáme jako přirozené, přitom sociologie dnes jasně ukazuje, že jde o důsledek historického a společenského vývoje.“ Příklad? „Když doma varí žena, bereme to jako samozřejmost, zatímco když se k plotně postaví muž, obdivujeme ho. Podívejte se na reklamy – muž je prezentovaný jako expert a žena jako hospodyňka.“

Přestože se i gastronomie, stejně jako jiné obory, postupně feminizuje, představy o ženě v rondonu ještě úplně nedoběhly naši dobu. Známé kuchařky proto většinou raději nestojí v profesionální kuchyni, ale natáčeji televizní pořady, sepisují domácí recepty a tvoří



food blogy, zatímco muži otvírají nové podniky, sbírají michelin-
ské hvězdy a udávají trendy. Média chválí šéfkuchaře za perfektní
techniky a inovace, zatímco šéfkuchařky získávají uznání hlavně za
dřinu a to, jak ji dokážou skloubit s rodinným životem.

BUĎ KUCHARKA, NEBO MATKA
Dřív ženy udržovaly oheň, později si stouply k plotně. Nevaří na ní
však degustační menu, ale jídlo pro manžela a děti. I šéfkuchařky,
stejně jako jiné ženy ve vedoucích pozicích, se logicky dostávají do
konfliktu mezi rodinou a prací. Jednak je to věčný souboj s časem,
jednak má společnost tendenci posuzovat úspěch ženy podle to-
ho, jak zvládla roli matky. To je pro šéfkuchařku složité – na jejich
bedrech leží péče o rodinu i o restauraci.

Stěžejní je tedy rozhodnutí a podpora blízkých. „Nebylo to jed-
noduché. Když jsem musela kojit, měla jsem miminko v kuchyni
a občas mi ho pohlídali i hosté,“ vzpomínala Ana Roš na pražském
Culinary Symposiu.

ŽENY KRMÍ, MUŽI SOUTĚŽÍ
Jedním z důvodů, proč v profesionálních kuchyních převládají mu-
ži, je soutěživost. Tedy spíš (mužské) ego, které se rádo povyšuje
nad ostatní a těžko se vyrovnává s rolí podřízeného, natož když má
poslouchat rozkazy ženy.

„Kluci jsou obecně víc soutěživí a často vaří proto, aby se vyšplha-
li mezi nejlepší, zatímco holky mají potřebu krmit lidi. Já jsem ta-
ky vyměnila práva za rondon, protože mě baví dělat lidi šťastnými,“
říká kreativní šéfkuchařka Ambiente Jana Bilíková. Šéfkuchařky
obvykle nevaří pro slávu, toho se však drží i mnozí šéfkuchaři.
Mistrem a mistrýní se totiž stávají ti, kteří se nesrovnávají a nevaří
proto, aby to ostatním natřeli, ale aby zlepšili svět okolo sebe.

ROZDÍL NA TALÍŘI
Genderovou optikou se díváme taky na talíře, i když si to leckdy
ani neuvědomujeme. Jídla šéfkuchařů bývají popisována jako chu-

ťově výrazná, intenzivní a odvážná, pokrmy od šéfkuchařek spíš ja-
ko tradiční, domácí, utěšující a připravená s láskou. Přitom každý
šéfkuchař a každá šéfkuchařka má svůj individuální styl. Tvrzení,
že mají ženy větší cit pro detail a že jejich práci řídí emoce a hor-
mony, je stejný nesmysl jako názor, že jsou všichni kuchaři agre-
sivní, přesní a racionální. „Skutečná profesionalita vychází zevnitř
a překračuje práh restaurace. Ti nejlepší vytvářejí na talíři něco, co
má přesah – třeba i do celého světa,“ zdůrazňuje Jana.

ZŮSTAT ŽENOU
Spousta kuchařek odkládá ženskost v šatně. „Když chce žena vstoupit
do profesního světa šéfkuchařů, vzdává se tak části své genderové iden-
tity a ženství, aby ukázala jen svou profesionální tvář. Přijímá veřejný
mužský svět a musí hrát podle jeho pravidel,“ tvrdí Iva Šmídová.

A přitom právě ženskost vnáší do kuchyně řád, empatii, organizo-
vanost a jemnost, ale také harmonii a jiný pohled na věc – benefity,
které mohou celý tým (a samozřejmě i výsledek) jedinečně obohatit.
„Někdy si ten tlak vytváříme samy a zakazujeme si ukázat emoce
nebo poprosit o pomoc, protože se chceme klukům vyrovnat a pře-
svědčit je, že to dáme, i když se to po nás vůbec nevyžaduje,“ upo-
zornňuje Jana.

Práce v kuchyni není pro princezny, ale i tady je důležité zůstat sa-
ma sebou. Samotní kuchaři potvrzují, že když je žena příliš hru-
bá a drsná, připadá jim směšná a paradoxně u nich ztrácí respekt.
Podle některých by si měla šéfkuchařka zachovat ženskost a sehrát
spíš roli starší sestry anebo matky, to jsou totiž dvě důležité autori-
ty v životě každého muže.

Cestu do mužského týmu urychlí pokora a nadhled. Kolektiv ob-
vykle dobře přijme ženy, které potichu ukážou své schopnosti, ne-
berou si všechno osobně a zároveň od začátku nastaví hranice. Ty
by neměly narušit ani stereotypy, ani nevinné vtípky.

ROVNÝM DÍLEM
Gastronomii už dávno nejde jen o nakrmení těla, ale taky o na-
sycení duše, a potřeba nejsou jen silné paže, ale především silné
osobnosti. Úspěšné restaurace neřeší, jestli vede kuchyni muž ne-
bo žena, a většina kuchařů se shoduje na tom, že je pro ně důleži-
tější charakter než pohlaví. Rondon se tak stává uniformou, která
sjednocuje, hlásá rovnost a dává příležitost se prosadit.

Ženy se v posledních letech nebojí přihlásit o kuchařské slovo
a svoji sílu i vize šíří ve formě organizací a sympozií jako například
WCR (Women Chefs & Restaurateurs) Parabere Forum. Kromě
skvělých konceptů a dobrého jídla vnášejí do gastronomie extra
porci lásky, harmonie a sdílení.

***Rada na závěr – pro ni i pro něj:**
Nezapomeňte, kdo jste, a respektujte, kdo jsou ostatní!*



LadyChef sa usiluje predovšetkým predstaviť a poukázat na úlohu, ktorú šéf-
kuchárky zohrávajú v TOP gastronómii a súčasne predstaviť popredné sveto-
vé šéfkuchárky slovenskému - dynamicky sa rozrastajúcemu - gastronomic-
kému publiku. Ide aj o povzbudenie mladých kuchárokov na zmenu tradičného
myslenia – ženy šéfkuchárky nemusia končiť len v bufetoch, závodných a škol-
ských jedálňach, ale majú svoje miesto aj v najvyššej gastronómii. Sekundárne
projekt LadyChef predstavuje a približuje Slovákom zážitkovú gastronómiu -
fine dining a jeho dámskym predstaviteľkám Slovensko.

Pravdou je, že v špičkovej svetovej gastronómii nie je veľa žien - šéfkuchá-
rok, sú však úspešné. Napríklad aktuálne z desiatich talianskych trojhviez-
dičkových reštaurácií dvom šéfuju ženy. Taktiež dvom z dvanástich španiel-
skych trojhviezdičkových michelinských reštaurácií vládnu ženy. Počet žien
v špičkovej gastronómii zaznamenáva výrazný vzostup naprieč všetkými
kontinentmi a Slovensko by nemalo chýbať.

LadyChef sa realizuje na historickom námestí v mestskej časti Popradu -
Spišskej Soboty. Hostiteľka **Zuzana Sisáková** - jediná žena v Top 10 reštau-
rácií Slovenska a vo výbere Top 20 šéfkuchárov Slovenska najrešpektovanej-
šieho i najstaršieho hodnotenia reštaurácií Trend Top reštaurácie Slovenska
– privíta štvrtročne predstaviteľku medzinárodnej kuchárskej elity. S hosťujú-
cou šéfkuchárkou pripraví sezónne (jarné, letné, jesenné, zimné) spoločné
menu „štyroch rúk“.

V septembri 2018 projekt premenila v realitu jediná žena ocenená miche-
linskou hviezdou vo východnej Európe podľa Michelin Guide 2018. Zuzana
Sisáková privítala šéfkuchárku budapeštianskej michelinskej reštaurácie
Costes **Eszter Palágyi**, ktorá je vrcholnou predstaviteľkou maďarskej inova-
tívnej kuchyne spájajúcej tradičné maďarské chute a suroviny s francúzskou
technológiou prípravy.

V novembri bola hosťom Zuzany Sisákovy prvá žena v bývalej východnej
Európe, ktorá získala michelinskú hviezdu. **Szabina Szulló**, dnes šéfkuchár-
ka novootvorenej reštaurácie Stand, získala medzinárodný rešpekt i uznanie
počas svojho pôsobenia v reštaurácii Onyx v Budapešti, ktorá v roku 2018
ako prvá v celom bývalom východoeurópskom bloku získala druhú miche-
linskú hviezdu.

// ZAUJALO NÁS //

Projekt LadyChef dokazuje, že ženy majú svoje miesto i v najvyššej gastronómii

V marci 2019 privítal Poprad tretiu LadyChef, dámsku kuchársku hviezdu
svetového formátu - **Anu Roš** (na fotografii Richarda Gerényiho druhá zľa-
va), pôsobiacu v reštaurácii Hiša Franko v malom horskom Kobaride, ktorá
sa v roku 2018 umiestnila na 48. a o rok neskôr na 36. mieste najrešpektova-
nejšieho rebríčka reštaurácií sveta The World's 50 Best Restaurant. Prvé vy-
danie bedekra Michelin pre Slovinsko v roku 2020 ocenilo reštauráciu Hiša
Franko a jej šéfkuchárku Anu hneď dvomi hviezdami.

V novembri 2019 predstavila menu indickej klasiky oblasti Pandžábu v pora-
dí štvrtá LadyChef - Britka indického pôvodu **Romy Gill**. Jedna z najvýraznej-
ších postáv gastronomických televíznych i rozhlasových relácií BBC bola po
19. rokoch pôsobenia vo Veľkej Británii ocenená Rádom Britského Impéria
MBE za prínos v oblasti pohostinstva a cestovného ruchu.

Nový formát dvoch večerov s menším počtom hostí si vyžiadalo technic-
ky mimoriadne prepracované náročné menu v poradí piatej LadyChef. **Julia
Komp** - najmladšia šéfkuchárka ocenená michelinskou hviezdou v dejinách
nemeckej gastronómie – predstavila v januári 2020 menu plné exotických
chutí, ktoré čerpala z gurmánskej cesty okolo sveta v roku 2019, počas kto-
rej navštívila tridsať krajín na všetkých kontinentoch.

Na máj plánovaná návšteva v poradí šiestej LadyChef **Lei Linster** – prvej
a doposiaľ jedinej víťazky najslávnejšej i najrešpektovanejšej kuchárskej sú-
ťaže sveta Bocuse d'Or je aktuálne preložená. Reštauráciu najznámejšej ne-
mecky hovoriacej televíznej šéfkuchárky a autorky desiatich kuchárskych
kníh už 34 rokov kontinuálne zdobí michelinská hviezda.

Preložený je aj na september plánovaný termín v poradí siedmej LadyChef.
Cristina Bowerman, jediná šéfkuchárka s michelinskou hviezdou v Ríme, je
pravdepodobne najviditeľnejšou i najaktívnejšou dámskou šéfkuchárkou na
talianskej gastronomickej scéne.

„V roku 2021 do Popradu – ak to okolnosti dovoľia - zavítajú šéfkuchárky už aj zo
záhoria. Známe šéfkuchárky zo severnej a južnej Ameriky ponuku prijali a v sú-
časnosti sa spresňujú podmienky spolupráce. Gurmáni sa môžu tešiť aj na dve
michelinské hviezdy a na predstaviteľku absolútnej svetovej ženskej kuchárskej
špičky,“ povedal Peter Sisák, spoluautor projektu.

PRIPRAVILA **Alena Reháková**



FOTO Richard Gerényi

ASI TO TAK CHCEL OSUD

Aká bola vaša cesta na pozíciu úspešnej šéfkuchárky? Čo vás priviedlo ku gastronómii?

Hoci som absolventkou Hotelovej akadémie v Kežmarku, nikdy som si nemyslela, že budem šéfkuchárkou. Stala som sa ňou, lebo asi to tak chcel osud. S manželom máme jeden z najstarších slovenských cateringov. Keď som končila materskú, začali narastať problémy s externými šéfkuchármi. Ich požiadavky sa stávali nereálnymi, a tak som sa v jednej kritickej situácii rozhodla, že to urobím. Výsledok i ohlasy som ani zďaleka neočakávala. Postupne ma okolnosti priviedli i k vareniu v našej pôvodne vinárni, ktorú život postupne pretransformoval do reštaurácie zážitkovej gastronómie.

Ako by ste charakterizovali ponuku reštaurácie, ktorú vediete?

Mojim krédom je: „Tradičná chuť v modernom podaní“ a „V jednoduchosti je chuť“. Usilujem sa o moderné poňatie tradičných chutí z regionál-

ných a lokálnych sezónnych surovín. Základom je naše degustačné menu ôsmich chutí pozostávajúce z piatich menších jedál a troch amuse bouche.

Kde sa inšpirujete, kto je vaším vzorom?

Veľkou inšpiráciou je kuchyňa môjho detstva. Moja mamička i stará mama boli výborné kuchárky. Jedlo a jedenie znamenalo pre nás viac ako len jedenie. Stretala sa pri ňom celá rodina, a tak je to dodnes. Na začiatku ma veľmi ovplyvnil, a myslím si aj poznačil svojou jednoduchosťou a chuťovou priamočiarosťou Thomas Keller, opakovane najlepší šéfkuchár USA s dvomi trojhviezdičkovými reštauráciami. Obrovskou inšpiráciou je spolupráca s hosťujúcimi LadyChef. Priznám sa, vždy mám veľký rešpekt keď hostím a trávim čas v kuchyni s oceňovanými i michelinskými kolegynami.

Profesionálna kuchyňa – to je teplo, stres, vypätie, emócie, občas i krik a tvrdé slová.



Zuzana Sisáková,
Víno & Tapas,
Poprad -
Spišská
Sobota

„V jednoduchosti je chuť“.



Tak to aspoň tvrdia muži – šéfkuchári. Čo si o tom myslíte vy, ako to zvládáte?

Podmienky v kuchyni, z pohľadu fyzickej náročnosti, patria skôr do kategórie „banských“ prác. Atmosféru v kuchyni však určuje i vytvára šéfkuchár. U nás obvykle koncertuje Andre Rieu, ktorého hudbu mám veľmi rada. Zodpovednou prípravou sa usilujeme minimalizovať v kuchyni obvykle prítomný stres, zväčša časový. V „dámskej“ kuchyni má vládnuť dámska – galantná atmosféra. Inšpiruje ma dvojhviezdičková michelinská šéfkuchárka Emma Bengtsson, ktorá vošla do dejín gastronómie presadzovaním dôstojnej a príjemnej atmosféry v kuchyni. Vo svojej reštaurácii Aquavit, priamo v centre newyorského Manhattanu, nedáva priestor v amerických kuchyniach zvyčajnému kriku i slovníku. Súhlasím s Emmou – s ktorou sme v rokovaní o jej participácii na projekte LadyChef – krik, nadávky a hrubé slová prácu nezjednodušia, ale atmosféru pokazia.

PRIPRAVILA Alena Reháková

S LÁSKOU K JÍDLU



Věta Bajčanová,
Restaurace
Bílá kráva,
Praha

„Objevení nového jídla znamená pro lidstvo víc než objevení nové hvězdy.“

Jaká byla Vaše cesta na pozici úspěšné šéfkuchařky? Co Vás přivedlo ke gastronomii?

Dětství jsem strávila na vesnici v rodině, kde jsem pomáhala babičce s hospodářstvím. Několikrát do roka byla zabijačka, vykrmovaly se husy, pracovala jsem i na poli. Od malička jsem se motala kolem hrnců, a dokonce na to mám nezapomenutelnou vzpomínku v podobě jízvy, když jsem na sebe ve třech letech vylila zabijačkovou polévku, ale neodradilo mě to.

Po skončení střední školy jsme se s kamarádkou vydaly na zkušenou do Prahy. Moje první pracovní zkušenost bylo grilování hamburgerů na „Václaváku“. Později jsem začala pracovat jako servírka a díky tomu jsem zjistila můj budoucí životní směr. Změnou bylo, když jsme si s mým mužem otevřeli restauraci. To jsem spadla po hlavě do úplně nové role. Řešila jsem vše od najímání uklízečky po kalkulace a uskladnění jídel. Když jednou na delší dobu onemocněl šéfkuchař, začala jsem také vařit po svém a restaurace se zaplnila. Nával práce byl, ale na naše manželství asi příliš. Když jsem pak dostala nabídku práce od kamaráda, majitele restaurace Bílá kráva, která je typická pro svou atmosféru francouzského venkova a zaměřením na hovězí, neváhala jsem a přijala jsem ji. Bylo to už před deseti lety a bylo to náročné, vyměnila jsem celý personál, většina toho nového s námi zůstala dodnes.

Vždy jsem sledovala nové trendy v gastronomii a vzdělávala se i prostřednictvím různých kuchařských kurzů známých kuchařů, jako je pan Pohlreich, Dalibor Navrátil..., nebo při gastro show michelinských kuchařů. V podstatě je to jednoduché a zároveň složité: za dobrým jídlem jsou kvalit-



FOTO Luděk Hudec

ní suroviny a poctivě zpracování. U nás v Bílé krávě například demi-glace nebo vývar, který je základem všech skvělých omáček, táhneme tři dny. Důležité je nebát se objevovat nové kombinace surovin a chutí.

Jak byste charakterizovala nabídku restaurace, kterou vedete?

Bílá kráva je typově francouzskou venkovskou restaurací, která je umístěna v srdci pražských Vinohrad. Zajímavé je, že Bílá kráva za celou dobu své více jak dvacetileté existence nezměnila svůj hlavní směr. Menu je inspirované francouzskou venkovskou kuchyní a podává se tady skvělé hovězí maso plemene Charolaise od českých farmářů. Podstatné je, že je vždy z mladých býků a je správně vyzrálé. Na tabuli u vchodu do restaurace si každý může přečíst stáří a váhu býka, dobu zrání, a i jeho identifikační číslo. Další specialitou je jehněčí z naší vlastní farmy v Myštěvsi.

Kromě toho je s restaurací spojena i Palírna Radlák, jejíž destiláty byly oceněny na různých soutěžích u nás i v zahraničí. My rádi říkáme, že u nás „Víte, co jíte“ a „Víte, co pijete“. Všechny naše pokrmy připravujeme s láskou a šetrností k naší planetě. Kladu velký důraz na čistotu, jednoduchost a neplýtvání. Snažím se zařazovat jídla a přílohy podle počasí a sezóny. Mám ráda zajímavé kombinace. Ukazuje se, že lidé mají zájem ochutnávat a poznávat nové kombinace a zajímavé suroviny. Kromě steaků máme na menu i dlouhé a pomalu připravované části hovězího masa. Oblíbené je například hovězí po burgundsku, Boef Bourguignon.



Kde se inspiřujete, kdo je Vaším vzorem?

Mojí inspirací je příroda, suroviny, a hlavně cesty do Asie, Indie, na Srí Lanku, do Vietnamu, ale zejména do Španělska. Myslím, že španělská gastronomie je vždy kousek napřed.

Profesionální kuchyň – to je teplo, stres, vypětí, emoce, někdy i křik a tvrdá slova. Tak to alespoň říkají muži – šéfkuchaři. Co si o tom myslíte Vy, jak to zvládáte?

Máte pravdu, že nejhorší v kuchyni je teplo a stres. Ten je hlavně proto, že lidé chodí v podstatě ve stejnou dobu. V poledne a večer se v jeden okamžik restaurace prostě naplní. Kuchař má objednávkou třeba padesát jídel a musí si s tím umět poradit. V tu chvíli je velice důležitá dobrá organizace a každodenní příprava. To každý kuchař nezvládá. Práce v kuchyni není lehká, ale stále mě nutí učit se nové věci, poznávat nové lidi, pracovat v týmu, vážit si našich hostů a těšit se na každý nový den.



AJ NA SLOVENSKU SA DÁ ROBIŤ GASTRONÓMIA INAK

„Nedostala som sa tam vďaka tomu, že by som po tom túžila alebo v to dúfala, ale vďaka tomu, že som pracovala.“

Estée Lauder

PRIPRAVILA Alena Reháková



FOTO Silvia Kajanovičová



Eva Polomská,
SOTTO Ristorante Italiano,
Spišská Nová Ves

Aká bola vaša cesta na pozíciu úspešnej šéfkuchárky? Čo vás priviedlo ku gastronómii?

Aj napriek tomu, že gastronómia nikdy nebola mojím snom, získala si moje srdce vďaka talianskemu šéfkuchárovi, ktorý u nás varil a dal mi dobrú školu. Cesta na moju pozíciu ma stála veľa odriekania a veľa hodín strávených v práci, na nič iné som nemala čas a stál za ňou určitý vyvoj. Začiatky boli ťažké, bola to pre mňa „španielska dedina“, ale čím viac som varila, tým viac ma varenie očarilo. Teraz si už neviem predstaviť, že by som robila inú prácu.

Ako by ste charakterizovali ponuku reštaurácie, ktorú vediete?

Sme reštaurácia, ktorá sa zameriava na taliansku kuchyňu. Ľudia nás vyhľadávajú pre naše

špeciality – čerstvé ryby a plody mora, ale aj perfektne pripravované steaky. Na jeseň a v zime rozširujeme ponuku o divinu, ako sú bažanty, kačky a zajace. V našej reštaurácii dostane hosť vždy čerstvý chlieb, ktorý pečieme dvakrát do dňa. Dezerty pripravujeme sami, pečieme vlastné torty a robíme candy bary na rodinné oslavy a svadby, ktoré sa konajú u nás v reštaurácii. Ku káve dostanete čerstvo upečenú čokoládovú „cookiesku“, niekedy mám pocit, že si kávu hostia dávajú len kvôli nej. Počas koronakrízy sme rozšírili aj ponuku pizze o atypické kombinácie, ktoré si získali veľkú popularitu a dnes už kvôli nim ľudia našu reštauráciu vyhľadávajú. U nás hostia vždy dostanú pridanú hodnotu, ktorú má mať každá dobrá reštaurácia.

Profesionálna kuchyňa – to je teplo, stres, vypätie, emócie, niekedy i krik a tvrdé slová.

Tak to aspoň hovoria muži – šéfkuchári. Čo si o tom myslíte, ako to zvládáte?

V poslednom čase mám šťastie na šikovných a spoľahlivých kolegov, s ktorými sa nám vypätie darí držať pod kontrolou. Krik a nadávky v profesionálnej kuchyni nemajú čo robiť, zbytočne vyčerpávajú a spomaľujú pri práci.

Kde sa inšpirujete, kto je vašim vzorom?

Mojím vzorom bol môj učiteľ – taliansky šéfkuchár Pietro Pagano, ktorý má pred dvanástimi rokmi naučil, že aj u nás na Slovensku sa dá robiť gastronómia inak. A potom je to môj brat Samuel, ktorý má posúva dopredu a pomáha mi udržiavať a zlepšovať kvalitu našej reštaurácie.

HUMANISTKA

Než otvorila jednu z najospevovanejších perzských reštaurácií v New Yorku, študovala právo. Nasim Alikhani bola nútená v šestnástich utiecť z Iránu. Dôvodom bola tamojšia náboženská reformácia. A hoci tušila, že právničkou sa stať nechce, trvalo takmer tridsať rokov kým otvorila reštauráciu v Brooklyne. Jej kuchyňa je inšpirovaná rodinnými receptmi iránskej kultúry. „Želala som si, aby raz poznali v celom meste moje meno. Aby sa u mňa cítili dobre,“ hovorí Nasim, vždy sa usilujúca o to, aby bolo v jej podniku útulne a príjemne. Keď v čase koronakrízy musela zatvoriť prevádzku, varila pre požiarnikov, policajtov a lekárov pracujúcich v extrémnom pohotovostnom režime. FOTO Sofreh



„Zaprisahala som sa, že nepripustím, aby bolo niekedy na čokoľvek neskoro.“

MICHELINKY

TEXT Ján Krajč

Ženy, ktoré dostali reštaurácie do Le Guide Michelin, majú jednu spoločnú črtu. Varia, aby spravili svet lepším.



„To, kým som, závisí od ľudí okolo mňa. Bez nich to nefunguje.“



ALTRUISTKA

„Cosme bol striptízový klub,“ vysvetľuje Daniela Soto-Innes, šéfkuchárka, ktorá zmenila podnik na renomovanú newyorskú reštauráciu v centre Manhattanu. Titul najlepšej na svete stihla získať ešte pred dovŕšením tridsiatich narodenín. Na stereotypy mexickej kuchyne reaguje s jej vlastným zmyslom pre humor: „Ani všetci mexickí hudobníci nehrajú mariachi, takže tacos nemusí byť všade, kam prídem.“ V súčasnosti je Soto Ines spolujateľkou Cosme a bistra Atla. Okrem iného vydala ako spoluautorka knihu mexických receptov s názvom Tú casa, Mí casa. „Na ľudí v kuchyni sa pozerám s vierou v ich potenciál – je jedno či je to umývačka riadu, čašník alebo sous chef – ktokoľvek z nich sa v budúcnosti môže stať šéfkuchárom,“ hovorí. FOTO Lou Stejskal, Cosme, Phaidon



„Trendy bývajú nebezpečné. Oddajte sa im príliš a nebudete vedieť kedy od nich upustiť.“



DIPLOMATKA

Anne Sophie Pic sprevádzala vychýrená prvotriednosť kulinárskeho umenia jej otca a starého otca po celé desaťročia. Lenže Anne Sophie nakoniec dokázala viac než len získať tri hviezdičky pre jej rodinnú reštauráciu. Tú tretiu, ktorá jej udelili v roku 2018, vrátila takpovediac naspäť. Po tom, čo sa po smrti svojho otca rozhodla, že treba dohliadnuť na to, aby sa kvalita reštaurácie, poznačenej stratou šéfkuchára aj uznania, celkom nezhoršila. Ako jediná francúzska a štvrtá šéfkuchárka na svete, ktorá získala tri michelinské hviezdičky, priznáva, že je to pre ňu ten najsilnejší moment v jej živote. FOTO **Raffles Singapore, La Dame de Pic London**



„Úspech je vecou tvrdej práce, skratky neexistujú. Keď ho dosiahnete, usilujte sa neprísť oň.“



RYTIERKA

„V začiatkoch sa mi často stávalo, že ma ako šéfkuchárku v kuchyni nechceli prijať. Mysleli si, že tam ako žena nepatrím,“ rozpomína sa na kariérne postupy Clare Smyth – hrdá nositeľka troch michelinských hviezdičiek, ktorá sa netají, že najväčšou inšpiráciou jej kariérneho i súkromného života bol Gordon Ramsey. Po tom, čo sa jej úspešne podarilo udržiavať štandard jeho trojhviezdičkovej reštaurácie v Londýne, sa v roku 2017 rozhodla pokračovať s vlastným konceptom. Už dva roky od otvorenia si jej reštaurácia Core v Notting Hill získala michelinskú komisiu natoľko, že jej udelila hneď dve hviezdičky. K jej početným vysokým oceneniam vlani pribudol titul najlepšej šéfkuchárky sveta. FOTO **Core by Clare Smyth, Craftwood UK**

„Máte hviezdičku a ľudia vás už nenavštevujú kvôli jedlu. Ste odrazu len atrakcia v ich zozname.“



POETKA

Váhala, keď mala otvoriť vlastnú reštauráciu. Skye Gyngell cítila, že tlak, ktorému je vystavená, sa zdá byť každým dňom neúnosnejší. No keď sa nakoniec odhodlala otvoriť vlastnú reštauráciu, vedela, že chce, aby bola iná ako tie, v ktorých pôsobila predtým. „Chcela som, aby bola ženská, jemná, nie ťažkopádna a v tmavých odtieňoch, ako to je pre takéto typy podnikov typické.“ Skye zmenila prístup k reštauračnému konceptu a poňala ho ako workshop/dielňu pre kuchárov. „Všetko, čo je na našom menu, je z našej produkcie a sezónne. Sezónne jedlá sú zárukou udržateľnosti a ľahko sa kombinujú,“ vysvetľuje. Interiér reštaurácie zverila do rúk sestre a do „posádky“ kuchynského tímu dostala viac žien, než bolo v akomkoľvek tíme, ktorý dovtedy viedla. Spring, vyjadrujúci nový začiatok a sezónne menu, sa od všetkého čo Skye zažila líši ešte v jednom aspekte – chce zachovať rovnováhu vnútri komunity a okrem podávania jedál učiť pomocou workshopov ďalších. FOTO **Spring London, Stuart Forbes Associates**



„Najväčšou poctou sú pre mňa slová hostí. Ich slová vo mne vždy čosi prebúdajú.“



HARMONIZÁTORKA

Bola menovaná ako najlepšia šéfkuchárka roka 2014. Trvá však na tom, aby bola vnímaná ako šéfkuchárka, nie ako celebrita. Dokonca aj v jej rodnej Brazílii, na ktorú nedá dopustiť. „Brazília je zmesou kultúr a národností, to isté odráža aj naša kuchyňa – je tam niečo z amazonskej tradície, rovnako blízke sú nám napríklad japonské ingrediencie.“ Okrem vďaky za jej tím a muža, ktorého spoznala počas trojročnej praxe v Gironi, vie, aká dôležitá je správna technológia v kuchyni. „Ak trebárs chcete, aby boli lupienky upečené pri teplote 60 °C, musíte mať rúru, ktorá vám to zaručí. Správna teplota je pre naše jedlá zásadná,“ dodáva Rizzo, ktorá sa popri množstve úspechov stala ambasádorkou zabudovaných kuchynských spotrebičov Miele generácie 7000. FOTO **Miele, Maní Manioca**



„Na postoji voči sebe nezáleží. Záleží na tom, aký postoj prechováate voči druhým.“

VELVYSLANKYŇA

Dominique Crenn rozpráva o jedle málo. O to radšej ho pripravuje. Predstavu o svojej kariére si ujasňovala krátko. Keď v puberte odletela do Kalifornie, spravila to v presvedčení, že uchytiť sa vo Francúzsku je medzi mužmi nemožné. Po návrate z Jakarty, kde v Hoteli InterContinental viedla čisto ženskú kuchyňu, sa vrátila do San Franciscu s úmyslom otvoriť viac empatické, priateľské prostredie, v ktorom nebude panovať rivalita, na akú bola zvyknutá počas pôsobenia v Stars. „Úspech nie je o tom, kým ste ako osobnosť, ale o tom, ako sa cítite a čo dávate druhým,“ zdôrazňuje často počas konferencií. Dominique Crenn sa usiluje, aby mal každý rovnaké príležitosti a bol za to primerane ohodnotený. „Ak bude treba, chcem sa o tom pohovárať so starostom aj guvernérom. Toto odvetvie je dlhodobé prehlíadané a ľudia v ňom by nemali byť ignorovaní,“ nazdáva sa Crenn, prvá americká nositeľka troch michelinských hviezdíček. FOTO T.Tseng/Flickr, Leadership Programs, John Merkl Photography



„Afrika stráca kulinárske dedičstvo rýchlejšie než akákoľvek iná zem.“



REFORMÁTORKA

„Myslia si, že Afrika trpí nedostatkom jedla. Pritom si neuvedomujú, aký veľký je tento kontinent.“ Selassie Atadika, šéfkuchárka ghanskej reštaurácie Midunu, je ojedinelým hlasom, ktorý preniká za hranice krajiny. „Často mám pocit, že som advokátka africkej kuchyne; jej chute sú rozmanité a ingrediencie nevidané. Fascinuje ma chuť, vôňa aj textúra, ktoré pomocou nich možno dosiahnuť,“ vysvetľuje možnosti tamjšej gastronómie. Štúdium geografie a environmentalistiky v USA ju priviedlo k činnosti misionárky v Organizácii spojených národov. Možnosť cestovať naprieč kontinentom jej otvorila oči a dala správnu perspektívu na vnímanie problémov sužujúcich africkú ekonomiku. S rovnakým rešpektom dnes pristupuje k jedlu. „Pravdou je, že nevarím len preto, aby som ľudí nasýtila. Usilujem sa pritom myslieť na to, ako sa bude formovať naša planéta a kultúra stravovania o ďalších, povedzme, dvadsať či tridsať rokov,“ hovorí. FOTO Midunu



SEGAFREDO ZANETTI: AKO VZNIKÁ KÁVOVÉ IMPÉRIUM

TEXT A FOTO Segafredo Zanetti

Je to už 72 rokov, keď sa v severotalianskom Trevis v rodine obchodníkov s kávou narodil Massimo Zanetti, budúci zakladateľ spoločnosti Segafredo Zanetti. Keď sa ujal rodinného obchodu, ako prvý sa po generáciách obchodovania so zelenou kávou rozhodol predávať kávu praženú. Kúpil zavedenú pražiareň kávy v Bologni, ktorá niesla názov Segafredo a týmto spojením v roku 1973 vznikla značka Segafredo Zanetti.

Nová spoločnosť na trhu rýchlo získala výhodné postavenie vďaka vlastnému spojeniu oboch procesov – praženia a predaja. Z rodinnej firmy sa rýchlo stala jedna z najvýznamnejších spoločností na kávovom trhu, ktorá dozerá na kvalitu svojej kávy od jej pestovania cez zber kávových bôbov, praženia a distribúciu až po servírovanú šálku espressa. Massimo Zanetti rýchlo zistil, že len dôsledná kontrola prvej suroviny zaručí vynikajúcu šálku kávy, a tak v roku 1996 odkúpil jednu z najväčších spoločností na vývoz nespracovanej kávy v Brazílii a spolu s ňou aj kávovú plantáž považovanú dnes za najväčšiu na svete. Spoločnosť sa usídlila na Havaji na ostrove Kauai. Tu sa vďaka kombinácii prvotriednej prírody a ideálnej klímy podarilo dopestovať jednu z najlepších káv na svete.

Ďalším pilierom úspechu kávy Segafredo sa stali vlastné moderné pražiarnie, ktoré sú schopné spracovať veľké množstvo kávových zŕn, nasleduje distribučná sieť a globálna sieť franšízových kaviarní Segafredo Espresso. Kvalitu prípravy kávy v kaviarňach garantuje spoločnosť prostredníctvom svojej Scuola di Barista – Školy kávy Segafredo.

Segafredo Zanetti dnes patrí k skupine Massimo Zanetti Beverage Group, holdingu tvorenému päťdesiatkou spoločností

“SPOLOČNOSŤ MASSIMO ZANETTI BEVERAGE GROUP SA ZRNKO PO ZRNKU STALA POSTUPNE PIATYM NAJVÄČŠÍM PRODUCENTOM KÁVY NA SVETE S ROČNÝM OBRATOM VIAC AKO TRI MILIÓNY VRIEC.”

zo všetkých kontinentov, a je tak najväčšou súkromnou spoločnosťou v kávovom odvetví. Vďaka jednotlivým firmám skupiny môže Massimo Zanetti kontrolovať celý proces produkcie kávy a mať dohľad nad kvalitou, ktorú káva Segafredo ponúka.

Keby sme tieto vrecia poukladali na seba, každý rok by sme z nich postavili komín stokrát vyšší ako je Mount Everest. Segafredo Zanetti je jednou z najobľúbenejších a najrozšírenejších talianskych značiek s obrovským počtom zákazníkov v stovkách krajín sveta. Jej poslaním zostáva šíriť chuť, kultúru a prípravu pravého talianskeho espressa.

www.segafredo-zanetti.sk, SegafredoSK

OŽIVENÁ STRAVA

TEXT Ján Krajč

Návrat fermentovaných jedál je dnes častou témou diskusií. Čo podmienilo ich návrat, prečo sa až teraz dozvedáme o ich prínosoch na ľudský organizmus – a zmizli vôbec niekedy?

Za študentských čias sa zdalo byť dobrým nápadom mať na večeru len austrálske chardonnay a zelené olivy. Olivy, ktoré boli celé detstvo postrachom obložených mís. Tá kombinácia sa odrazu ideálne dopĺňala, či skôr jedna chuť zvyrazňovala druhú. Kto mohol vtedy tušiť, že to, prečo sa tak perfektne podporujú, tkvie v ich totožnom biochemickom procese prípravy. Chardonnay aj olivy totiž prechádzajú fermentáciou, ktorá zapríčiňuje ich špecifickú chuť a vôňu. Nielen samotný proces, ale aj chuť typická pre také potraviny sú súčasťou nášho životného štýlu od zrodu ľudstva – vysoký podiel takzvaných L-glutamátov zodpovedných za tvorbu nezameniteľnej chuti sa totiž nachádza v materskom mlieku a to dokonca vo väčšej koncentrácii ako v iných živočíšnych mliekach, ktoré konzumujeme. Odborníci sa nazdávajú, že príčinou existencie tejto umami chuti by mohla byť jej funkcia pre náš tráviaci systém. Podľa hypotéz by totiž malo umami v našich receptoroch vytvárať informáciu o tom, že sme prijali bielkoviny a aminokyseliny. Názory na opodstatnenie umami ako samostatnej chuti sa však ešte stále rozchádzajú. Kým niektorí jej pripisujú rovnaký význam ako ostatným štyrom základným chutiam, iní z tábora akademick-

kej verejnosti zastávajú názor, že umami je prevažne sprievodným chuťovým vjemom závislým od základných štyroch. Len od osemdesiatych rokov oficiálne klasifikovanú chuť pod názvom umami, obsahujú jedlá obsahujúce glutamáty. Zrejme už nebude prekvapením, že tieto sú prítomné vo všetkom fermentovanom.

ZAČIATKY U MAMY

Účelom fermentácie bolo od začiatku predĺžovanie trvanlivosti jedla. Kým pri fermentácii glutamáty vznikajú prirodzenou činnosťou aktívnych baktérií, plesní a kvasiniek, v modernom potravinárstve sa chuť umami zvyčajne dosahovala (a to aj naďalej) prostredníctvom syntetických kryštalických glutamátov a nakladania v lúhu. Početné kauzy týkajúce sa škodlivosti umelých glutamátov označovaných ako E621 (glutamát sodný, pozn. red.) prispievajú k tomu, že spotrebitelia vyhľadávajú jedlá bohaté na prirodzené glutamáty. Prekvapivým zistením však môže byť, že reč nie je len o typicky fermentovaných potravinách: kyslej kapuste, nakladaných uhorkách, zavaranej cvikle či jogurtoch. Niektoré suroviny pritom ani nie je potrebné fermentovať – kukurica, hrášok, huby či paradajky obsahujú dostatok prírodných glutamátov. Lahodný umami chuťový profil majú preto aj pizza a sushi. Pizza pred-

všetkým vďaka základu z kvásku, paradajok a syra, zatiaľ čo sushi kvôli morským riasam, rybiemu mäsu a použitiu ryžového octu s fermentovanou sójovou omáčkou.

BEZ PRIDANÉHO GLUTAMÁTU

Zvlášť sushi sa v krátkej histórii novej gastronomickej tradície zaslúžilo o to, že dnes inklinujeme k umami chuti do takej miery, až sa z nej napokon stal megatrend. Vo svojej historickej verzii bolo niekdajšie narezushi čisto fermentovaným jedlom, ktoré pozostávalo z nasolenej ryby a fermentovanej ryže. No ani také, aké ho poznáme dnes, nestratilo nič zo svojich niekdajších kvalít – morské riasy, nakladaný „gari“ zázor a dokonca aj sójová omáčka sú práve tými zložkami, ktoré sa v dôsledku prítomnosti prirodzených glutamátov zaslúhujú o charakteristickú umami chuť. Lenže uprostred minulého storočia sa fermentácia industrializovala, práve pre dosahovanie umami príchute. Na úkor lahodnosti sa kryštalický glutamát sodný získava od polovice šesťdesiatych rokov z fermentácie pšenice, kukurice či sóje. Solný roztok zasa zvyčajne nahrádza lúh. Hoci o modernom sushi nemožno úplne hovoriť ako o probiotickej strave, najmä ak je reč o lacnom jedle s použitím priemyselne vyrobených surovín, práve ono vyvolalo určitú vlnu gastronomických trendov, ktoré sa

Post-covidová ekonomika žič napredovaniu projektov ako portugalský Kitch. Startup s ponukou lokálnych podnikov od svojho vzniku v roku 2019 podnikal v rozmach lokálnych donášok. Elektrický skúter s poslíčkami jedla napriek tomu zostáva v Lisabone, podobne ako v iných európskych mestách, doménou veľkých operátorov. FOTO Sander Lanaerts



↓ → Pražená biela špargľa s čerstvou bazou, omáčkou z fermentovaného jačmeňa a kaviáru z fínskeho bieleho jesetera. Jedno z mnohých chodov, ktoré vznikali medzi šéfkuchárom Reném Redzepim a Davidom Zilberom (na obr.) Ten je od roka 2014 sous chefom vedúcim fermentačné laboratórium Nomy (na obr.). FOTO **SSENSE/Twitter; City Foodsters/Flick**

medzi rokmi 2000 až 2020 radikálne pod- písali na rastúcom úsilí o zdravú stravu, sprevádzanú etikou produkciou a využí- vaním obnoviteľných rastlinných zdrojov. V zrýchlennom slede totiž možno pozorovať ako sa aj stredný prúd spotrebiteľov dostá- va od polotovarov, fastfoodov, číny a sushi k organickým jedlám, jogurtom, ružičkové- mu kelu, quinoj a k avokádu ako k pevným súčasťam ich flexitariánskej životosprávy. Jednotným menovateľom väčšiny týchto doterajších trendov je práve umami chuť. A snaha požívať ju čo najčistejším spôso- bom, je nielen biznisom, ale aj novou nor- mou v potravinárstve – clean label. Ak uvidíte pri najbližšom nákupe etiketu uvá- dzajúcu, že výrobok neobsahuje žiadne umelé farbivá, pridaný glutamát a konzer- vanty, je to práve pre dopyt po clean labels. Zaznamenaný je aj značný rast trhu s kom- buchou (medziročne o 25 %), ktorá sa stala ešte atraktívnejšou alternatívou voči ko- merčným nápojom počas koronakrízy.



VŠELIEK ALEBO PLACEBO
Svojský pohľad na fermentáciu poskytuje Aaron Vansintjan v reportáži pre Guardian z roku 2019. V úvode definuje fermentáciu ako kontrolovaný proces rozkladu živých organizmov. Aj samotná probiotická stra- va je totiž výsledkom potravy spracovanej

mikroorganizmami, čo je podľa mnohých prínosom pre ľudský organizmus z via- cerých dôvodov. Také potraviny sú totiž enzymaticky rozložené zo škrobov na jed- noduchšie stráviteľné cukry a bielkoviny, takže tráviaci trakt zaťažujú len minimálne. Navyše svojím obsahom vplývajú na zdravú

Japonská kuchyňa je založená na umocňovaní umami chuti. Popri prirodzene vyskytujúcich sa glutamátoch v morských riasach sú podpornými prísadami fermentované potraviny: sójové omáčky, mirin či ryžový ocot a gari zázvor, vyrábaný z mladých a čerstvých rizómov zázvoru. FOTO **Lara Kareem**

mikroflóru v črevách, čo prispieva k udrža- niu rovnováhy u takzvaného mikrobiómu. Preukázaný prínos Lactobacilla – živej mikrokultúry (pri fermentácii je využíva- ný najčastejšie) na zdravotný stav človeka dosiaľ udivuje vedcov. Z nedávnych štúdií vyplynulo, že živé kultúry neovplyvujú pro- stredníctvom mikrobiómu (mikrobióm je súhrnné označenie pro mikrobiálne osídle- nie ľudského tela, pozn. red.) pozitívne len na pevnosť črevných stien, ale zároveň ma- jú blahodarný účinok na kognitívne schop- nosti a mozgovú činnosť. Fermentované potraviny zostávajú v centre pozornosti spotrebiteľov najmä pre to, že majú vlast- nosti funkčných jedál, ktoré popri výži- vovej hodnote prispievajú k budovaniu odolnejšieho metabolizmu. Pri všetkých týchto pozitívach je preto jednoduchšie ig- norovať možné riziká, ktoré so sebou kon- zumácia fermentovaných potravín môže priniesť. Komplikácie spojené s ich pre- hnanou konzumáciou sa začínajú nadúva- ním a končia sa hnačkami či histamínovou intoleranciou. Podľa Sandora Katza, prie- kopníka fermentácie v dvadsiatom prvom storočí, sú fermentované výrobky liekom na zdravé črevá, imunitu, no majú aj deto- xikačný účinok. Netreba sa však spoliehať na to, že sú všeliekom na všetky problémy. „Neraz musím ľudom prízvukovať, že ak mal niekto pozitívne skúsenosti s fermen- tovanými produktmi, nemusi to znamenať, že to isté zažijú aj druhí,“ hovorí Katz v roz- hovore pre blog Food52.



AKO CHUTÍ ČPAVOK
Jedným z dôvodov, prečo fermentácia veľmi pomaly postupuje v rebríčku pre- ferencií navzdory umami chuti, je nevá- biva pachová stopa, ktorá pri jej procese vzniká. Vzhľadom na to, že fermentácia je anaeróbny proces rozkladania, v dôsled- ku zamedzenia prísunu kyslíka vznikajú pri nej nadmerné množstvá plynov vrátane toxických, akými je sulfán (sírovodík) či amoniak (čpavok). Podľa miestnych le- giend sa na fermentáciu žraloka používal údajne ľudský moč. Hoci sa tieto moderné povery vyvrátili, neznesiteľný zápach roz- kladaného rybieho mäsa je skutočnosťou. „Fermentovaný žralok a skatta sú čím- si, na čo by si Slovák zvykal ťažko. Tu na Islande ich však obľubuje takmer každý. A čo sa tý- ka fermentovaných mliečnych produktov, skyr sa síce vyrába už aj v Česku, no v po- rovnaní s islandským je jeho chuť iná,“ na- zdáva sa Milan, ktorý už niekoľko rokov pôsobí ako kuchár v Reykjavíku. Tradičná vianočná raja, podobne ako žralok, prechá- dzajú dlhým, niekoľkotýždňovým proce- som fermentácie, ktorá sa začína tým, že sa mäso nechá nahniť. Silný amoniakový

zápach je pritom natoľko dráždivý a agre- sívny, že sa dostáva do stien v domoch, ob- lečenia, ale aj vlasov a kože. Keďže amoniak patrí medzi toxické látky, naše telo naň re- aguje podráždením sprevádzaným nevoľ- nosťou a intenzívnym svrbením slizníc. Netýka sa to však len rýb, rovnaký efekt nevoľnosti spôsobujú nakladané vajcia, niektoré druhy syrov, kvasené nápoje či aci- dofilné mlieka.

SPRIEVODCA FERMENTÁCIOU
Celkom nový rozmer trendu fermentácie nastal v roku 2018, konkrétne po tom, čo dvojica René Redzepi a David Zilber zve- rejnila publikáciu s názvom The Noma Guide to Fermentation. Redzepiho prí- nos do gastronómie je nepopierateľný a o reštaurácii Noma sa hovorí, najmä na základe médiami pozorne sledovaných po- činov, s veľkou vážnosťou. Odkedy sa však kniha ocitla na pultoch kníhkupectiev, za- čína sa hovoriť aj o samotnom Zilberovi. Je to totiž on, kto v Nome zodpovedá za testovanie a prípravu fermentovaných je- dál. Prakticky samostatná kapitola Nomy, o čom svedčí aj fakt, že na fermentáciu

→ Pizza podobne ako kyslá kapusta nie je pre moderných spotrebiteľov dostatočne novátorská. Kvásky z kefiru však signalizujú, že pizza by mala byť v budúcnosti prebiotickým jedlom. Pizzerie, ktoré si stihli uvedomiť dôležitosť fermentačného trendu, upozorňujú na kvalitu správne kysnutého cesta.
FOTO **Carissa Gan**

↓ Spolu so záujmom o probiotické potraviny sa trh s kombuchou dostáva do astronomických čísel. Kombucha sa nachádza v popredných priečkach obľúbenosti funkčných nápojov. Predpokladá sa, že do konca roka 2025 bude hodnota trhu s kombuchou vyššia ako 4 miliardy dolárov.
FOTO **Happy Kombucha**



bol zriadený zvláštny tím a laboratórium Fermentation Lab, kde vznikajú nové prísady na prípravu jedál v druhej časti reštaurácie – Test Kitchen. Nemusi to byť prípad každej kuchyne na svete, no v Nome platí, že všetko, čo sa ocitne na tanieroch hostí, najskôr musí vzniknúť medzi laboratóriom a testovacou kuchyňou; platí to aj pre tamojšiu kombuchu z ruží, miso z banánového chleba, palacinky s plesňou a nespočetné množstvo omáčok. Zilber zostavil spoločne s Redzepim viac ako 500 strán hrubé kompendium skúseností a rád týkajúcich sa fermentácie. Základný cieľ – dosiahnutie jedál bohatých na prirodzený glutamát. Ako priznáva Zilber, tajomstvom



úspechu je príprava garumov – prísad obsahujúcich koji pleseň, ktoré v Nome nahrádzajú klasické koreniny. „Ak môžete ustrice ochutiť garumom z kreviet a divej ruže, prečo by ste ich ešte museli soliť?“ Poznamenáva Zilber v jednom z rozhovorov pre magazín Toronto Life na margo ospevovaných inovácií v Nome. Tu sa odohráva a tvorí druhá časť príbehu o tom, prečo sa moderná kultúra usiluje nájsť cestu k pomalej fermentácii – je to vo svojej podstate rozvíjanie závislosti od glutamátu. Ani samotný Zilber nepopiera fascináciu jeho chuťou a priznáva, že ako dieťa sa nedokázal odtrhnúť od pripravku, ktorý sa nachádzal v domácej kuchyni jeho matky. „Dnes je tvorba glutamátu mojím denným chlebičkom, bez prestávky, každý deň,“ dodáva Zilber. Redzepi zachádza v zmieňovanej publikácii ešte ďalej: „Mnohí sa nazdávajú, že Noma znamená najmä divoké chute a prekračovanie hraníc... V skutočnosti však závisí predovšetkým od fermentácie.“ Fermatation Lab bol oficiálne zriadený ako súčasť reštaurácie v roku 2014, päť rokov po tom, čo sa v rámci workshopu prvý raz Zilber priučal

za pomoci šéfkuchára a profesionálnej chutovej inžinierky ako dosiahnuť intenzívnu chuť umami v každom z jedál.

BIO PREDPOVEĎ
Čierny cesnak, kvety ibišteka, kukuričný klas, horčičné semená, kocky mrkvy. Fermentovať sa dá čokoľvek. Nebolo by však jednoduchšie, keby kľúčom k lepšiemu životnému štýlu bolo iba nakladanie potravín do soli? Nevyhnutné zmeny v priemyselnej fermentácii vedú k tomu, že probiotickú stravu automaticky rozpoznávame podľa jej chuti. Alebo tomu aspoň chceme veriť. Aby sme si boli istí, orientujeme sa buď na malovýrobcov alebo jedlá pripravujeme v domácych podmienkach. S väčším či menším úspechom. Záleží nám však pritom skutočne na našom zdraví, nie sme len beznádejne závislími od chuti glutamátu? Fermentácia sa z našich stolov nikdy nestratila. Ako tvrdí Sandor Katz v úvode knihy Sila prírodnej fermentácie, fermentované potraviny konzumujeme deň čo deň. Ak sa obzriete okolo seba, budete mu musieť dať za pravdu. V skutočnosti sme ju len doposiaľ nevníмали s takým záujmom, ako to robíme dnes. A je len prirodzené, že sa budeme aj naďalej usilovať využiť ju na maximum.

CAPPUCINO ČI LATTE MACCHIATO?

PRIPRAVIŤ SPRÁVNE RÔZNE DRUHY KÁVY S MLIEKOM JE DOSLOVA ALCHÝMIA

TEXT A FOTO **Rajo**

Caffè latte, latte macchiato, cappuccino... Za týmito názvami sa skrýva káva s mliekom v rôznych podobách pripravená rôznym spôsobom. V čom je tajomstvo jej neodolateľnej chuti?



• **CAPPUCINO**
Klasika, ktorá lahodí najmä dámam. Veľká šálka cappuccina v sebe skrýva aj spoločenský akcent – spríjemňuje chvíle pri stretnutí rozhodne dlhšie ako drobné ristretto. Tradičný taliansky kávový nápoj obsahuje 30 ml espressa, teplé spenené mlieko a mliečnu penu – podľa talianskeho receptu vysokú dva cm. Servíruje sa v 150 ml – 180 ml šálke, bez škoric. Mletú škoricu v nádobke možno priložiť k šálke, aby si kávičkář dochutil svoj nápoj sám. Nielen dámy poteší milý obrázok Latte Art, ktorý vyčarí šikovný barista na krémovej mliečnej pene.

• **CAFFÈ LATTE**
Je určené pre tých, ktorí preferujú výraznejšiu mliečnu chuť. Pripravuje sa podobne ako cappuccino, rozdiel je len v množstve mlieka. Základ tvorí 20 ml - 30 ml espressa, ktoré korunuje dokonale napenené teplé mlieko a mliečna pena. Podáva sa vo väčšej šálke s objemom 190 ml – 300 ml.

• **LATTE MACCHIATO**
Práve tento nápoj je o kávovo-mliečnej alchýmii, ktorú sme spomínali. Latte, teda napenené mlieko, sa nalieva do vysokého pohára ako prvé. Do mierne odstátého mlieka barista naleje 20 ml – 30 ml espressa. Ak postupuje správne, mlieko klesne na dno pohára, espresso tvorí strednú vrstvu a na vrchu zostáva ľahučká pena. Trojvrstvový kávový nápoj sa servíruje vo vysokom pohári z číreho skla (190 ml – 300 ml), aby vynikla jeho dekoratívnosť.

• **ESPRESSO MACCHIATO**
Zákazník si ho niekedy objedná aj ako malé cappuccino. Nápoj podávaný v šálke na espresso je doplnený lyžičkou nadýchanej mliečnej peny.

• **FLAT WHITE**
Mnohí ho nazývajú aj austrálske cappuccino. Vychutnajú si ho milovníci kávy, ktorí majú sice radi cappuccino, ale chceli by menej mlieka. Základom pre flat white je dvojité espresso, teda espresso dopio (60 ml). Podáva sa doplnené teplým napeneným mliekom v šálke na cappuccino, prípadne v sklenom pohári 160 ml – 180 ml. Elegantnou bodkou je obrázok Latte Art na mliečnej pene.

Mnohí ľudia si dávajú mlieko do kávy najmä preto, aby zjemnili jej intenzívnu a často veľmi horkú chuť. A robia to už od roku 1660. Pritom spojenie kvalitnej čerstvo namletej kávy so správne pripraveným mliekom jej chuť nepotlačí, ale harmonicky rozvinie.

Základom lahodných kávových nápojov je teplé husté napenené mlieko zohriate približne na 55 ° - 70 °C. Ako ho správne pripraviť? Tajomstvom úspechu je profesionálny kávovar, kvalitné plnotučné mlieko, dokonale čistá kanvička a tryska, potrebný tlak a, samozrejme, majstrovstvo

baristu získané tréningom a praxou. Prečo je dôležité pri príprave cappuccina či latte macchiata mlieko zohriať? Okrem iného aj preto, že studené mlieko kávu rýchlo ochladí a oberá ju tým o jedinečnú arómu, ktorú jednotlivé značky ponúkajú.

Rôzne druhy kávy s mliekom stále patria k najobľúbenejším nápojom, ktoré si hostia v kaviarni vychutnávajú. Pokým klasici si najradšej doprajú tradičné spojenie espressa s mliekom, milovníci nových chutí objavujú kávové nápoje s príchutou čokolády, vanilky, orieškov či karamelu...
www.rajo.sk



Milujeme mražené

ZELENINOVÉ SMĚSI



Bretaňská
balení: 350g



Čínská
balení: 350g



Francouzská
balení: 350g



Gurmánská
balení: 350g



Jarní
balení: 350g



Jesenická
balení: 350g



Minestrone
balení: 350g



Mrkev s hráškem
balení: 350g



Polévková
balení: 350g



Svičková kostky
balení: 350g



Svičková pruh
balení: 350g



S ananášem
balení: 350g

JEDNODRUHOVÁ ZELENINA



Brokolice růžička
balení: 350g



Fazolka zelená - řezaná
balení: 350g



Dýně Hokaido
balení: 450g



Fazolka zelená - celá
balení: 400g



Hrášek
balení: 350g



Kapusta sypká
balení: 500g

ŠPENÁTÝ



Špenát protlak
balení: 450g



Špenát listový porce
balení: 400g



Špenát sekaný porce
balení: 400g



Špenát listový sekaný - blok
balení: 400g

www.agrojesenice.cz

RYCHLÁ KUCHYNĚ



Selská směs s fazolkami
balení: 400g



Uhlířská směs s kroupami
balení: 400g



Vestecká s rží a žampiony
balení: 400g

OVOCE



Ananas
balení: 300g



Borůvky
balení: 200g



Jahody
balení: 350g



Lesní směs
balení: 200g



Maliny
balení: 200g



Tropico
balení: 300g



Lázeňská
balení: 350g



Lečo
balení: 350g



Letní
balení: 350g



Maďarská
balení: 350g



Mexico
balení: 350g



S kukuřicí
balení: 350g



S maslovou příchutí
balení: 350g



Se žampiony
balení: 350g



Tukožrout
balení: 350g



V.I.P.
balení: 350g



Wok Thai
balení: 350g



HOUBY



Kapusta růžička
balení: 350g



Kukuřice zrno
balení: 350g



Mrkev baby
balení: 350g



Houbová směs
balení: 300g



Žampiony plátek
balení: 350g



SMOOTHIES



Smoothie červené
balení: 450g



Smoothie zelené
balení: 450g



Smoothie žluté
balení: 450g





← ČAS NA ZMENU

Globálne prevládajúci makrotrend autenticity a gastrotrend minimalizovania podielu alkoholu v nápojoch sa odzrkadlili na vynovených portfóliách viacerých spoločností. Holandský liehovar Bols uviedol v júni 2020 na trh relaunch všetkých svojich 40 príchuť. Formula receptúr sa v nových prevedeniach vyznačuje tým, že obsahujú menej cukru, kalórií a len prírodné farbivá. A aby bol update značky kompletný, Bols vynovil aj dizajn fliaš a loga. FOTO **Bols**



PÊLE-MÊLE

→ NÁVOD NA PREŽITIE

Hotel Zoku v Amsterdame prekonal krízu, ktorá postihla všetky zariadenia na svete tým, že domysleli funkciu objektu ešte skôr, než otvorili. Dnes je Zoku poloobývaným objektom so stálymi nájomcami, izby si možno prenajať ako jednodňové pracovne. Virtuálna komunita pozostávajúca z pracovníkov sa stará o blaho obyvateľov tým, že s nimi zostáva v pravidelnom kontakte. Podľa Hansa Meyera, spoluzakladateľa, aj takto sa podarilo predísť zatvoreniu, ktoré postihlo ďalších 200 hotelov v okolí Zoku. FOTO **Zoku Amsterdam**



↗ AKO CHUTÍ BEATLES

Inovátor Massimo Bottura prekvapil aj po tom, čo svoju reštauráciu Osteria Francescana otvoril po troch mesiacoch. V rámci nového sezónneho menu s názvom With a Little Help from Friends prináša hosťom jedlá inšpirované atmosférou skladieb z kultového albumu The Beatles. Dvanásť chodov dostalo názvy podľa piesní – záujemcovia môžu ochutnať napríklad Yellow Submarine ako kambalu na zemiakoch s ananásom a kórejskou reďkovkou. Inšpirácia vznikla práve počas karantény, keď Bottura požiadal všetkých členov tímu, aby pripravili menu na motívy ľubovoľného hudobného diela. FOTO **Discogs, Osteria Francescana**



✓ COCKTAIL VO FĽAŠI

„Zariadil to tak život; mienil som sa stať barmanom a namiesto toho som celé dni v laboratóriu,“ reaguje na zmeny Boris Gröner, majiteľ One Trick Pony vo Freiburgu. Miešané cocktaily totiž začal fľašovať a predávať pod hlavičkou Chin Chin. Hoci nejde o jediný bar, ktorý takto zareagoval na nútené zatvorenie barov zo začiatku roka, je to jeden z mála počínov, ktorý v krátkom čase začal vnímať predaj miešaných nápojov ako súčasť svojho budúceho pôsobenia, našiel originálnu identitu pre svoje produkty a výrobu podrobil dôkladnému testovaniu náhradných zložiek v konzervovaných drinkoch. FOTO **Chin Chin Shop**



↘ AVOKÁDO NA TENISKÁCH

Uplynulé roky boli v znamení mnohých prešahov medzi svetom gastronómie a módnou scénou. Po tom, čo Liam Hodges uzavrel kolaboráciu s pizza gigantom Domino's a Georgetowne. Q zas šokoval haute-couture kolekciou v spolupráci s Pizza Hut, výrobca športového streetwearu Saucony uviedol tenisku Saucomole Shadow 6000, inšpirovanú jedným z najkontroverzejších snackov súčasnosti – guacamole. Nie je to pritom jediný model Saucony, ktorý prevzal inšpiráciu z kulinárskeho prostredia. V minulosti vytvoril v spolupráci so streetwear retailom END. modely v podobe zmrzliny, slaninových toastov, ale aj homára. FOTO **Saucony**

✓ TRÚFALÝ POČIN

Dánsky Alchemist získal za sedem mesiacov od otvorenia dve michelinské hviezdičky. Pozornosť na seba upútal ponukou valentínskeho menu Autumn Kiss v tvare ľudského jazyka. V skutočnosti však ide o silikónový podnos s rebarborovým gazpachom, bazou, fermentovanými jahodami a zelenými paradajkami. Pre tých, ktorí majú silné žalúdky, je v ponuke jahňací mozoček v oleji z vlašských orechov s cibuľovou remuládou či zázvorové jantárové bonbóny s lesnými mravcami. Musíte byť však trpezliví – na čakacej listine je aktuálne zaregistrovaných 10 000 žiadateľov. FOTO **Mark Wiens/YouTube**



↗ AUKCIA ŠÉFKUCHÁROV

Združenie päťdesiatich najlepších reštaurácií sveta fungujúce od roku 2002, sa v záujme o záchranu reštaurácií rozhodlo urobiť aukciu. Výťažok z nej poputuje do grantového programu určeného na podporu reštaurácie či baru, ktoré si podajú žiadosť o udelenie grantu. Tí, ktorí zasa majú záujem o zapojenie do aukcie, majú šancu vydražiť niektorý z unikátnych zážitkov ponúkaných významnými šéfkuchármi. Ana Roš (na obrázku) zo slovenskej reštaurácie Hiša Franko ponúka celonočný program v údolí Soča. V ponuke sú rybačky v Tokiu, degustačný výlet v Mexico City či kurz včelárstva v San Franciscu. FOTO **Hiša Franko**



VÍNO ROKA 2020®

Hlasovaniu v tradičnej ankete o najlepšie domáce vína nezabránil ani náhle globálne zmeny v gastronomickom odvetví. V porovnaní s predchádzajúcimi ročníkmi klesol počet víťazov len nepatrne. Tentokrát bolo ocenených týchto 21 vín.

BIELE VÍNA

1. miesto: Müller Thurgau, neskorý zber, suché, 2019 - VÍNO MATYŠÁK
2. miesto: Sauvignon blanc, neskorý zber, suché, 2019 - Zámocké vinárstvo
3. miesto: Chardonnay, výber z hrozna, suché, 2019 - Pivnica Radošina

RUŽOVÉ VÍNA

1. miesto: Cabernet Sauvignon rosé, neskorý zber, polosuché, 2019 - GOLGUZ
2. miesto: Frankovka modrá rosé, suché, 2019 - KARPATSKÁ PERLA
3. miesto: Cabernet Sauvignon rosé, akostné, suché, 2018 - TERRA WYŁAK

ČERVENÉ VÍNA

1. miesto: FUSION Alibernet, suché, 2018 - VÍNO NICHTA
2. miesto: Skalický Rubín, akostné značkové, suché, 2018 - VÍNO-MASARYK
3. miesto: Frankovka modrá, výber z hrozna, suché, 2018 - VÍNO MATYŠÁK

PRÍRODNÉ SLADKÉ VÍNA

1. miesto: Frankovka modrá, bobuľový výber, polosladké, 2018 - MOVINO
2. miesto: Pálava, hroziakový výber, sladké, 2018 - GOLGUZ
3. miesto: Veltínske zelené, ľadové, sladké, 2019 - Myslík Winery

ŠUMIVÉ VÍNA

1. miesto: Hubert Grand Rosé - Hubert J.E.
2. miesto: NoirSecco - Château Topoľčianky
3. miesto: Hubert L'Original brut - Hubert J.E.

TOKAJSKÉ VÍNA

1. miesto: MACIK Cuvée, výber z hrozna, 2016 - TOKAJ MACIK WINERY

2. miesto: Svätý Urban Premium - Tokaj & CO
3. miesto: TUF, polosuché, 2019 - Château GRAND BARI

OVOCNÉ VÍNA

1. miesto: Víno z čiernych ríbezlí - PEREG
2. miesto: Rubinus - PEREG
3. miesto: Víno z čiernych ríbezlí - MILURON



1

BARZZUZ: VEDCI, KTORÍ SA UPÍSAI KÁVE

Pre hydrogeológa a pedagóga Mareka Hudačka, ktorý sa prižienil do Banskej Bystrice, začalo byť po narodení druhého dieťaťa v roku 2005 neúnosné pendlovať medzi Bratislavou a Bystricou, a tak začal vymýšľať, čo iné by ho mohlo užiť. V tom čase brat prišiel s nápadom, že jeho kamarát má v Čechách internetový obchod s plantážnou kávou, ktorú v tom čase na Slovensku takmer nikto neponúkal.

„Pôvodne som chcel kávu len predávať, ale začal som študovať informácie na internete, objednal som si knihy o káve, o jej príprave, pražení, všetkému som chcel prísť na koreň,“ hovorí zakladateľ firmy Barzzuz Marek Hudaček. „Od nemeckých dodávateľov som získal vzorky a v paneláku na panvici som začal skúšať rôzne druhy praženia. Prvé vzorky som nosil kolegom do školy, boli to moji prví zákazníci a mnohí sú nimi dodnes.“

Ako hovorí, už na začiatku stavili na kvalitu a single origin kávy, ktoré sa vtedy na Slovensku takmer nevyskytovali. Spočiatku však museli ľudí učiť, že existuje Arabica a Robusta, nuansy medzi

SUCCESS STORIES/ PRÍBEHY ÚSPEŠNÝCH FIRIEM

PRIPRAVILI Alena Reháková, Marek Hudaček FOTO Barzzuz

V každom vydaní nášho magazínu predstavíme slovenskú alebo českú firmu, ktorá sa na výslnie úspechu vypracovala vlastnou húževnatosťou a aj tým, že svojmu zámeru od začiatku verila a zo svojej cesty nezišla.

etiópskou a jávskou kávy ľudia vnímali len veľmi pomaly. Dnes majú v sortimente viac ako 50 druhov single origin kávy z najlepších pestovateľských oblastí sveta.

PODNIKATEĽSKÉ TRIO

Mareka Hudačka praženie „chytilo“ a zároveň zistil, že biznis model mu vychádza lepšie, keď kávu nielen predáva, ale surovinu aj sám spracúva. Vymyslel tak projekt, ktorý predstavil kamarátom zo štúdií – Michalovi Štefanovičovi, geológovi a špecialistovi na ropu a plyn a Marošovi Košťalovi, analytickému chemikovi. Dokopy dali štyristo tisíc slovenských korún a zaobstarali si priestor, pražiaci stroj a osem vriec kávy. Tak vznikla firma Barzzuz, ktorej názov je odvodený od mien Marekových dvoch dcér – Barbory a Zuzany. Dvojité zet pribudlo, aby to znelo viac taliansky.

„KÁVOVÉ ZRNÁ PRAŽÍME V RÔZNYCH STUPŇOCH PRAŽENIA, TAKŽE SI U NÁS NÁJDE KAŽDÝ TO, ČO MU CHUTÍ.“

A potom ich čakalo množstvo administratívy. „Všetci úradníci si mysleli, že ideme otvoriť veľkú fabriku pražiarne-baliarne. Pritom upratovanie, balenie, všetko sme robili na kolene s manželkou Katarínou, mimochodom mikrobiologičkou, ktorá bola na materskej. Najprv sme otvorili internetový obchod a keď sme zarobili, aj prvú kamennú predajňu v Banskej Bystrici, na Skuteckého ulici,“ spomína Marek Hudaček.

Keďže víziou podnikateľského tria bola aj spolupráca so subjektmi v oblasti HoReCa, začali oslovovať kaviarne. Tu však narazili na deformovaný trh aj chute. „Naša čistá vysokohorská Arabica sa Slovákom zdala príliš silná. Kaviarnikov zasa nezaujímal kvalita kávy, chceli čo najnižšiu cenu. Navyše sa dožado-

vali kompletného servisu, strojov, doplnkov, šálok, pretože boli zvyknutí, že veľké značky to bez problémov dotovali,“ hovorí oduševnený majiteľ. „Naša firma chcela predávať len kvalitnú kávu, ale boli sme nútení ísť do bezplatných prenájmov. Prišlo krízové obdobie, mnohí skrachovali, neplatili, nedodržovali zmluvy. Mali sme množstvo neuhradených faktúr, z ktorých sme však museli zaplatiť dane,“ približuje Marek Hudaček začiatky fungovania spoločnosti.

KAFEHAUS – PRVORADÁ JE KÁVA

„Vymáhania“ pohľadávok sa v roku 2010 ujal druhý zo spoločníkov, Michal Štefanovič. Zároveň sa rozhodli, že začnú budovať vlastné kaviarne pod značkou KafeHaus. Najprv našli krásne priestory v Banskej Bystrici neďaleko centra za dobrú cenu, potom otvorili kaviareň s predajňou v Bratislave vo Freshmarkete a najnovšie v bratislavskom filmovom klube Lumière. Hoci všade ponúkajú čerstvé koláčiky, bezplatnú WiFi a domáce limonády, prvoradá je stále káva.

V roku 2010 výrazne klesli ceny plnoautomatických kávovarov. Ľudia ich začali kupovať do domácností a malých firiem. Samozrejme, do kávovarov potrebovali zrnkovú kávu, ktorú si zvykli kupovať v špecializovaných obchodoch s kávou. V poslednom období niektorí konzumenti podľahli kávovarom na kapsle. Tie však v Barzzuze nepredávajú. „V kapsliach nemôžete vedieť, čo všetko je tam pomleté, kedy to bolo pražené a čo je tam pridané, aby káva penila akoby bola čerstvá,“ hovorí Marek Hudaček. „My máme v logu čerstvú kávu a toho sa držíme.“

Barzzuz dováža len kávové zrná najvyššej kvality v zmysle klasifikácie tej-ktorej krajiny. „Usilujeme sa dovážať kávy aj z najlepšie hodnotených oblastí, ako napríklad Tarrazú v Kostarike či Harrar a Sidamo v Etiópii, čo je podobné ako bordeaux u vín. Nikdy by sme nenahradili exkluzívnu drahú kávu jej náhradou. Ak na trhu nie je dostupná Jamajka či kopi luwak, zákazníkovi povieme, že nie je a musí počkať,“ dodáva Marek Hudaček.

Barzzuz odolal aj tlaku istej potravinovej siete, pre ktorú určitý čas dodával kávu, aby ju balili mletú. „Máme vákuové balenie aj jednocestný ventil, ale aj tak by nebola dobrá. Hoci podmienky v tejto sieti sme nemali najlepšie, dostali sme sa viac do povedomia ľudí,“ hovorí. Postupne nás mnohí začali považovať za veľkú komerčnú pražiarňu, ktorá je už „za vodou“. Pritom ročný objem predaja v Barzzuze stále nie je ani pol percenta celého slovenského kávového trhu.

Pomaly sa v rodinnej firme začínajú do práce zapájať aj potomkovia zakladateľov. Barborka, ktorej meno tvorí prvú časť názvu značky, od dovŕšenia 16 rokov brigáduje v bystrickom KafeHause, Zuzka zatiaľ pomáha doma. V Bratislave, už takmer v riadiacich pozíciách, pôsobí Ema Štefanovičová.

„ABY KÁVA CHUTILA, MUSÍ BYŤ ČERSTVO A SPRÁVNE UPRAŽENÁ, POMLETÁ ADEKVÁTNE PRÍPRAVE A ČO NAJKRATŠIE PRED SAMOTNOU PRÍPRAVOU. VEĽMI DÔLEŽITÁ JE AJ VODA A JEJ TEPLOTA. MUSÍ BYŤ MÄKKÁ A NESMIE PREKROČIŤ TEPLOTU BODU VARU, IDEÁLNE 95 – 98 °C.“



Trojica vedcov, ktorí sa upísali káve, zľava: Maroš Košťal, Marek Hudaček a Michal Štefanovič.

LES KAFÉ

Životné prostredie je narušené pôsobením ľudí a každý deň môžeme vidieť, ako sa na ňom prejavujú klimatické zmeny. K ním výrazne prispieva i odlesňovanie. Spoločnosť Barzzuz preto z každého predaného balíčka novej línie certifikovaných káv Les Kafé ukladá jedno euro očistené od daní do fondu na nákup lesa. Nový rad káv je navyše pre konzumentov zárukou, že neboli pestované na holoruboch a pôda nebola zaťažená chémiou. „V spoločnosti Barzzuz nám nie je jedno kde žijeme a kde vyrastajú a budú vyrastať naše deti a vnúčatá. Sme radi, že aspoň takto môžeme prispieť k záchrane lesov,“ uzavrel Marek Hudaček.

„V LOGU MÁME ČERSTVÚ KÁVU A TOHO SA DRŽÍME.“



Z každého predaného balíčka Les Kafé ide jedno euro očistené od daní do fondu na nákup lesa.



VIETE. ČO JETE?

PRIPRAVILA Alena Reháková FOTO AdobeStock, pixabay.com

Do reštaurácie chodíme nielen na obedňajšie menu, ale si aj posediť s priateľmi pri dobrom jedle. Úlohou gastronómie je i socializácia a formovanie vzťahov medzi ľuďmi.

Rovnako je potrebné budovať vzťahy medzi dodávateľmi a odberateľmi, t. j. medzi šéfkuchármi reštaurácií a farmármi. Väčšina reštaurácií už pochopila, že bez farmárov svojim hosťom len ťažko ponúkne skutočnú kvalitu. „Farmárov sa usilujeme podporovať a pomáhať im, pretože keď sa bude dať im, bude sa dať i nám. Vďaka nim sa totiž dostávame k zaujímavým, ale najmä kvalitným surovinám, ktoré našim

jedlám dávajú originálny rozmer,“ vyjadril sa v jednom rozhovore Martin Štangl, executive chef pražskej reštaurácie Eska.

Tento názor je v súlade s aktuálnymi trendmi, konkrétne so stúpajúcim záujmom o lokálne produkty. Vyznávači tohto trendu - tzv. „locavores“ - sú ľudia preferujúci produkty lokálnych výrobcov a farmárov. Niektoré reštaurácie ponúkajú hyperlokál-

ne (niekedy sa používa i výraz brutálne lokálne) jedlá, ktorých príprava má striktné pravidlá (jedlá sú sezónne, miestne či regionálne, suroviny len od okolitých farmárov alebo z vlastnej farmy či chovu). Dnes už totiž nestačí uviesť: „Varíme z lokálnych surovín“, návštevníci reštaurácií sa začínajú pýtať na skutočný pôvod surovín, na spôsob ich pestovania či chovu. Dokonca reštaurácie, pre ktoré je taký prístup bežný,



to ani nezdôrazňujú, pretože slová „sezónny, lokálny, farmársky“ sú tak často marketingovo zneužívané, že sa stávajú akýmsi klišé bez hodnoty.

Každý kuchár by mal vedieť, koľko energie a financií je za surovinou, ktorú dostane „na stôl“. Mnohí z nich sa preto z času na čas vyberú za farmárom, a to nielen zistiť, ako sa mu darí, ale sa aj inšpirovať. Vzťah medzi šéfkuchárom a farmárom prináša benefity obom stranám. „Pre šéfkuchára je veľmi dôležitý osobný kontakt s dodávateľom a so surovinou. Tá musí byť perfektná, aby bolo možné splniť poslanie každého šéfkuchára – uvariť vynikajúce jedlo a hosťom darovať jedinečný zážitok,“ vyjadril sa Thomas Keller, špičkový americký šéfkuchár.

„Na tabuli u vchodu do restaurace si každý môže prečítať stáří a váhu býka, dobu zrání, a i jeho identifikační číslo. My rádi říkáme, že u nás „Víte, co jíte“ a „Víte, co pijete,““ uviedla Vítka Bajčanová, šéfkuchárka

pražskej reštaurácie Bílá kráva. Niektoré môžu namietat, že bez niektorých exotických surovín sa v kuchyni jednoducho nezaobíde. Ale i z lokálnych surovín sa dajú vyrobiť vhodné alternatívy. Stačí sa len inšpirovať (aj v zahraničí) a uvedené postupy „preniesť“ do vlastnej kuchyne

DAJTE O SVOJOM FARMÁROVI VEDIEŤ

Priamy dialóg s hosťom sa dnes nedeje len v reštaurácii, ale i prostredníctvom sociálnych sietí, blogov, newsletterov či rôznych aplikácií. Prečo teda nedať svojmu zákazníkovi vedieť odkiaľ pochádza surovina, na jedle z ktorej si práve pochutnáva? Mnohí z nás sa radi dozvedia, čo všetko sa muselo stať, kým pred nás čašníik postavil chutný steak či vynikajúci šalát. Zavedte svojich návštevníkov za farmárom či chovateľom, ukážte im ako hospodári a na čom si dáva osobitne záležať. Napíšte do jedálneho lístku meno farmára alebo odrodu zeleniny, ukážte, že prívlastok „lokálny“ nie je len prázdny klišé...

ZAÚJALO NÁS

BEZKLIETKOVÝ ZÁVÄZOK

Postoj verejnosti je jasný – zákaz klieťkového chovu na Slovensku si podľa prieskumu agentúry Focus z konca roka 2019 želá vyše 60 percent ľudí. Štyri slovenské reštaurácie a kaviareň sa rozhodli skončiť s používaním klieťkových vajec. Stali sa tak na Slovensku prvými, ktoré sa rozhodli oficiálne chrániť sliepky vo svojej dodávateľskej sieti pred krutosťou klieťkového chovu. Pre bezklieťkovú politiku sa rozhodli bratislavské podniky 1. Slovak pub, Kláštorň pivoar, Bratislavská reštaurácia Flagship a Kaviareň F. X. Messerschmidta, ako aj stupavská reštaurácia spojená s farmou – Biofarma Príroda. K iniciatíve sa nedávno pridala aj prvá reštaurácia na Liptove – Koliba Tri studničky u Tomášovcov. „Ľudia si čoraz väčšími uvedomujú, aký vplyv má ich voľba na životy sliepok a zodpovednosť chcú vidieť aj od firiem. Sme preto veľmi radi, že prvé záväzky chrániť sliepky prichádzajú už aj od popredných reštaurácií. Ich rozhodnutie prijať bezklieťkový záväzok je výborným krokom a nastavuje nové štandardy gastro služieb na Slovensku, ktoré budú čoskoro nasledovať aj ďalšie reštaurácie,“ vyjadril sa Martin Smrek, predseda zvieracoprávného združenia Humánny pokrok a koordinátor kampane za skončenie klieťkového chovu sliepok na Slovensku *Viac neznesiem!*



3 otázky pre Ľuboša Mudráka zo spoločnosti Food Trace s. r. o., ktorá prostredníctvom svojho projektu na platforme TE-FOOD uviedla na trh transparentnosť v poskytovaní informácií o pôvode potravín.

Ako budú môcť návštevníci reštaurácií zistiť všetko o pôvode použitých surovín?

Stačí im fotoaparát mobilného telefónu, ktorým načítajú QR kód z jedálneho lístka pri danom jedle a dostanú komplexnú informáciu o pôvode jedla a jeho ceste až na stôl reštaurácie.

Ako tento systém funguje? Na čom je založený?

Systém funguje na blockchain technológii, ktorá vie unikátne zabezpečiť transparentnosť a bezpečnosť informácií, ktoré sa dostávajú ku konečnému užívateľovi. Informácie o surovinách musia byť dynamické a vždy aktuálne v čase. Reštaurácia nepotrebuje nakupovať žiadne dodatočné technologické vybavenie na implementáciu nášho systému sledovateľnosti. Stačí mobilný telefón pre reštauráciu, ako aj pre farmára alebo iného dodávateľa potravín a surovín. Iba v prípade zvýšenia užívateľského komfortu si môže reštaurácia zabezpečiť napríklad tablety.

Aký benefit prináša pre hotelierov a reštaurátorov? Je oň záujem?

Prináša konkurenčnú výhodu, odlíšenie od bežných reštaurácií, ktoré ponúkajú „iba“ jedlo a zvyšuje dôveru zákazníkov k reštaurácii. V marci 2020 sme uviedli na slovenský trh spoluprácu s retailom a s prvou reštauráciou na Slovensku. V tom čase sa začala pandémia koronavírusu, reštaurácie sa zatvorili a riešili sa dôležitejšie problémy. V retaili pokračujeme a tešíme sa čoraz väčšej obľube nášho produktu pre transparentných výrobcov a retailerov, ktorí sa neobávajú poskytnúť spotrebiteľovi maximum informácií o pôvode a zložení svojho produktu. Existuje veľa reštaurácií, ktoré chcú byť transparentné a hosťom chcú ponúkať kvalitné potraviny a suroviny v jedlách, ktoré pripravujú. Pre tieto reštaurácie máme hotové riešenie, ktoré zvýši dôveru a pozitívne vnímanie ich značky a umožní im odlíšiť sa od konkurencie.

Oskenujte si QR kód a zistíte, ako to funguje:



www.tracefood.sk



Ako by ste zhodnotili spoluprácu reštaurácií s farmármi?

Záujem verejnosti o pôvod surovín, ktoré sú spracovávané v gastro prevádzkach, sa jednoznačne zvyšuje (aj vzhľadom na množstvo potravinových káuz, ktoré našu spoločnosť v nedávnej minulosti poznačili), na čo zodpovední prevádzkovatelia reagujú zvyšujúcim sa dopytom po informáciách, ale aj priamej návšteve výrobných priestorov našej spoločnosti či priamo pasienkov, kde sa zvieratá voľne pasú. Veľmi radi si nechajú vysvetliť celkový proces spracovania, zrenia či balenia mäsa, ktorý potom približujú zákazníkom. Čoraz viac konzumentov sa drží hesla – sme to čo jeme a preto im nie je ľahostajné odkiaľ surovina pochádza. Boli by sme radi, keby sa tento trend rozšíril aj na prevádzky bežného/denného stravovania, aby jedlo nebolo len „palivom“, ale pôžitkom, ktorý nás aj počas bežného pracovného dňa vytrhne z reality a poteší naše zmysly. **Veronika Špičková, referent pre odbyt, spoločnosť Kravač&Co., Vranov nad Topľou**

Spolupráce s předními českými restauracemi si velmi vážíme, ceníme si přístupu restaurátorů k malým farmářům, díky kterému si koncoví zákazníci mohou vychutnat jídla z čerstvé zeleniny. Bohužel, ne všichni se rozhodli podporovat lokální farmáře a nadále odebírají zboží od různých dodavatelů, kde se nedá spolehnout na původ zeleniny. Proto si velmi vážíme těch restaurací, které se vydaly touto cestou a vynaloží úsilí objednávat z různých malých farem. Na oplátku se snažíme pěstovat zeleninu dle jejich přání a pokaždé najít společnou řeč. Myslím si, že jen takto lze gastronomii povýšit na vyšší úroveň a docílit toho, aby host odcházel z restaurace vždy s úsměvem.

Petr Aujeský, farmář, Rodinná farma Pesema, Semice



MĚLI BYCHOM VYJET ZA FARMÁŘI

ZDROJ Thomas Keller – Masterclass/jidloaradost.cz FOTO AdobeStock, unsplash.com

Všichni chceme vařit ze surovin, které jsou udržitelné, bio a lokální – ale co to vlastně znamená? Šéfkuchař Thomas Keller (americký šéfkuchař, patřící ke světové špičce, jehož restaurace jsou držiteli několika michelinských hvězdiček) považuje vybírání co nejlepších ingrediencí za dlouhodobé předsevzetí všech kuchařů, které by se mělo promítnout do běžné kuchařské reality. Jak?

Každý kuchař hledá cestu ke skvělým produktům. Ta však bývá delší než jeden telefonát do velkoobchodu – vyžaduje odhodlání pátrat po výjimečné kvalitě, tradiční řemeslné výrobě a spolehlivých dodavatelích. Co je při nákupu surovin rozhodující a jaký je skutečný význam označení jako „lokální“, „organický“ nebo „udržitelný“?

LOKÁLNOST

První a zásadní otázka zní: Odkud surovina pochází? O lokálnosti se hodně mluví, ale těžko se definuje, a už vůbec se nedá počítat na kilometry. Lokálnost totiž ani tolik nesouvisí s geografii jako spíš s kvalitou ingrediencí. „Nemá smysl, aby si kuchař určil přesnou vzdálenost a nakupoval jen v dané oblasti. Jestliže najdu místního

farmáře, který pěstuje rajčata, ale nestará se o jejich kvalitu ani o půdu, raději oslovím zemědělce, který hospodaří o dvacet kilometrů dál, ovšem svoji práci miluje a dodává prvotřídní zeleninu, a to třeba i mnohem chutnější a udržitelnější,“ konstatuje šéfkuchař Thomas Keller. Lokální zdroj totiž může, ale nemusí být podmínkou kvality. Stejně důležité je uvědomit si,



“CESTA KE SKVĚLÝM PRODUKTŮM BÝVÁ DELŠÍ NEŽ JEDEN TELEFONÁT DO VELKOOBCHODU – VYŽADUJE ODHODLÁNÍ PÁTRAT PO VÝJIMEČNÉ KVALITĚ, TRADIČNÍ ŘEMESLNÉ VÝROBĚ A SPOLEHLIVÝCH DODAVATELÍCH.”

Thomas Keller

že nejde jen o surovinu, ale taky o farmáře, rybáře, lovce nebo houbaře, který restauraci zásobuje. „Příklonem k lokálnosti zároveň podporujeme práci lidí kolem nás a my sami bychom měli vyjet z kuchyně za farmáři, abychom pochopili a docenili jejich způsob hospodaření,” zdůrazňuje Thomas Keller.

OSOBNÍ KONTAKT

Biokvalita je v obchodech i na trzích stále dostupnější, šéfkuchaři by ale místo nápisů „bio“ či „biodynamický“ měli zkou-

mat příběh konkrétního farmáře, jeho záměr a způsob hospodaření. Oficiální známka je sice zárukou ekologické produkce, na prvním místě však při hledání kvality zůstává osobní zkušenost. „Certifikace je rozhodnutí farmáře, stejně jako si vy nastavujete, jakou váhu pro vás tahle nálepka má. Pro šéfkuchaře hraje velkou roli osobní kontakt s dodavatelem a se surovinou. Ta musí být perfektní, abychom splnili naše poslání – uvařit výtečné jídlo a darovat hostům silnou vzpomínku,” připomíná Thomas Keller.

UDRŽITELNOST

Udržitelná kuchyně se ohlíží na přístup zemědělců k životnímu prostředí a podílí se na fungování komunity, která se tvoří okolo farem a řemeslníků. „Více než třicet let nám dováží ryby a mořské plody jedna paní z poměrně vzdáleného ostrova. Pomáháme tak rybářům, kteří vědí, co je to udržitelnost, a tamní ekonomice, bez které by jejich komunita možná dávno zanikla,” vypráví Thomas. Jeho restaurace ukazuje, že podmínkou udržitelnosti je férová spolupráce s lidmi, kteří tuto myšlenku sdílejí, uskutečňují a předávají dalším generacím.

PODPORA VLASTNÍCH FARMÁŘŮ

Čtvrtý faktor směřuje k dlouhodobé udržitelnosti a zároveň usnadňuje hledání ingrediencí, které posouvají restauraci z průměru na špičku. „Jako kuchaři byste měli hostům servírovat speciální zážitek z jídla, ale to se může podařit jen s těmi nejlepšími surovinami od farmářů a zahradníků. Právě ty dělají vaši restauraci výjimečnou,” tvrdí Thomas. V podpoře dodavatelů tak vidí způsob, jak si otevřít dveře ke stabilní kvalitě, kreativě a jedinečnosti.

BUDOVÁNÍ VZTAHŮ JE KLÍČOVÉ

PŘIPRAVILA Alena Reháková FOTO archiv Martina Štangla, AdobeStock

Než se z farmáře stane kuchařův kolega, uběhnou ne dny, nýbrž týdny, měsíce, někdy i léta. Příkladem úspěšné spolupráce mezi šéfkuchařem a dodavatelem je pražská restaurace Eska, kterou vede Martin Štangel. Právě jemu jsme položili několik otázek.



Zajímají se návštěvníci restaurací o původ surovin, ze kterých vaříte?

Díky sociálním sítím má spousta hostů informace o tom, z čeho vaříme. Stává se například, když přivezu nákup, že hosté vědí, odkud suroviny pocházejí. Potom je samozřejmě skupina lidí, kteří u nás ještě nebyli, nebo nás neznají a ti se vyptávají. Když bych to měl vyjádřit procentuálně, tak je to zhruba padesát na padesát – lidi, kteří sem chodí na oběd se zajímají a vyptávají méně než ti, kteří přicházejí za zážitkem na večeri.

Je pravda, že výtečné jídlo lze uvařit jen z výtečných surovin?

Ano, to určitě platí.

Jak by měl kuchaři postupovat při výběru dodavatele? Je to v jeho pravomoci?

To je podle mě klíčová práce šéfkuchaře – sehnat dodavatele a suroviny na vaření. On ví, co chce vařit a jaké suroviny na to potřebuje.

Jak důležité jsou vztahy s farmáři?

Není nutné jezdit na rutinní každodenní nákupy, ale budování vztahů s farmářem je klíčové. Ukázalo se to například v karanténě – farmáři potřebovali nějakou jistotu, že nezavřeme a budeme od nich odebírat. Byli jsme s nimi v kontaktu, nakupovali od nich, a i díky tomu jsme si s mnohými udělali nadstandardní vztahy. Počítají s námi, mají pro nás suroviny rezervované a jsme na tom lépe

než ti, kteří nekomunikovali.

Co je podmínkou fungující spolupráce mezi šéfkuchařem a farmářem? Co se mohou jeden od druhého naučit?

My se od nich dozvídáme víc o surovinách – hlavně co, kdy a kolik je možné tady v Čechách vypěstovat. Někteří dodavatelé nás učí nové věci, například houbař pan Macůch vždycky přinese nějakou zajímavost a učí nás to používat – poradí, na co je to vhodné a tak podobně. My se inspirováme u zahraničních restaurací, pak jejich suroviny ukazujeme farmářům a ti se potom snaží sehnat semínka a surovinu pro nás vypěstovat. Podařilo se nám to například s chřestovým salátem, který jsme viděli v Dánsku v Relea. Standa Hecht ho vypěstoval, my ho vyzkoušeli a už se těšíme, jak ho na podzim nabídneme hostům. Farmáři se naopak naučí od restaurací, co v kuchyních potřebují, o co je zájem a co je ekonomické.

Jaké jsou překážky?

Hodně restaurací má obavy, že je farmář nedokáže zásobovat v dostatečném množství. Ale já pořád říkám, že je potřeba přemýšlet jinak – vařit z toho, co ten farmář zrovna nabízí a tomu upravovat menu, nikoli naopak. Rozumím tomu, že kuchaři například na jaře jsou pod velkým tlakem, aby hostům nabídli jarní menu a vaří ze zeleniny, která ještě není v Česku k dispozici, ale podle mě vařit z toho, co farmář zrovna nabízí, se vyplatí.

Jak s farmářskými produkty zacházet?

Co se zacházení týče, zelenina většinou potřebuje více péče – například bývá víc od hlíny, je s košťály, listy, bývá v ní více písku, oproti tomu konvenční zelenina je upravená, aby s ní nebylo tolik práce. Pokud to farmáři dělají správně, suroviny nejsou chemicky ošetřené a rychleji se kazí, navíc vypadají hůř, ale rozhodně nabízejí víc kvality.



KDO JE MARTIN ŠTANGL

Martin Štangel má rád přírodu, tradiční recepty a moderní techniky. Šéfkuchařem Esky se stal poté, co působil několik let na pozici sous-chefa v michelinskou hvězdou oceněném podniku La Degustation Bohême Bourgeoise. Žije v přírodě, na statku na Sázavě, odkud do Esky vozí divoké byliny, chová slepice a žije v sepectí s přírodou.

Proč investovat do leštičky skleniček?

Dokonalý povrch během několika sekund. Leštičky skla změni rozvrh pracovní doby na jeden jednoduchý postup. Kartáče ze 100 % mikrovlákna se přizpůsobí všem druhům skla. Je to jediný způsob, jak zajistit, že dochází k méně zlomeninám nožiček skla, méně úrazům zaměstnanců a hygienické i trvalé čistotě. Sušící systém zajišťuje maximální hygienu a dodává křišťálově čistý povrch, včetně odstranění vodních skvrn a šmouh. Výkonný horkovzdušný fukar a měkké rotační kartáče vysuší a vyleští sklo k dokonalosti za pár vteřin.

Až 350 sklenic za hodinu

Proč investovat do leštičky příborů?

Moderní a výkonné leštičky příborů jsou ideální pro HoReCa provozy všech velikostí. Jsou navrženy tak, aby příbory z nerezové oceli a stříbra usušily, vyleštily a dezinfikovaly. Leštící náplň tvoří vysoce absorbční produkt – ekologicky šetrná namletá sterilní kukuřičná drť. Granule jsou vždy suché díky termostatem řízenému topnému prvku. Silné UV záření příbory dezinfikuje.

1 500 – 11 000 ks příborů za hodinu

ROCAM®

Nově nabízíme vše pro bufet a servírování: bufetové chladicí a ohřevné systémy, infra lampy pro bankety a kuchyně, mobilní příborníky, servírovací vozíky.



EN PRIMEUR

ALEBO NAKUPOVANIE VÍN V PREDSTIHU

TEXT A FOTO WinePlanet.sk a Corner & Co.

En Primeur alebo „víno budúcnosti“ je spôsob nákupu vín v čase pred ich naflašovaním. Nákup sa robí rok po zbere, v čase keď má víno pred sebou ešte minimálne 12 mesiacov zrenia v barikových sudoch.



Hlavnou výhodou je možnosť kúpiť „veľké“ vína za výrazne nižšiu cenu, než za akú sa budú predávať po oficiálnom uvedení do predaja. Účelom kúpy môže byť príležitosť zadovážiť si špičkové víno za výbornú cenu na vlastnú spotrebu alebo investícia do vína s cieľom ďalšieho predaja.

AKO TO FUNGUJE?

Princíp nákupu spočíva v správnom odhade vyzrievania vín na najbližšieho 1,5 roka a viac. Teda vína sa zaplatia obchodníkom ešte pred dokončením. Začiatkom apríla sa v Bordeaux stretávajú negocianti a obchodníci, aby posúdili vína z predošlého ročníka. Na základe kvality (aj financií) vyberú vína, ktorých časť ponúknu svojim klientom za „uvádzacie ceny“. Klient potom čaká rok a pol, kým sa jeho vína po vyzrievaní a naflašovaní dostanú k nemu. Nespornou výhodou ušetrenia finančných nákladov (aj 20 percent z ceny) môže byť ich neskorší hodnotový a zberateľský rast. Dostať sa k nim cez En Primeur tak môže byť jediná cesta.

AKÉ BUDÚ „VÍNA BUDÚCNOSTI“?

Ponuka En Primeur od WinePlanet.sk prichádza v pravý čas, pretože ročník 2019 má všetky atribúty zaradiť sa k najlepším za posledné dve dekády. Navyše ceny vín klesli vo viacerých prípadoch o viac než 20 percent v porovnaní s ročníkom 2018. Zmenou obchodnej stratégie, dopytu a množstva vyrobeného vína sa oživuje

záujem v tomto segmente nielen v tradičných destináciách, ale aj na nových trhoch Európy. Možnosť vlastniť časť vín, ktoré ležia ešte v sudoch prestížnych Château patrí každoročne k najvzrušujúcejším dôvodom, prečo sa zapojiť do kampane En Primeur.

PREDAJ EN PRIMEUR NA WINEPLANET.SK JE SPUSTENÝ!

„Z veľkého množstva zúčastnených Château na aktuálnom En Primeur som pre vás vybral deväť zaujímavých vín. Všetky reprezentujú vynikajúci nákup s ohľadom na ich kvalitu a klasifikáciu. Ďalšími kritériami pri výbere bola stúpajúca krivka ich hodnoty počas posledných rokov, investície do vinohradov a spracovania hrozna, implementácia biologických alebo biodynamických postupov pri ich výrobe, klasický rukopis v senzorickej prejavu a napokon predpokladaný pozitívny vývoj vo fľaši. Samozrejme, do výberu sa premietla aj osobná preferencia či sympatie k výrobcovi. Veď kto by nechcel mať doma víno od Caroline Frey. Netreba zabúdať na geniálne vína Le Puy, ktoré máme k dispozícii počas celého roku, za „En Primeur“ ceny,“ hovorí Rastislav Šuták, somelier WinePlanet.sk a Corner & Co.

Vína z kolekcie En Primeur ponúka WinePlanet v limitovanom počte, čo znamená, že s nákupom netreba vyčkávať. Naskladňovať sa začnú najskôr na jeseň 2021, postupne až do jari 2022.



1. Château Batailley Pauillac, 5e Cru Classe 2019
2. Château Carbonnieux Blanc, Pessac-Leognan, Cru Classe 2019
3. Château du Domaine de l'Eglise Pomerol 2019
4. Château Du Tertre Margaux, 5e Cru Classe 2019
5. Château Gloria Saint-Julien 2019
6. Château La Dame de Montrose Saint-Estephe 2019
7. Clos De L'Oratoire Saint-Emilion, Grand Cru Classe 2019
8. Château Lynch-Moussas Pauillac, 5e Cru Classe, 2019
9. Château La Lagune Haut-Medoc, 3e Cru Classe 2019



Vína z celej planéty
2 500 druhov vína a destilátov a doručenie do 48 hodín na celé Slovensko. Využite bleskovú zásielku do hodiny pre Bratislavu a okolie.
www.wineplanet.sk

TECHNOLÓGIE POMÁHAJÚ TURIZMUS REŠTARTOVAŤ

TEXT A FOTO SORTEC EUROPE s.r.o.

Jeseň bola vždy farebná a plná listov, ale aj pochmúrna a upršaná. A tento rok aj plná otázok o budúcnosti. Už po prvých týždňoch, počas ktorých sa opäť začali zvyšovať počty nakazených na Covid-19 sme vedeli, že ak chceme niečo posunúť správnym smerom, musíme začať od seba.

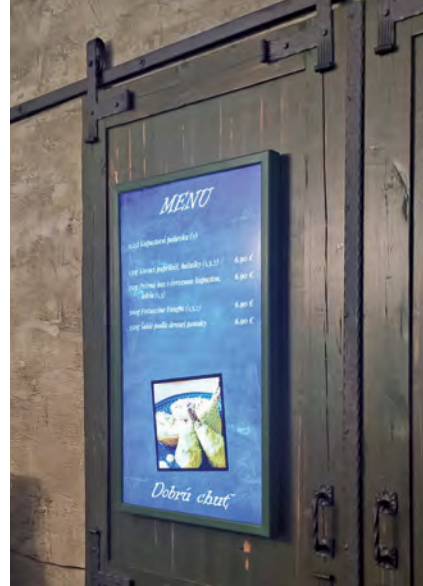
Do nášho showroomu sme postavili stojan na bezobslužné automatické meranie teploty spojené s dezinfekciou rúk. Ľudí sme informovali o opatreniach na našich digitálnych menuboardoch a aj priamo na prístroji, ktorého displej sme zmenili na malý prezentačno-informačný portál. Nasadenie menuboardov do reštaurácií bolo veľmi rýchle a sami sme boli prekvapení, ako si majitelia žiadajú digitalizáciu denného menu a ostatných ponúk. Pri zisťovaní dôvodu prišli jednoznačné a prak-

tické odpovede – dezinfikovať papier je zložitejšie ako displej! Keď hostia čítajú menu na digitálnom menuboarde nemusia nič chytať a priestor sa ľahšie udržiava. To isté platí pri informáciách v hotelovej izbe – tlačný leták sa dezinfikuje ťažko. Naproti tomu diaľkové ovládanie TV ľahko a rýchlo. Menu vložené do TV má väčšiu šancu na pozornosť ako papier položený na stole, prikrytý hneď pri vstupe do izby kabelkou. Všetky argumenty sme si vďaka vypočuli, pretože nám pomohli

pozrieť sa na tieto výnimočné produkty nielen z perspektívy dokonalého marketingu a reklamy pre ich majiteľa, ale aj z pohľadu praktickosti a použiteľnosti v každej situácii.

Ďalšou novinkou, ktorá začína byť veľmi žiadaná, je check-in kiosk – automat, ktorý dokáže ubytovať hosta v hoteli, a ktorý by mohol dostať prívlastok „univerzálny nadčasový pomocník“. Realita nepustí, budúcnosť je neistá. S prihliadnutím na súčasný stav zatvorených hraníc a nemožnosť organizovať hromadné podujatia je nočná služba v hoteloch nákladom, ktorý sa aktuálne usilujú hotelieri znížiť. Kiosk umožňuje ubytovať hosta s rezerváciou, ale aj bez nej. Pomocou naskenovaného dokladu overí jeho totožnosť, prostredníctvom platobného terminálu mu umožní zaplatiť a generuje mu kartu od izby. Kiosk, samozrejme, slúži aj ako informačný a reklamný displej. Na jeho uplatnenie sa však nepozeralme len ako na možnú náhradu ľudskej sily, ale aj ako na spôsob pomoci pri resete a reštarte turizmu. V hoteloch určite jeho aplikáciu ocení každý zamestnanec na recepcii po príchode autobusu hostí. Nielenže uľahčí a zrýchli prácu personálu a zvýši spokojnosť hostí, ale poskytne aj všetky potrebné a žiadané informácie na „jeden klik“. Súčasne mu pripisujeme ďalší, v dnešnej situácii markantný bod za bezkontaktný spôsob ubytovania.

www.sortec.sk



DŌMOVINA



**Kamkoľvek sa vyberieš,
vezmi si so sebou aj kúsok domoviny.**

www.domovinamoja.sk



WORLDSTAR
WINNER 2020



DELIKATESA S VYSOKOU NUTRIČNOU HODNOTOU

TEXT Eleonóra Bujáčková FOTO unsplash.com, archív Attila Szabo

Ich liečivú silu poznajú niektoré národy už tisíce rokov. Znalci kulinárskeho remesla vravia, že ten, kto ich vníma ako plnohodnotnú surovinu, bude slávny. Vedia prečo – niekdajšie jedlo chudobných povýšili majstri-kuchári na delikatesnú záležitosť.

Reč je o hubách, ktoré čoraz častejšie nachádzame v ponuke reštaurácií. Upravené na rôzne spôsoby nie sú iba oživením tradičného sortimentu, v mnohých prípadoch sú prioritou. Príroda ponúka veľa druhov, dokonca ani odborníci si netrúfnu povedať koľko. Niektorí vravia, že ich je možno aj 1,5 milióna, ale aj tak stále všetky nepoznáme. Česi a Slováci chodia na huby húfne, v západnej Európe sa dali už len na pestované. A prečo ich zbierame? Huby majú vlákninu, vitamíny, bielkoviny, cukry a množstvo špecifických mikroprvkov, ktoré nenájdeme ani v ovoci ani v zelenine. Zbierame ich najmä pre špecifickú chuť a vôňu. Niektorých znalcov hnevá, že ľudia nepoznajú či neuznávajú niektoré naozaj „zázračné“ účinky húb. Napríklad hlivy a šampiňóny majú protirakovinové účinky. Takisto extrakt z horkáča alias podhribu žľčového. Alebo uchovec bazový. Ten je výborný na prípravu a chuťovo rovnaký ako tie čierne čínske huby z dovozu, ale málokto o tom vie.

JEDLO AJ LIEK
Nielen v Ázii boli huby po tisícročia známe ako mnohostranný liek. Aj v Európe sa využívali na zdravotné účely, a to vraj už v mladšej dobe kamennej. Ani stredovekí liečitelia a lekári sa hubám nevyhýbali. Odporúčali ich ľuďom s chorými pľúcami, pečeňou, slezinou, so žltackou alebo pri črevných kolikách a problémoch s močením. Huby majú pozoruhodne vysoký obsah stopových prvkov, najmä zinku a železa. Cenný je vitamín D, kyselina pantotenová (známa skôr ako vitamín B5) a vitamín B3. Zistilo sa, že huby môžu byť výborným zdrojom probiotík, najmä beta-glukánu, ktorý priaznivo pôsobí na civilizačné choroby,



ako sú poruchy imunity alebo nádorové ochorenia. V hubách nájdete dôležité esenciálne aminokyseliny, ktoré si naše telo nevie vytvoriť a enzýmy. A keďže majú v porovnaní s inou zeleninou veľmi nízky obsah sacharidov, výborne sa hodia pri redukčnej diéte.

Ktoré huby sú najlepšie to nikto s určitosťou nevie, pretože sto ľudí, sto chutí, každá huba má svoju špecifickú chuť a vlastnosti a hodí sa na niečo iné. Môžete ich variť, vysmážať, piecť, grilovať alebo dokonca jesť surové. Preto ak bažíte po tejto pochúťke, zadovážte si ich z overeného zdroja – certifikovaní dodávatelia, alebo skúsení hubári.

Dnes je už celkom bežné, že sa objavujú aj v ponuke reštaurácií. Českí aj slovenskí šéfkuchári pochopili, že i jedlá z húb ich môžu odlišiť od konkurencie. Ak ste ich teda ešte neskúsili, je tu najvyšší čas, aby tieto pochúťky jesene obohatili aj váš jedálny lístok.

JESEŇ A HUBY
Hlavne na jeseň majú huby svoje nezastupiteľné miesto nielen v domácej, ale i v profesionálnej kuchyni. Sú úžasne aromatickou zložkou rôznych druhov jedál, ale môžu na našom stole figurovať aj ako samostatný pokrm.

Už cisár Nero túto gastronomickú perlu nazýval ako „cibus decorum“, teda „pokrm bohov“. S touto charakteristikou súhlasí aj majster šéfkuchár a majiteľ Attila Szabo z príjemnej rodinnej reštaurácie na skok od Bratislavy - Attila Restaurant – Čunovská csárda. Chýr o ich kuchyni ide ďaleko, klasické slovensko-maďarské recepty v modernom prevedení oslovia každého.



„V našej reštaurácii nie je azda taký týždeň, aby sme niečo nepripravovali z dubákov. Sú doslova lahôdkou, pripravujeme ich nielen pre chuť, arómu, ale aj pre obsah vitamínov a minerálov, dokonca sa vraví, že majú aj liečivé účinky. A keďže je tu sezóna, tak v našej ponukovej karte nebudú chýbať nové jedlá s hubami.“ Attila Szabo, šéfkuchár



Vyskúšajte spolu s nami **Medailóniky z bravčovej panenky v slaninkovom župane s dubákovým ragú a zemiakovo-hľuzkové pyré.**

Ingrediencie na jednu osobu:

- 200 g bravčovej panenky
- 2 plátky prerastenej slaninky
- 50 g dubákov
- 50 g šalotky
- 0,05 l biele víno
- 0,02 l olivový olej
- 1 polievková lyžica masla
- tymian čerstvý – kávová lyžička
- štvorfarebné korenie – podľa chuti
- maldon soľ
- hrúbkový prach

Zemiakovo-hľuzkové pyré

- 2 veľké zemiaky
- 0,2 l mlieka
- 1 kávová lyžička hľuzkového oleja
- Tartufo
- 1 polievková lyžica masla
- soľ podľa chuti

Postup:

Panenku očistíme a osolíme, prudko opečieme z oboch strán, okoreníme štvorfarebným korením, obalíme ju do slaninky alebo panchety (sušená talianska slanina) a dáme piecť do rúry na 180 stupňov. Pečieme asi 10 minút.

Na olivovom oleji opražíme najemno nakrájanú šalotku, pridáme na väčšie kusy nakrájané dubáky, podlejeme bielym vínom, pridáme soľ, korenie, tymian, krátko podusíme, šťavu zredukujeme a zahustíme maslom. Na zvýraznenie chuti dochutíme hrúbkovým prachom.

Zemiakovo-hľuzkové pyré:

Očistené zemiaky uvaríme, osolíme, pridáme maslo, rozšľaháme na jemné pyré, ktoré dochutíme hľuzkovým olejom a servírujeme.



„K jesennému menu by som určite zvolila kategóriu lahších až stredne plných červených vín, s bohatou, ovocnou chuťou, sviežimi, vyššími kyselinami a harmonickými tanínmi. Klasickou voľbou by boli Frankovka modrá, Svätovavrinecké, Modrý Portugal, Rulandské modré, Zweigeltrebe, obľúbený Dunaj. K jedlám z diviny odporúčam vyskúšať Neronet. K jedlám z tekvice a predjedlám z diviny by som volila aromatické biele odrody, ako Tramín červený, Irsai, Muškát, Pálava, Devín a mojím výberom by bol jednoznačne Rizling rýnsky s decentným zostatkovým cukrom. Hubové jedlá sa vhodne párujú s minerálnymi červenými vínami, v ktorých dominujú zemité nuansy. Rulandské modré a Frankovky sú skvelou voľbou. Gaštanové dezerty si žiadajú napríklad populárne frizzante z Muškátu, alebo talianske Moscato d'Asti.“ Kristína Kováčiková, somelierka Best Wines Distribution, s.r.o.

KRISTÍNA KOVÁČIKOVÁ ODPORÚČA:



MARTIN POMFY MAVÍN – CUVÉE CABALI, 86 % ALIBERNET, 13 % CABERNET FRANC, 1% CABERNET SAUVIGNON

Hlboká granátovo-fialová farba. Výrazná a vyzretá vôňa tmavého ovocia s dominanciou ču-
čoriedkovo-černicového džemu spolu s tónmi maku a korenia. Chuť je bohatá, silu vína umocňuje plná tanínová textúra. V ústach svieže a šťavnaté. Na jazyku tmavé bobuľoviny, zrelé kôstkoviny a dotyk korenia. Dlhý ovocný záver.



FRANKOVKA MODRÁ 2016, VINÁRSTVO MIROSLAV FONDRK, TOMÁŠOV

Elegantná, harmonická, ovocná Frankovka, pripomínajúca obľúbený Burgenlandský štýl. Dominujú tóny sladkého a čierneho korenia, doplnené nuansami višní, sliviek, tabaku, kože a sladkého drierka. Komplexná, plná chuť je povzbudená energickou Malokarpatskou kyselinou a zrelými tanínmi. Očari dlhý, ovocný záver so zemítm pozadím.

Uvedené vína zakúpite v Best Wines Distribution, www.bwd.sk

S BATERKOU NA HUBY

PRIPRAVILA Alena Reháková FOTO archív E. Valentoviča

Zber húb na Slovensku i v Čechách sa stal národným športom. Vedeli ste však, že v obidvoch krajinách sú ľudia, ktorí sa zberu húb venujú profesionálne? Jedným a jediným na Slovensku je Erik Valentovič, s ktorým sme sa rozprávali, ako inak, o hubách...

Aké je to byť profesionálnym hubárom a čo si pod týmto pojmom máme predstaviť? Čím musí disponovať dobrý hubár?

Táto profesia je nesmierne zaujímavá, nevsedná a zriedkavá. Pokiaľ viem a mám správne informácie, som jediný profesionálny hubár na Slovensku. Moja práca si vyžaduje veľmi dobré plánovanie a disciplínu. Okrem toho aj znalosť terénu, vynikajúcu orientáciu a, samozrejme, aj šťastie. Bez toho by to nešlo. Ale tu sa to nekončí; musím disponovať aj dobrou kondíciou, intuíciou a čo je najdôležitejšie – dobrým zrakom.

Boli huby vždy vaším hobby?

Huby sú moja vášeň odmalička. Už ako dieťa som chodil s rodičmi a starými rodičmi do lesa na huby. Myslím si, že to bol veľmi dobrý základ a podpísal sa na tom čo a ako teraz robím.

Koľko druhov húb zbierate a kto je vaším odberateľom? Ktorá je vaša najobľúbenejšia? Koľko húb ročne nazbierate?

Zbieram veľké množstvo druhov húb, prakticky od skorej jari až do neskorej jesene, dokonca až do zimy. Ak sa na to pozrieme v počte druhov, hovoríme o viac ako tridsiatich druhoch. Mojimi odberateľmi sú prevádzky top reštaurácií a siete hotelov po celom Slovensku. Samozrejme, aj siete potravín a súkromné osoby.

Ťažko povedať, ktorá huba je moja najobľúbenejšia, všetky sú výnimočné... Vždy, keď je sezóna na určitý druh, tak práve tá huba je moja najobľúbenejšia, lebo aktuálne rastie a robí mi radosť. A čo sa týka množstva húb, ktoré ročne nazbieram? To je veľ-

mi ťažká otázka, ale jednoznačne môžem povedať, že sú to tony...

Môžete prezradiť, kam chodíte na huby? Máte osvedčené miesta? Ako taký zber prebieha? Máte plán koľko húb denne musíte nazbierať, aby ste splnili objednávky?

Huby zbieram na celom Slovensku – v lesoch, horách a na lúkach. Každý hubár či už profesionál alebo hobby zberateľ má svoje top osvedčené miesta. Sú to miesta niečím výnimočné, napríklad silným podhubím (mycéliom) a nadmerným rastom sezónnych druhov. Okrem toho disponujem „vlastným lesom“ (v osobnom vlastníctve, pozn. red.), kam tiež chodí na huby. Na huby chodím zvyčajne skoro ráno, ale nie je to pravidlom. Často sa stane, že sa na huby dostanem až neskoro popoludní alebo aj večer. Niekoľkokrát som bol zbierať huby s baterkou. Niekedy sú to aj niekoľkodňové výpravy. Denne treba nazbierať niekoľko desiatok kilogramov, aby som uspokojil dopyt. A niekedy ani to nie je dostačujúce.

Čo všetko vplýva na rast húb a ako sa vyvíja tohtoročná sezóna?

Na rast húb vplýva najmä vlhkosť, úhrn zrážok, ďalej vplyv človeka na biotopy (ťažba a následná erózia a pod.). Ak by som mal zatiaľ hodnotiť tohtoročnú koronasezónu z podnikateľského hľadiska, je veľmi špecifická, ale čo sa týka rastu a výskytu húb je štandardná. Ako som už spomínal, všetko je to podmienené úhrnom zrážok.

Huby dodávate aj do reštaurácií vrátane prestížnych. O aké huby je záujem? V akej forme (čerstvé, sušené, hubový prach...)?

Áno, huby sa dodávajú najmä do prestížnych reštaurácií a hotelov. Veľký záujem je o známe druhy húb, ako sú kúratko jedlé, hríby, smrže a srmčkovce. Záujem je aj o menej známe huby, ktoré sú veľkým lákadlom pre zákazníka. Ide o trhové huby, ktoré sú menej obvyklé alebo majú zriedkavejší výskyt, ako napríklad sírovec obyčajný, vatovec obrovský, tanečnica poľná, masliak obyčajný a tak ďalej. Huby dodávam najmä v čerstvom stave a v prvotriednej kvalite. Samozrejme, huby sa aj sušia a mrazia, je to štandardný sortiment, po ktorom je dopyt.

Neboja sa šéfkuchári experimentovať s neobvyklými hubami resp. prehlbovať si svoje vedomosti o hubách?

Experimentovanie šéfkuchárov s rôznymi druhmi húb iba schvaľujem. Všetko sa to deje v rámci bezpečnosti, keďže pracujem iba s tzv. trznými hubami – t. j. s takými, ktoré je povolené uvádzať na trh. Šéfkuchári radi experimentujú, ale ťažšie je to so zákazníkmi pri výbere jedla.

Keď dodáte huby do reštaurácie, poradíte, ako ich skladovať? Predpokladám, že je to dôležité... prípadne odporučíte, na čo je tá-ktorá huba vhodná, ako môžu huby ďalej spracovať –napríklad nakladať?

Čerstvé huby dodávam uložené v kartónovom recyklovanom obale. Najlepšie a najsprávnejšie je uskladniť ich v chlade. Každá prevádzka disponuje chladiarenským boxom, takže toto nie je problém. Huby sú uložené v malej vrstve aby dýchali a nezaparili sa. Samozrejme, niekedy aj radím ako daný druh huby upravovať alebo spracovať. Som rád, že sa môžem



podeliť so svojimi skúsenosťami alebo s domácimi receptami.

Ako hodnotíte spoluprácu s reštauráciami? Spolupráca s reštauráciami je pre mňa kľúčová, zabezpečuje mi odbyť a dlhodobú spoluprácu. So zásobovaním reštaurácií som začal, ale dnes už dodávam huby aj do exkluzívnejších potravín.

Spolupracujete aj so známymi šéfkuchármi? Áno, spolupracujem. Keďže moje meno je na trhu zvučné, spolupracujem s top reštauráciami, za ktorými „stojá“ známi a najlepší šéfkuchári. Je ich veľa.

Aké je vaše obľúbené jedlo z húb?

Oblúbených jedál mám niekoľko, od celkom jednoduchých dusených húb s vajčkom, cez kyslé polievky až po gurmánske plnené smrže.

Čomu sa venujete keď práve nezbierate huby?

Voľného času mám veľmi málo. Každý človek pôsobiaci v gastro oblasti dobre vie, ako to je. Mám však veľkú výhodu, že aj v práci som v lese, a teda v prírode. Každá moja voľnočasová aktivita je v prírode či už na hubách, na prechádzke, na rybačke alebo pri mapovaní výskytu húb a objavovaní nových lokalít. Keďže som aktívny športovec a od útleho veku sa venujem adrenalínovej jazde na bicykli, tak

veľa času trávim aj na ňom. Pomáha mi to aj pri práci, keďže na bicykli viem rýchlejšie zmapovať lokalitu. Spájam tak príjemné s užitočným.

Ak sa chcete stať profesionálnym hubárom, musíte zložiť mykologickú skúšku, ktorá pozostáva z písomnej a ústnej časti. Komisia vás preskúša nielen zo znalosti húb, ale aj z príslušnej legislatívy. Po úspešnom vykonaní skúšky získate osvedčenie o odbornej spôsobilosti. Aj na uvádzanie húb na trh vrátane ich dodávky do reštaurácií, potrebujete mať oprávnenie na podnikateľskú činnosť. Na trh môžete uvádzať len huby z tzv. zoznamu trzných húb.

DENISA ŠUTÁKOVÁ
ODPORÚČA:



HUSACIA PEČEŇ:

↑ Albert Bichot Crémant de Bourgogne, PURE Blanc de Blancs 0,75l brut

Šumivé víno z Francúzska s označením Crémant de Bourgogne, vyrobené z odrody Chardonnay. Delikátny, svieži Crémant s pikantnou kyselinou, ktorá redukuje tuk z husacej pečene a príjemne naladí chuťové bunky na ďalší chod.

JESEŇ NA TANIERI,
VÍNO V POHÁRI

TEXT Denisa Šutáková, somelierka WinePlanet.sk a Corner & Co.

Jeseň je plná farieb. Žltá, oranžová, červená, hnedá; tieto farby dominujú v jesennom menu na tanieri. Jeseň je gastronomickým sviatkom, dôležitú úlohu zohráva sezónnosť. Pečená hus, kačka, zverina, tekvica, huby a gaštany sú spojené s jeseňou. Tlmené hnedé odtiene lesných húb dopĺňa žiarivá oranžová farba tekvice. Z ľahkých bielych a ružových dovolenkových vín pomaly prechádzame k plnším štýlom bielych a najmä k červeným vínam.

PÁROVANIE VÍNA A JEDÁL

» Ryba, hus, kačka, zverina

Ryby sú súčasťou menu po celý rok, mení sa len druh a úprava. K jeseni patrí marinovaný pstruh s kapustou, jablkami a kôprovým krémom, pomaly pečený losos s cviklou a tekvicou, pečený jeseter s mrkvou a pastrnák. K nim sa výborne hodia mladé suché biele a ružové vína z odrôd Müller Thurgau, Veltlínske zelené, Rizling vlašský a z modrých Frankovka modrá alebo Svätovavrinské v ružovej verzii. Hus, husacia pečeň, kačka, lokše, zverinové ragú, pečená pernatá zverina – toto všetko dominuje v jesennom sezónnom lístku. Rovnako široká je aj ponuka vín. Ideálnym partnerom ku grilovanej husacej pečeni môže byť biele šumivé víno z burgundských odrôd v kategórii Brut a Extra Dry. Výborným spoločníkom je aj Tramín červený/Gewürztraminer, nie však v kategórii sladkých vín. Ku kačaciemu rilletes s domácim chlebom sa oplatí vyskúšať ružové šumivé víno. Jeseň je príležitosťou príjemne nabráť kilá pri tradičnej husacine s lokšami a kapustou. K nej môžete servírovať vyzretý Rizling rýnsky, Veltlínske zelené alebo Pinot Blanc, samozrejme, suchý s kyselinou, ktorá redukuje tuk. Z červených vín je lepšie vybrať ľahšie značky s kyselinou a hladkou tanínovou štruktúrou z odrôd, akými sú Frankovka modrá, Modrý Portugal, Svätovavrinské a Pinot Noir.

Najmä v Taliansku je jeseň spojená s hubami. Hľuzovka je diamant medzi hubami, ktorej kilogram môže stať aj niekoľko tisíc eur. Ravioli s hoblíkami hľuzovky alebo krémové rizoto s hľuzovkou a divokým zajačom, k tomu vyzreté Barolo je kombinácia ako opera Carmen priamo v La Scale. Zverina s ovocnou omáčkou zo sliviek, šípkok alebo červeného vína si žiada plnšie červené víno, ktoré má bohatšiu tanínovú štruktúru. Hlavnú úlohu pri výbere vín zohráva omáčka. K ovocnej omáčke, ako šípková a slivková je výborný Shiraz z Nového sveta alebo Tannat z Uruguaja. Hovädzie mäso alebo diviak na zelenine si najlepšie rozumie s červenými vínami zo Španielska, Portugalska alebo južnej Rhóny. Dobrým spoločníkom môžu byť i vyzreté vína z odrôd Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc, Merlot, alebo ich cuvée. Hovädzie líčka dusené na červenom víne s koreňovou zeleninou skvele doplní ovocný Malbec z Argentíny alebo Carmenère z Čile.

» Víno a tekvica, gaštany, jablká

Sladký tekvicový koláč s kvapkou tohtoročného medu a Tokajským 5-putňovým výberom je výbornou kombináciou. K jablkovému závinu je dobrou voľbou prírodné sladké a slamové víno. Ku gaštanovému krému s kvalitnou čokoládou vyberáme fortifikované vína – portské alebo sherry.



→ Fundus Regius Rizling rýnsky 0,75 l, r. 2013

Vyzretý Rizling spod Vihorlatu, ktorý sa neustále vyvíja. Plná a šťavnatá chuť s výbornou harmóniou. Prítomná, stále živá kyselinka, redukuje tuk z husi a príjemne dopĺňa chuť sladkokyslej dusenej bielej kapusty.



DENISA ŠUTÁKOVÁ
ODPORÚČA:

PEČENÁ HUS,
LOKŠE, KAPUSTA:

← Stift Klosterneuburg St. Laurent Reserve Tattendorf 0,75 l, r. 2016

Prírodná ovocná chuť Svätovavrinského s jemným dotykom dreva a elegantnou tanínovou štruktúrou a živou kyselinou, ktorá redukuje tuk z husi. Nielen farebne, ale i chuťovo ladí s dusenou červenou kapustou na víne.

Uvedené vína zakúpíte na www.wineplanet.sk

SLADKÝ
TEKVICOVÝ
KOLÁČ:

→ J&J Ostrožovič Tokajský výber 5-putňový 0,375 l, r. 2003

Víno s klasickým tokajským prejavom. Výrazné tóny sušeného ovocia a medu sa snúbia so sladkým tekvicovým koláčom s vlašskými orechmi a kandizovaným alebo sušeným ovocím.



ZVERINA (JELEŇ,
DIVIAK S OMÁČKOU):

← Arnoux & Fils Vieux Clocher, Gigondas 0,7 l, AOC, r. 2016

Čistá ovocná textúra, vynikajúca štruktúra a energia. Jemná acidita a zrelé taníny. Skvelá harmónia s pečeným jelením chrbtom s bylinkovou krustou, ale i k dusenému diviakovi na červenom víne a koreňovej zelenine.





„Divina bola od nepamäti zdrojom vitamínov a zdraviu prospešných látok. Príprava tohto kvalitného mäsa nie je zložitejšia než príprava iných jedál. Spojením s jesennými plodmi získava extra gurmánsky šmrnc.“
Tomáš Bobrovčan, šéfkuchár, Hotel Pieris***, Podbanské

JESEŇ NA TANIERI

PRIPRAVIL Tomáš Bobrovčan, šéfkuchár,
Hotel Pieris***, Podbanské FOTO Hotel Pieris

*Diviačí chrbát sous-vide
marinovaný v borievke
a v zaúdenom smrekovom ihličí
so šípkovou redukciou, tekvicová
kroketa a pečená tekvica
na ihličí*

Ingrediencie na desať osôb:

- 2 000 g diviačí chrbát
- 5 g borievka
- 250 g ihličie
- 2 dcl olej olivový
- 10 g soľ hrubá morská
- 15 g soľ
- 20 g cukor
- 0,04 l brandy
- 200 g šípkový džem
- 3 dcl demi glace mäsový
- 2 kg tekvica hokaido
- 2 ks vajce
- 500 g zemiak
- 1 dcl smotana 15 %
- 10 g čerstvé bylinky
- 100 g strúhanka
- cviklový prach

Postup:

Diviačí chrbát očistíme a osušíme. V mažiari rozdrvíme borievku, trochu ihličia a soľ. Diviaka napacujeme a dáme do vrecúška spolu s olivovým olejom a opálenou smrekovou vetvičkou. Takto pripraveného diviaka dáme do sous vide na 12 hodín a 56 °C. Potom ho len prudko opečieme.

Hokaido tekvicu rozpolíme a semiačka vydlabeme. Polovicu z nej osolíme, pokvapkáme olejom a dáme piecť pri 160 °C približne 25 minút. Z opečenej tekvice spravíme pyré, ktoré zmiešame s nastrúhaným uvareným zemiakom, dochutíme, pridáme žltok, dáme do formičky a necháme stuhnúť v šokeri. Strúhanku zmiešame s cviklovým prachom a obalíme v nej kroketu a pomaly vyprážame. Zvyšnú tekvicu nakrájame a osolenú, pokvapkanú olejom dáme piecť na ihličí pri 190 °C asi 15 minút. Šípkový džem orestujeme, pridáme brandy, dolejeme demi glace a necháme redukovať do sirupovej konzistencie. Pripravené dochutené pyré, pečenú tekvicu a kroketu servírujeme s nakrájanými kúskami mäsa a s redukciou.



FOTO AdobeStock

Services

JAK NA UBYTOVÁNÍ FIREMNÍCH KLIENTŮ A FIREMNÍ AKCE V DOBĚ KORONAVIROVÉ

TEXT Jan Haliř FOTO AdobeStock, Kimpton Hotel Van Zandt Austin

Globální pandemie viru Covid-19 zasáhla odvětví cestovního ruchu a firemních akcí ničivou silou. Segment firemních akcí se z něj bude ještě několik let vzpamatovávat.

JAK FIRMY NYNÍ NAHLÍŽÍ NA PLÁNOVÁNÍ FIREMNÍCH AKCÍ Vzhledem k současným restrikcím u nás i v jiných zemích v podstatě dostaly stop stav všechny akce s velkým počtem účastníků. Samotní organizátoři firemních akcí mají často plánování akcí zakázané do odvolání a firmy opodstatněně nechtějí riskovat paralýzu fungování společnosti v případě rozšíření nákazy. Vystává tedy otázka: má cenu se teď vůbec snažit? Odpověď zní: ano, má. V tomto období bude o klienta mnohem větší boj a je potřeba začít zbrojit už nyní.

JDĚTE KLIENTŮM NAPROTI

» TECHNOLOGIE

Vzhledem k tomu, že někteří účastníci se připojují vzdáleně, nabídněte klientům technologie, které jim takovou konferenci umožní.

Co je třeba:

- vysokorychlostní připojení pro živé streamování;
- kamery, které umožní nerušené sledování pro účastníky připojené na dálku;
- kvalitní obrazovky s vysokým rozlišením;
- kvalitní mikrofony;
- možnost nahrávání záznamu.

Pokud si nejste jisti návratností takové investice, poohlédněte se po dodavatelích těchto technologií. Není třeba vše vlastnit a pokud nejste velký kongresový hotel, tak může být pronájem mnohem lepší variantou. Na trhu je spousta subjektů, které vám technologie zapůjčí.

» STORNOPODMÍNKY

Upravte stornopodmínky co nejvíce proklientsky a zdůrazněte možnost bezplatného storna v případě restrikcí ze strany státu. Žádná sekretářka ani pořadatel akce nechce mít na krku propadlou zálohu nebo soudní tahanice kvůli zrušení akce. Udělejte si ze své benevolence prodejní stimul, který můžete zmiňovat při prodávání vašich služeb.

» U NÁS SE BÁT NEMUSÍTE

Zdůrazněte, že jste, co se týče hygieny, skvěle připraveni. Není důležité, co si o nebezpečnosti viru myslíte vy. Zdůrazněte kvalitu úklidu, ionizaci vzduchu nebo skvěle nastavené procesy hygieny v kuchyni.

» PRACUJTE S KONTAKTY

Pracujte s kontakty, které už vás znají, a to mnohem více než dříve. Osobně obvolejte všechny poradatele firemních akcí z posledních let. Vysvětlete jim, jak skvělé firemní akce děláte a také to, v jak obtížné době jste. Věřte, že lidský faktor prodává a pomůže vám to mnohonásobně více než neadresné e-maily.

• Vytěžte firmy, které již u vás bydlely Vyděte ze statistik ve vašem e-mailu, případně projděte staré e-maily a začněte u firem, kde vás již znají. Mnohdy zjistíte, že kontaktní osoba, která u vás v minulosti rezervovala, zde již nepracuje. Nevadí, zjistěte, kdo má nově tuto činnost na starost a vybudujte si s ní vztah. Ideálně se s ní setkejte osobně. Pokud nemá čas přijet do hotelu, zajedte vy k ní. Při rozhovoru hlavně zdůrazněte, že ji nezdržíte déle než

pět minut, jinak vám dá již dopředu košem. U velkých firem se dostaňte i do jiných oddělení.

• Hýčkejte si lidi, kteří rozhodují Zjistěte, kdo je osoba s rozhodovací pravomocí. Většinou to je sekretářka, asistentka, občas i jiné pozice. Při komunikaci nezapomeňte zmínit, že již aktivně spolupracujete. Zvěte je na každou zajímavou akci! Zkrátka, i sekretářky jsou jen lidé, tak jim tu a tam šoupněte voucher do wellness, při návštěvě u nich ve firmě přineste něco dobrého a příště zase voucher na kávu a dezert nebo večeri. Když už se vám je podaří dostat do hotelu/penzionu, ukažte jim pokoje, konferenční místnost a wellness.

• Zkuste se dostat dál

Ubytovává se u vás pravidelně jedno oddělení z velké korporace? Zkuste se dostat i do jiných oddělení. Pokud máte dobrý vztah s někým z firmy, přímo se ho zkuste zeptat na kontakt. Pokud ne, zkuste se do společnosti „protlačit“ přes telefon. Při komunikaci zjistěte, kdo je osoba s rozhodovací pravomocí. Nenechte se odbýt zasláním nabídky na e-mail info@..., to se rovná vyhození do koše. Připomente, že již aktivně spolupracujete.

• I firemní klientela dnes hledá on-line

I z klienta, který k vám přijel přes on-line portál, může být potenciálně stálý firemní klient. Proto by také recepce měla mít soupis výhod k dispozici a potenciální klienty aktivně oslovovat. Na druhou stranu jsem realista a je mi jasné, že ne každý recepční bude takto aktivní. K tomu mohou říct jen



jediné – motivujte je a taky kontrolujte, kontrolujte a kontrolujte. Motivační bonusy na základě odchycených klientů, případně realizovaných prodejů za určité období jsou dobrým stimulem, ale bez neustálé kontroly a připomínání často zapadnou. Jakmile se dostane vaše telefonní číslo do telefonu bydlícího klienta, máte skoro vyhráno, příště již nepůjde na Booking nebo jiný portál, kde najde desítky konkurentů, ale zavolá rovnou vám.

» FOLLOW UP

Ujistěte se, že s poptávkami od klientů správně pracujete – nastavte si scénář, kte-

rý budete u každého klienta dodržovat. V ideálním případě po obdržení poptávky:

- ihned zavolejte, ujistěte klienta o obdržení poptávky a zkuste z něj vytáhnout, zdali má nějaké osobní preference, co by nabídka měla obsahovat;
- odešlete nabídku;
- druhý den po odeslání nabídky opět zavolejte a vysvětlete, že kdyby se klientovi v nabídce cokoliv nelíbilo, může se klidně ozvat;
- přibližně po týdně, pokud klient nereagoval, zavolejte a zjistěte, zdali je vše v pořádku a můžete nějak pomoci.

» PRODEJ ZAČÍNÁ JIŽ NA WEBU

Nezapomeňte, že webová stránka musí prodávat, a to i ta, která prezentuje firemní akce či konference. Nebojte se sezonních akcí a speciálních nabídek s limitovanou platností. Vězte, že vizuál prodává. Krásné fotky, nafocené všechny varianty sezení nebo rovnou profesionální videoprezentace. Nakupování je o emocích a syrová data o velikosti prostor nikoho za srdce nechytanou. Na webu uvádějte i ceny vašich služeb, minimálně jako vzorové kalkulace, pokud si návštěvník webu neudělá rovnou rámcovou představu o ceně, tak odchází často jinam. Nezapomeňte do záložky na



webu, kde konference či firemní akce prodáváte, vložit kontakt přímo na člověka, který bude schopen řešit všechny dotazy. Kontakt na recepci není ideálním řešením.

• **Poptávkový formulář**
Určitě vložte do webu poptávkový formulář, ale v žádném případě nechtějte po klientovi vyplnit konkrétní zadání akce s dvaceti položkami, takový formulář potenciálního klienta odradí hned po jeho shlédnutí. Naopak, chtějte jen telefon, e-mail, jméno a jedno políčko na popis požadavku. Proč? Protože takto to vyplní za třicet vteřin a vy získáte cenný kontakt. Ostatní body vykomunikujete snadno později.

• **Nenechávejte si informace pro sebe**
Člověk je tvor líný a pokud nenajde všechny důležité informace na stránkách, odchá-

zí. Sekretářka často dostane za úkol najít několik variant, které budou šéfovi vyhovovat, nepočítejte s tím, že bude ochotná zaslat vám e-mail, a ještě čekat na odpověď. Uveďte rovnou varianty sezení, počty osob, půdorysy sálů, přidejte brožuru ke stažení.

• **Nejen prací živ je člověk**
Nebojte se ukázat v sekci konferencí i volnočasové aktivity. Váš skvělý wellness a jídlo z restaurace mohou být přesně tím, co rozhodne. Co myslíte, zahrajete sekretářce na city nižší cenou pronájmu konferenčních prostor nebo představou relaxace po akci? Stejným způsobem nezapomeňte prezentovat i teambuildingové aktivity.

» **ZASTUPITELNOST A KONTROLA**
Je podivné, v kolika, dokonce i velkých, hotelech není řádná kontrola a zastupitel-

nost při komunikaci nabídek. Nabídka se rozešle a pak se pouze čeká, zdali se klient chytne či ne. Takovouto liknavost si některé hotely mohly dovolit v obdobích hojnosti, ale teď je doba, kdy je třeba bojovat o každého klienta.

Je nutné, aby se nabídky evidovaly v interním systému a bylo jasné, ke kterému dni byla aktivita provedena. Je jedno, jestli pro evidenci budete používat excelovou tabulku nebo připomínkový systém, jako je třeba TO DO od Microsoftu. Zásadní je, aby poptávky neřešila pouze jedna osoba a byla zde zastupitelnost i kontrola.

UBYTOVÁNÍ FIREMNÍCH KLIENTŮ
Městské destinace a hotely, které se specializují na ubytování firemních klientů dostaly ve většině případů velmi tvrdý



JAN HALÍŘ

Vystudoval Vysokou školu hotelovou, je zakladatelem společnosti Hotel Solutions, která řídí marketingové aktivity desítkám hotelů v ČR i zahraničí. Má detailní znalost pražského hotelového trhu, a kromě obchodu s hotelovými nemovitostmi se zabývá i trendy v hotelovém marketingu. O své zkušenosti se dělí na svém blogu janhalir.com a také jako lektor Asociace hotelů a restaurací České republiky a agentury CzechTourism.

zásah. Hotely, aby toto přežily, musí na aktuální situaci reagovat úpravou nabídek. Hotelové řetězce predikují, že návrat do předcovidových čísel bude trvat řádově jednotky let.

• **Střednědobé a dlouhodobé pronájmy**
Reagujte na současnou sníženou poptávku nabídnutím hotelových pokojů pro klienty, kteří ve městě potřebují bydlet měsíc nebo rok. Takto například některé hotely v Praze obsazují i desítky procent své kapacity. Výhodou je predikovatelnost, smlouvy se uzavírají na několik měsíců i rok a hotel může tuto klientelu kombinovat s klasickými turisty i s business klientelou. Hotelový pokoj můžete nabídnout i na denní použití jako kancelář nebo místo pro jednání.

• **Jak to komunikovat**
Využijte své klasické prodejní cesty – webové stránky, e-mailingy na firemní klienty či PPC. Ale nezapomeňte i na realitní prodejní kanály, nebojte se využít služeb realitního makléře, který může on-line propagaci pro výše uvedené segmenty vyřešit za vás.

ZÁVĚREM
Cestovní ruch se vrátí, ale zotavení bude postupné a pomalejší, než jsme byli zvyklí. V těchto měsících musíme bojovat o každého zákazníka do posledního dechu. Osobně věřím, že až se situace uklidní, bude trh firemního ubytování a firemních akcí lačný po hotelových službách. Člověk je tvor společenský, a přece jenom vše po telefonu nevyřídíte. Držím vám všem palce, vy to zvládnete!



PŘÍKLAD VÝHOD PRO FIREMNÍHO KLIENTA

- lepší cena;
- wifi;
- parkování;
- brzký příjezd (dle dostupnosti kapacit);
- pozdní odjezd (dle dostupnosti kapacit);
- vstup do bazénu, sauny;
- upgrade do lepšího pokoje, pokud je k dispozici;
- kancelářské služby;
- a další, fantazii se meze nekladou...

DOPAD COVID-19 NA ČESKÝ MICE SEKTOR

Pokles návštěvnosti konferenčních akcí bude v roce 2020 celých 58 %. K návratu do úrovně před Covidem-19 bude postupně docházet v následujících letech, a to až do roku 2023. Vyplyvá to ze základního scénáře studie „Dopad Covid 19 na evropský MICE sektor“, kterou pro Czech Convention Bureau realizovala společnost Tourism Economics v rámci Strategické aliance národních evropských convention bureaus.

Základní scénář vychází z varianty, že veškeré plánované konferenční akce mezi březnem a srpnem 2020 napříč Evropou budou zrušeny, k určitému oživení dojde v září a říjnu, kdy by mohlo proběhnout až 75 % plánovaných akcí. Analýza vychází ze tří základních pilířů – počtu zrušených eventů, oficiálních cestovních omezení a individuálního faktoru v rozhodování.

Česká republika patří dlouhodobě mezi oblíbené kongresové destinace. V loňském roce se dle statistik ICCA (International Congress and Convention Association) umístila v celosvětové konkurenci na 24. místě, Praha obhájila 9. příčku. Výdaje zahraničních účastníků během eventů v České republice v loňském roce dosáhly 610 000 000 eur, přičemž podíl výdajů zahraničních účastníků se dlouhodobě pohybuje kolem 72 %.

„Cílem Czech Convention Bureau je nejen propagace České republiky coby ideální kongresové destinace, ale také spolupráce s klíčovými partnery v odvětví, pro které je současná situace velice obtížná. I proto jsme rádi, že můžeme partnerům pomoci prostřednictvím realizace podpůrných programů,“ přibližuje Tereza Matějková, vedoucí manažer Czech Convention Bureau. „Organizátoři kongresů i DMC agentury mají možnost spolupráce v rámci programu kampaní kandidatur, který jsme oživil na začátku dubna, připravený je také program spolupráce v rámci kongresů a konferencí, který byl diskutován během zasedání Czech Convention Bureau a do kterého bude zahájena registrace na začátku července.“

Na podporu a revitalizaci sektoru byl v červenci zahájen „Program na podporu asocičních kongresů a konferencí“. Program

je zaměřen na podporu akcí, jejichž pořádání významně a prokazatelně podporuje a zvyšuje domácí i příjezdový cestovní ruch. Podpora je rozdělena do dvou kategorií, pro akce s počtem účastníků do 500 osob a pro akce nad 500 osob. Celková finanční alokace přidělena na tento program je 5 000 000 Kč. V polovině září bude dále otevřeno druhé kolo programu kampaně kandidatur, ve kterém se žádá v rámci tzv. biddingu na určitou akci, kde je potenciál pro získání pořadatelsví této akce v České republice. Program podporuje aktivity spojené s prezentací České republiky jako kandidátské země a mohou se jej účastnit pouze subjekty, které se aktivně podílejí na prezentaci České republiky v rámci kampaně kandidatur, tj. regionální convention bureaus, PCO (professional congress organiser) či DMC.

EVROPSKÁ CONVENTION BUREAUS POSILUJÍ SVOU SPO-LUPRÁCI

Eventový a convention sektor v současné době prochází řadou změn, rozšíření dialogu a vizibilita na trhu jsou tedy klíčovými faktory pro budoucnost. Strategická aliance evropských národních convention bureaus proto spouští novou webovou stránku www.convention-europe.com, aby poskytla zákazníkům, dodavatelům i partnerům zajímavé informace a přímé kontakty na svých 28 členů.

Strategická aliance evropských národních convention bureaus (Aliance) funguje coby platforma pro mezinárodní spolupráci v oblasti MICE a zaměřuje se na posílení role Evropy coby nejvýznamnější destinace pro pořádání mezinárodních eventů. Cílem Aliance je vytvořit vzájemně výhodný a funkční vztah mezi národními convention bureaus a pozici Evropy nadále posilovat. Myšlenka vytváření společných synergii a ustanovení společné evropské platformy byla uvedena v život v roce 2014 v průběhu veletrhu Imex Americas. Zájem o spolupráci je stále větší a z původně 9 zakládajících členů, mezi kterými byla i Česká republika, je nyní 28členné uskupení, které se pravidelně setkává dvakrát ročně na rotačním principu. Spuštění nového webu Aliance

www.convention-europe.com je dalším společným krokem a snahou zviditelnit a upevnit pozici Evropy. Jak dokazují statistiky ICCA, asociace z celého světa si vybírají Evropu jako excelentní místo pro setkání, sdílení znalostí a propojování s dalšími odborníky z oboru. Evropské země hostily v uplynulém roce více než 2,4 milionu business návštěvníků, více než polovina celosvětových asocičních meetingů (54 %) se odehrává v Evropě.

ZDROJ CzechTourism

TOP 20 MĚST DLE POČTU ASOCIAČNÍCH MEETINGŮ V ROCE 2019			
Pořadí	Město	Počet meetingů	
1	Paris	237	
2	Lisbon	190	
3	Berlin	176	
4	Barcelona	156	
5	Madrid	154	
6	Vienna	149	
7	Singapore	148	
8	London	143	
9	Prague	138	
10	Tokyo	131	
11	Buenos Aires	127	
12	Copenhagen	125	
13	Bangkok	124	
14	Amsterdam	120	
15	Seoul	114	
16	Dublin	109	
17	Athens	107	
18	Rome	102	
19	Taipei	101	
20	Sydney, NSW	93	

ZDROJ ICCA

TOP 20 ZEMÍ DLE POČTU ASOCIAČNÍCH MEETINGŮ V ROCE 2019			
Pořadí	Země	Počet meetingů	
1	U.S.A.	934	
2	Germany	714	
3	France	595	
4	Spain	578	
5	United Kingdom	567	
6	Italy	550	
7	China-P.R.	539	
8	Japan	527	
9	Netherlands	356	
10	Portugal	342	
11	Canada	336	
12	Australia	272	
13	Republic of Korea	248	
14	Belgium	237	
15	Sweden	237	
16	Austria	231	
17	Switzerland	221	
18	Argentina	214	
19	Poland	213	
20	Brazil	209	

ZDROJ ICCA

KONGRESOVÉ CENTRUM TIS – GOTHAL LIPTOVSKÁ OSADA

TEXT A FOTO Gothál Liptovská Osada

Kongres, konferencia, galavečer, svadba či kino uprostřed liptovskej prírody s ubytovaním v malebných chalupách či novučkých penziónoch. Predstavujeme vám nové unikátne Kongresové centrum TIS ideálne na usporiadanie vášho firemného alebo súkromného eventu priamo v Rezorte Gothál Liptovská Osada.

Multifunkčné centrum TIS je vybavené najmodernejšou technikou a je pripravené ponúknuť priestor na nové zážitky, vedomosti či zábavu počas firemného eventu či súkromnej akcie. Dve variabilné a viacúčelové miestnosti komfortne usadia spolu viac ako 240 osôb, Foyer s vlastnou kuchyňou a barom zasa poskytnú dostatok miesta na stravovanie všetkých hostí v prípade celodenného podujatia.

Budova kongresového centra TIS sa nachádza neďaleko ubytovacích kapacít spolu s viac ako 400 lôžkami v komfortne vybavených tradičných chalupách, penziónoch s prevažne 2-lôžkovými izbami či priestranými apartmánmi.



A to všetko doslova len pár krokov od veľkorysej Koliby Liptov s poctivou domácou kuchyňou a od rozľahlého komplexu Vodného sveta s 3 bazénmi, wellness centrom, športoviskami a možnosťami zábavy počas firemných akcií.

Hlavnou výhodnou Kongresového centra TIS je nielen jeho špičkové technické vybavenie, ale predovšetkým jeho modifikovateľné a variabilné priestory.

FOYER – SPOLOČENSKÁ MIESTNOSŤ

Priestorovo najväčšia časť kongresového centra je foyer pre 120 osôb. Priestranný a dobre presvetlený priestor tejto miestnosti môžete využiť ako jeden celok alebo zasunutím mobilnej steny „ukrojíte“ z jeho časti a vytvoríte priestor so samostatnou odhlučnenou konferenčnou miestnosťou.



ZASADAČKA 1 – VEĽKÁ KONFERENČNÁ MIESTNOSŤ

Zasadačku, v ktorej plnohodnotne usadíte až 80 ľudí (kinosedenie) resp. 64 ľudí (školské sedenie so stoličkami), získate prídanim mobilnej odhlučnenej steny do časti vstupnej sály. Samostatný priestor s denným svetlom a kompletným audiovizuálnym vybavením poskytne skvelé zázemie na firemné eventy, prezentácie, prednášky, semináre, workshopy, menšie kino alebo školenia. Samozrejmosťou je špičkové audiovizuálne vybavenie (projektor, plátno, WiFi, mikrofón, popisovateľná stena).



ZASADAČKA 2 – KONGRESOVÁ SÁLA NA EVENTY VO VEĽKOM ŠTÝLE

Usadte svojich divákov či zamestnancov do jedného z 10 radov kaskádovitého priestoru pripomínajúceho divadlo či kino, zatemnite okná, spustíte plátno, privedte hosta na pódium a program sa môže začať. A po skončení? Vďaka modulovateľnosti miestnosti stlačením gombíka za niekoľko minút premeníte kongresovú sálu na veľkorysú sálu s tanečným parketom, kde môžete pridať banketové stoly so sedením.

V prípade firemného eventu oceníte zabudované pracovné stoličky pri každom zo 160 sedadiel. V prípade školského sedenia sála pohodlne pojme 70 stoličiek so stolom. Možnosť využitia: kino, divadlo, koncert, konferencia, prednášková miestnosť, galavečer alebo ples s banketovým sedením. Sála ponúka nadštandardné kompletne technické vybavenie - réžia, svetlá, zvuk.



GOTHAL
Liptovská Osada
Gothál Liptovská Osada
Liptovská Osada 756, 034 73 Liptovská Osada, Slovakia
www.gothal.sk, eventy@gothal.sk

NH BRATISLAVA GATE ONE

MODERNÉ TECHNOLOGIE A MAXIMÁLNA BEZPEČNOSŤ

TEXT A FOTO NH Bratislava Gate One

Štvorhviezdičkový hotel NH Bratislava Gate One je moderný a elegantný hotel s jedinečnou architektúrou, ktorý ponúka kvalitný servis, moderný dizajn a profesionálny personál.



Hotel má pre svojich hostí pripravených 117 nadštandardne zariadených tichých izieb. Hostia majú na výber zo štyroch kategórií, ktoré rozhodne nesklamú ani najnáročnejších. Apartmány na najvyššom, ôsmom poschodí, ponúkajú priamo z terasy nádherný výhľad na mesto.

Počas pobytu môžu hostia navštíviť aj modernú posilňovňu na 7. poschodí. Regeneráciu hostom ponúka bazén s protiprúdom, suchá a parná sauna, jacuzzi a relaxačná zóna. Súčasťou wellness a fitnesscentra je aj masážna miestnosť, kde majú hostia na výber rôzne druhy thajských masáží. Hotel pôsobí najmä v oblasti kongresového cestovného ruchu, ktorý na Slovensku nadobúda čoraz

väčší význam. Ponúka až desať konferenčných sál s denným svetlom, ktoré predstavujú jednu z najväčších kapacít v Bratislave.

KONGRESY

Známy bratislavský biznis hotel je obľúbený nielen kvôli polohe v obchodnej štvrti v Ružinove neďaleko letiska, ale najmä vďaka kvalite služieb. Klienti majú k dispozícii desať konferenčných miestností s najmodernejšou technikou, s vysokou flexibilitou usporiadania a denným svetlom, pričom maximálna kapacita je až 600 osôb. Vlni úspešne dokončili projekt kompletnej výmeny audio-vizuálnej technológie vo všetkých kongresových miest-

nostiach. Hotel klientom ponúka špičkové laserové projektory renomovanej značky NEC.

„Momentálne sme v Bratislave jediný hotel, ktorý disponuje výkonnými laserovými projektormi so svetivosťou 8000 ANSI lumenov, ktoré sú schopné spracovať signál aj v 4K kvalite. Pri prenose signálu môžeme využívať bezdrôtové pripojenie alebo HDMI. Novým projektorom sú prispôbené samovyrovňavacie plátna vo formáte 16:9 o rozmere 3,7 m x 2,6 m. Zároveň chceme dosiahnuť lepší pocit z prezentácií, pri ktorých si klienti púšťajú zvuk, preto sú kongresové miestnosti vybavené kvalitnými vstavanými reproduktormi a subwoofermi,“ hovorí riaditeľ hotela Jiří Kotulán.

Menšie mítingové miestnosti sú vybavené digitálnym flipchartom C touch s uhlopriečkou 75“ s robotickou kamerou, na ktorom môžu prebiehať videokonferencie, prezentácie, kreslenie a veľa ďalších užitočných funkcií s možnosťou preposlania premietaných údajov do laptopov účastníkov eventu.

MICE A COVID-19

Vzhľadom na výnimočnú situáciu s pandémiou koronavírusu a ochorením Covid-19, ktorú zažívame na celom svete, a v záujme splnenia nových medzinárodných opatrení v oblasti bezpečnosti a fyzického distancovania, zaviedol hotel nové protokoly pod značkou „Feel Safe at NH“.

Služby, ktoré poskytujeme, sme zmenili tak, aby bola zaručená bezpečnosť pobytu a priebeh eventu. Kapacity a usporiadanie zasadacích miestností boli aktualizované a bola vytvorená nová gastronomická ponuka, ktorá sa prispôbuje novým požiadavkám.

„MICE je pre hotel NH Bratislava Gate One veľmi dôležitým segmentom. Naš 360stupňový prístup k problematike bezpečnosti sme vyvinuli v úzkej spolupráci s odborníkmi z SGS a Diversey a má viac ako 700 opatrení. Po každom stret-

nutí dezinfikujeme konferenčné miestnosti a verejné priestory, ponúkame flexibilné možnosti pre našu gastronomickú ponuku a využívame digitálne riešenie, ako je FASTPASS, M&E INSTANT BOOKING TOOL alebo naša nová mobilná služba pre hostí STAYAPP. Som presvedčený, že s „Feel Safe at NH MICE“ ponúkame našim hosťom a účastníkom stretnutí bezpečnú a vynikajúcu službu, ktorou sme známi ako NH Hotel Group,“ priblížil riaditeľ hotela Jiří Kotulán.

M&E INSTANT BOOKING TOOL, FASTPASS, STAYAPP

NH Hotels sleduje technologický pokrok a ponúka viacero inovatívnych a originálnych riešení na ešte lepší pocit z eventu. NH Hotel Group je prvým hotelovým reťazcom v Európe, ktorý zaviedol inovatívny systém priameho rezervovania kongresových miestností a izieb pre účastníkov eventov M&E INSTANT BOOKING TOOL. Stačí niekoľko kliknutí a hneď si môžete rezervovať miestnosť na svoje podujatie online: <https://www.nh-hotels.com/meetings>

Okrem toho NH Hotel Group ako prvý medzinárodný reťazec na svete zaviedol inovatívnu trojkombináciu digitálnych služieb. Služba FASTPASS je bezplatná a zahŕňa:

1. ONLINE CHECK-IN,
2. VÝBER IZBY podľa vlastných preferencií,
3. ONLINE CHECK-OUT.

Jej cieľom je zvýšiť komfort hostí, zjednotiť ich príchod a odchod bez čakania v radoch na recepcii a poskytnúť im možnosť výberu izby podľa svojho želania, čo sa týka poschodia, typu izby, výhľadu a pod.

Naša nová aplikácia STAYAPP je platforma pre hostí, ktorá zlepšuje interakciu s hotelom počas ich pobytu. Obsahuje všetky hotelové informácie, sprievodcu mestom a typy na výlet, rezervácie do reštaurácie, objednávky room servisu, minibaru, upratovania alebo napríklad extra amenities. Táto aplikácia je veľkým pomocníkom k spokojnosti hostí.



„Som presvedčený, že s „Feel Safe at NH MICE“ ponúkame našim hosťom a účastníkom stretnutí bezpečnú a vynikajúcu službu, ktorou sme známi ako NH Hotel Group.“
Jiří Kotulán, generálny riaditeľ



nh
HOTELS

NH Bratislava Gate One****
Ambrušova 7
821 04 Bratislava, Slovakia
www.nhgateone.sk



NECHCELI SME ZASPAŤ NA VAVRÍNOCH

PRIPRAVILA Alena Reháková FOTO archív Hotela Turiec

Hotel Turiec využil karanténne obdobie počas koronakrízy veľmi efektívne – kompletnou rekonštrukciou spoločných priestorov. Viac sme zisťovali v rozhovore s Ing. Radovanom Kočvarom, riaditeľom hotela.

V čase, keď mnohí hotelieri radikálne znížovali náklady, vy ste sa rozhodli investovať. Čo vás viedlo k takému odvážnemu kroku?

V hoteli je stále živo a denne cez recepciu prejdú stovky hostí. Ako mestský biznisový hotel sa tešíme zo stále narastajúceho počtu stálych klientov. Ani v čase koronakrízy sme nechceli zaspáť na vavrínoch. Práve naopak! Naším cieľom bolo priniesť klientom príjemnú zmenu, a teda no-

vé priestory. Som presvedčený, že práve v ťažkých časoch je dôležité vyvinúť znásobené úsilie a ukázať klientom, že sme stabilný partner, ktorý neustále pracuje na skvalitnení svojich služieb. Cieľom kompletnej rekonštrukcie bolo nielen hotelu, ale aj hosťom vdýchnuť nový „vietor do plachiet“ a opätovne naštartovať cestovný ruch v našom regióne. Výsledkom je ucelený, ale zároveň maximálne variabilný priestor, využiteľný na rôzne príležitosti.

Na čo sa môže klient tešiť, s akými novinkami prichádzate?

V súvislosti s prevládajúcou kongresovou klientelou sme sa rozhodli rozšíriť naše portfólio o ďalšiu kongresovú miestnosť s kapacitou 40 osôb. Tak, ako ostatné seminárne priestory, aj táto disponuje najmodernejším technickým vybavením a ponúka rôzne možnosti využitia. Celkovo tak máme k dispozícii sedem konferenčných a spoločenských priestorov,



pričom najväčší z nich má kapacitu až 250 osôb. Zároveň sme vybudovali novú vínnu banku s celkovou kapacitou viac ako 1 111 fliaš vína. Okrem toho, že tvorí výnimočnú estetickú kulisu už pri vstupe do kaviarne a reštaurácie, je dostupná každému klientovi, a to nielen v rámci súkromných vínnych ochutnávok.

Takže orientácia na kongresovú a biznis klientelu zostáva nezmenená aj napriek tomu, že súčasná situácia práve tomuto segmentu príliš nepraje?

Nerád by som hotel tabuľkovo kategorizoval, pretože práve teraz sme svedkami toho, že sa klientela môže typologicky zmeniť zo dňa na deň. Nebránime sa žiadnemu klientovi a som presvedčený, že dokážeme uspokojiť nároky kongresového, ako aj „leisure klienta“. Dôkazom je enormný záujem o organizovanie svadieb či iných rodinných osláv. Práve vďaka flexibilita a vybaveniu priestorov sa aj my dokážeme v krátkom čase „preorientovať“ a vytvoriť z kongresovej miestnosti svadobnú salu dýchajúcu luxusom. Tomu, samozrejme, zodpovedá aj rôznorodosť našej kuchyne – od kvalitného business menu až po exkluzívnu degustačnú večeru.



Blíži sa obdobie vianočných firemných večierkov. Ako hodnotíte záujem vzhľadom na opatrenia?

Vianočný večierok je typ akcie, ktorá je rezervovaná aj rok vopred a o „dobré“ termíny je doslova boj. Preto už niekoľko rokov ponúkame firmám nielen hotelové priestory, ale aj priestory nášho teambuildingového centra ARENA. Je to unikátne a najväčšie zábavné centrum v regióne Turiec, s rozlohou viac ako 1 000 m² hernej plochy. Využitie preto našlo nielen pri utužovaní kolektívnych vzťahov, ale aj v rámci rodinných či detských osláv.



„Som presvedčený, že práve v ťažkých časoch je dôležité vyvinúť znásobené úsilie a ukázať klientom, že sme stabilný partner, ktorý neustále pracuje na skvalitnení svojich služieb.“

Ing. Radovan Kočvara, riaditeľ hotela

HOTEL ★ ★ ★ ★
TURIEC

Hotel Turiec****
A. Sokolíka 2
036 01 Martin, Slovakia
www.hotelturiec.sk



IVETA PUPIŠOVÁ: PERSONÁL POTREBUJE POVZBUDIŤ

PRIPRAVILA Alena Reháková FOTO pexels.com, AdobeStock

Jedným z problémov HoReCa segmentu už pred koronakrízou bol nedostatok zamestnancov. Pandémia vzápätí dôsledne preverila aj túto oblasť. Súčasná situácia vyžaduje od manažmentu i zamestnancov vysoké pracovné nasadenie, ohľaduplnosť i trpezlivosť. Čo je v tejto situácii mimoriadne dôležité, sme zisťovali v rozhovore s Ivetou Pupišovou, mentorkou a koučkou v oblasti hotelierstva a gastronómie.

V marci 2020 boli hotely i reštaurácie nútené zatvoriť. Ako sa táto situácia dotkla personálu?

Táto situácia je pre nás všetkých nová a nepoznaná. Zrazu všetko zastalo a čas bol, paradoxne, na „všetko“. Doteraz sme si také niečo nevedeli ani predstaviť. Táto neľahká situácia sa dotkla asi najviac hotelového a gastronomického priemyslu. Doposiaľ sme si všetko plánovali, a to najmä v hotelierstve a gastronómii, kde je to veľmi dôležité. Práve tu platí, že dobré plánovanie je deväťdesiat percent úspechu a zvyšných desať percent závisí od požiadaviek hostí.

Po vypuknutí pandémie, keď sa všetky hotely a reštaurácie zatvorili, zamestnávateľia boli nútení prepúšťať. Začali brigádnikmi a zamestnancami, ktorí boli v skúšobnej dobe. Niektorí zamestnanci odišli na peénku, iní, ktorí boli rodičmi, na OČR-ku. Tí, ktorí nemali vyčerpanú dovolenku, odišli neplánovane „dovolenkovať“. Bez hostí neboli príjmy, a tak nebolo z čoho platiť personál.

Počas zatvorenia prevádzok však bolo nutné udržiavať kontakt s klientom. Riaditelia hotelov na túto činnosť po-

verili predovšetkým pracovníkov rezervných, obchodných a marketingových oddelení. Títo zamestnanci buď fungovali formou home office (ak bolo možné upraviť softvér), alebo dochádzali do hotela či penziónu na služby. Dôležité bolo zostať s klientom v kontakte. Klienti stornovali pobyty, rôzne ich presúvali a bolo nutné k tomu viesť evidenciu. Pracovníci marketingových oddelení boli v kontakte s klientmi aj prostredníctvom sociálnych sietí. Obchodní manažéri zasa pripravovali stratégie na ďalšie fungovanie prevádzky.

Väčšina hotelierov sa usilovala so zamestnancami dohodnúť a „na rovinu“ im povedala, aké sú možnosti. Niektoré firmy prijali pomoc od štátu a zamestnanci podpísali dohody na 60 percent platu s podmienkou, že zostanú doma a v prípade potreby budú k dispozícii. S niektorými zamestnancami sa prevádzkovatelia hotelov dohodli, že zrušia pracovný pomer s tým, že po obnovení prevádzky sa vrátia naspäť. Tí, ktorí nesúhlasili, dostali výpoved' s odstupným tak, ako to ukladá zákon.

Príklad: Klient s konceptom a zameraním na kúpeľný cestovný ruch si v kúpeľnom mestečku prenajal dva hotely. Investoval do vzdelávania manažérov. Po vypuknutí koronakrízy bol nútený prenájom zrušiť a manažérov prepustiť.

Ako tieto zmeny prijali zamestnanci, vedeli ich majitelia/manažéri vhodne vysvetliť?

Pre manažérov a majiteľov nebola táto situácia ľahká. Aj keď po určitom čase začali s predajom cez okienko alebo rozvozom jedál. No nie všetci mohli zvoliť túto alternatívu. Niektoré podniky využili fakt, že veľa reštaurácií v danej lokalite bolo zatvorených, a rozhodli sa posilniť svoj produkt a začali prevádzkovať rozvoz jedál pre stálych klientov. Dokonca zmenili pôvodný koncept, ktorý nebol „nastavený“ na predaj cez okienko alebo rozvoz. Časť podnikateľov sa rozhodla svoje podniky rekonštruovať alebo zveľadiť. Niektorí zamestnanci sa venovali upratovacím prácam alebo drobným stavebným úpravám. Každý podľa svojich schopností sa zaradil do pracovného procesu, ako to prevádzka vyžadovala.

Príklad: Majiteľ jednej prevádzky sa rozhodol, že pomôže zamestnancom a ponúkol im a ich rodinám stravovanie „na dlh“ v nákupných cenách. Iní zamestnávateľia poskytli zamestnancom finančnú pomoc. Jeden z majiteľov po zatvorení prevádzky prepustil celý tím s odstupným. Po znovuotvorení chcel zobrať všetkých zamestnancov naspäť. Tí však prišli s požiadavkou na zvýšenie platu a vyhrážkou, že ak im majiteľ nezvýši plat, tak odídu. A odišli.



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

Už pred krízou bolo dôležité mať nastavené hotelové štandardy a manuály. Zvýšila sa ich opodstatnenosť po znovuotvorení hotelov, respektíve bolo potrebné ich aktualizovať vzhľadom na nové skutočnosti, ako je bezpečnosť hostí a zamestnancov?

Hotelové štandardy a manuály sú základným pilierom na dobré fungovanie prevádzky. Nastavujú komunikáciu v tíme, ale aj s klientom. Tiež sú opisom práce v jednotlivých pozíciách. Štandardy definujú vzťahy medzi zamestnancami. Jednoznačne môžem povedať, že podniky, ktoré mali vypracované hotelové štandardy a manuály to mali jednoduchšie.

Po nástupe do práce v čase pandémie sa do štandardov a manuálov zapracovali tzv. hygienické opatrenia, ktoré podľa pokynov ÚVZ SR boli potrebné pre bezpečnosť zamestnancov a hostí. Zároveň bolo nutné ich s týmito zmenami oboznámiť.

“BEZ HOSTÍ NEBOLI PRÍJMY, A TAK NEBOLO Z ČOHO PLATIŤ PERSONÁL.”

Pred krízou bol problém s kritickým nedostatkom zamestnancov. Zmenilo sa na tom niečo?

Zamestnanci, ktorí sa báli, že prídu o prácu a prácu si udržali, sú vďační. Niektorí si to aj uvedomili. Rovnako si museli uvedomiť, že dnešné fungovanie je viac o rýchlom rozhodovaní a flexibilitate. Nič už nie je také ako bolo, boj o zákazníka však pretrváva. Niektorí zamestnanci opustili hotelové prostredie a zamestnali sa mimo svojho odboru. Tí, ktorí túto prácu milovali, vytrvali. Stále však pretrváva nedostatok personálu v hotelovom a reštauračnom segmente.

Po kríze vždy prichádza reštart so šancou robiť veci inak... Čo už nie je možné robiť tak ako kedysi?

Aj keď sa prevádzkovatelia usilujú „reštartovať“ prevádzky, nie je to jednoduché. Ako som sa už spomenula, nič už nie je také ako bolo. Dlhodobé forecasty prestali existovať. Naďalej však zostáva dôležité pracovať s personálom, viesť ho k tomu, aby pochopil, že treba vidieť v každom klientovi príležitosť, ako zvýšiť obrat. Neustále premýšľať, ako čo najlepšie fungovať. Stále platí, že hosť prichádza za zážitkom, lebo najesť sa môže aj doma, ale on chce ísť do svojej obľúbenej reštaurácie. Chápať, že to neznamená, že sa mu „nechce doma variť“, ale že si chce vychutnať dobré jedlo, profesionálny servis a príjemnú atmosféru. Personál tvorí pre hosta zážitok a ak musí premýšľať nad tým, že na druhý deň môže prísť o prácu a doma má rodinu, ktorú

potrebuje uživiť, ťažko dokáže byť „v pohode“. Potom svoje napätie a stres prenáša na hostí.

Čo je dnes dôležité vo vzťahu k podriadeným?

Úlohou manažéra je komunikovať s personálom. Hoci sám je pod stresom, musí byť pre personál oporou. Preto je manažérom, lebo má riadiace schopnosti a vie zvládať náročné situácie. Je dôležité, aby zamestnanec vedel, že manažér je tu pre neho a v každej náročnej situácii sa môže na neho obrátiť. V súčasnosti, viac ako

“ NIČ UŽ NIE JE
TAKÉ AKO BOLO, BOJ
O ZÁKAZNÍKA VŠAK
PRETRVÁVA. ”



kedykoľvek predtým, je veľmi dôležité s personálom denne komunikovať, preberať aktuálny stav a situáciu a informovať o ďalšom postupe. To všetko je úloha manažéra. Skončila sa prvá vlna pandémie, prišlo leto a my sme si mysleli, že už bude „dobré“, no prišla druhá vlna a všetko, na čo sme sa pripravili, sa nám zrútilo ako domček z kariet. Toto všetko je veľmi frustrujúce. Nielen pre zamestnanca, ale i pre manažéra. Aj on potrebuje povzbudiť a dúfať, že raz sa to skončí... I keď sa hovorí, že zmeny posúvajú naše hranice a my môžeme napredovať, situácia, v ktorej sa momentálne nachádzame, je skutočne veľmi náročná.

Ako sa zmenilo správanie personálu voči hosťom?
Personál sa musel naučiť fungovať s rúskom, s dezinfekciou a so všetkými zmenami, ktoré vyplývajú z protipandemických opatrení. Ako aj predtým, usiluje sa urobiť pre pohodlie hostí maximum. S opatreniami, ktoré dnes platia v oblasti gastronómie, je to niekedy náročné. Často sa stáva, že hostia odmietajú nasadiť si rúško a po výzve personál osocujú. Nariadenia však jednoznačne hovoria o tom, že prevádzkovateľ je zodpovedný za svoju prevádzku, a teda aj za dodržiavanie hygienických opatrení. V prípade, že ich nedodrží, čaká ho postih.

“ PODNIKY, KTORÉ
MALI VYPRACOVANÉ
HOTELOVÉ
ŠTANDARDY
A MANUÁLY TO MALI
JEDNODUCHŠIE. ”

Gastronomické a hotelové zariadenia sú dnes vystavované častým kontrolám. I keď návštevníci sa usilujú dodržiavať opatrenia, vždy sa nájde niekto, kto má nejaký problém... Treba si však uvedomiť, že táto situácia je pre nás všetkých neštandardná a každý z nás by sa rád vrátil k fungovaniu pred vypuknutím pandémie. Hospitality je totiž odvetvie, v ktorom hostiteľ chce urobiť pre pohodlie hosta maximum. Úprimne si želá, aby sa cítil príjemne. K tomu patrí aj úsmev, ktorý, žiaľ, dnes cez rúško nevidno...

MOBILNÝ ČAŠNÍK OD FISKALPRO JE BEST SELLER!

TEXT A FOTO A3 Soft

Hlavným cieľom každého Mobilného čašníka na trhu je zefektívniť obsluhu, zrýchliť objednávanie, či vybaviť platbu zákazníka priamo pri stole. Obsluha má dostať do rúk nástroj, ktorý všetko toto dokáže zabezpečiť, no nie je to pravidlom. Aké sú výhody v Mobilnom čašníkovi od FiskalPRO?

FiskalPRO Mobilný čašník je pre vás voľbou aj keď už pokladničný systém máte alebo si ho len vyberáte. Ponúkame komplexné pokladničné riešenie pre gastro prevádzky, vďaka ktorému má obsluha v jedinom zariadení všetko, čo potrebuje pre efektívne obsluženie zákazníka, od objednávky až po zaplatenie hotovosťou či kartou! Naše riešenie na rozdiel od iných Mobilných čašníkov funguje ako mobilná eKasa pokladnica s platobným terminálom v jednom zariadení!

Zefektívni vám Mobilný čašník od FiskalPRO obsluhu a je naozaj správnu voľbou?

Skúste si predstaviť, že na jednom zariadení vytvoríte objednávku rýchlo a jednoducho. Účet „zaparkujete“ na konkrétny stôl a objednávka sa automaticky odošle do kuchyne či na bar. Ktokoľvek z vášho personálu na ďalšom mobilnom čašníkovi alebo pokladnici vidí všetky otvorené účty a je tak schopný pridať k účtu novú položku, rozdeliť účet, či vykonať čiastočnú alebo úplnú

úhradu účtu. Na tom istom zariadení vám zákazník zaplatí hotovosťou, platobnou kartou, telefónom, hodinkami či stravovacou kartou a personál mu hneď vydá eKasa doklad o zaplatení.

Výhody FiskalPRO - jednoduché a intuitívne ovládanie, nízke náklady a obrovská pridaná hodnota. Eliminácia chýb a omylov pri prepisovaní objednávok či zbytočných krokov k pokladnici po doklad alebo k platobnému terminálu – FiskalPRO šetrí nielen čas a peniaze, ale aj po celom dni unavený personál.

Máte už svoj pokladničný systém, ktorý nechcete meniť?

To vôbec nevadí! Naši partneri s obľubou využívajú zariadenie FiskalPRO pre ich Mobilných čašníkov – práve pre pridanú hodnotu, ktorú tak získajú – mobilnú eKasu s platobným terminálom v 1 zariadení. Či už je to Cassandra s Bluegastro od Asseco Solutions, MK Soft, Alto Slovakia, Oberon od Exalogicu, iKelp alebo ComeIN.

Zefektívnete vašu obsluhu a starostlivosť o zákazníkov s Mobilným čašníkom a zariadením FiskalPRO A8.

- » Mobilná eKasa s mobilným čašníkom, tlačiarňou a platobným terminálom v 1 zariadení.
- » Pripravená taktiež na rozvoz a distribúciu, nepotrebuje žiadne iné zariadenie.
- » Výhodné poplatky za platbu kartou.
- » Jednoduché a intuitívne ovládanie.
- » Zdieľanie účtov, objednávok a dokladov – všetko máte prepojené a synchronizované on-line.
- » Portál na kontrolu tržieb a dokladov.

www.fiskalpro.sk

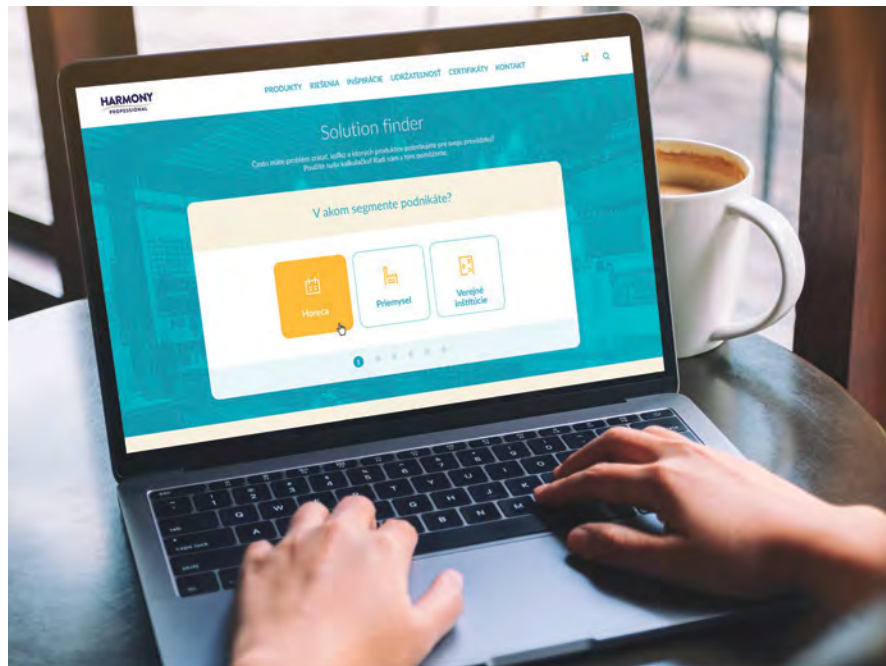


Uvedená cena je bez DPH a platí v prípade ak prijímate platobné karty na zariadení FiskalPRO A8.

ON-LINE RIEŠENIE POMÁHA OPTIMALIZOVAŤ NÁKLADY NA PROFESIONÁLNU HYGIENU

TEXT A FOTO SHP Group

Nadnárodná spoločnosť SHP Group je najväčším producentom hygienických papierov v strednej a juhovýchodnej Európe. Okrem toho sa zameriava aj na segment profesionálnej hygieny, v ktorom pôsobí na slovenskom a českom trhu so značkou Harmony Professional. Tento rok prináša novinku – webovú aplikáciu Solution Finder. Aplikácia umožňuje v on-line prostredí optimalizovať náklady a skladové zásoby profesionálnej papierovej i nepapierovej hygieny.



Ako optimalizovať náklady na profesionálnu hygienu pri stúpajúcich hygienických štandardoch?

Rok 2020 sa v segmente HoReCa nesie v znamení nových hygienických protokolov a pravidiel o ochrane zdravia a bezpečnosti. To si vyžaduje vyššie investície a celkové náklady, ktoré však možno optimalizovať a plánovať spotrebu profesionálnej hygieny efektívnejšie. Každý prevádzkový manažér sa môže stretnúť s chybným odhadom množstva hygienických produktov. Nehovoríme len o nedostatku produktov, ale v mnohých prípadoch ide aj o ich „preskladnenie“, čo vedie k neefektívnemu využitiu skladovacích priestorov. Pomocť môže on-line aplikácia **Solution Finder**, ktorá ponúka efektívnosť, automatizáciu, no predovšetkým individuálny odhad spotreby konkrétnych hygienických produktov na dva týždne. Znamená lepšie plánovanie, úsporu času a finančných prostriedkov vynaložených na nákup produktov. Rovnako

sa zefektívni aj samotné plánovanie zásob, ktoré vedie k šetreniu miesta na sklade.

Ponuku na mieru si v nástroji Solution Finder vytvoríte poskytnutím týchto informácií:

- » segment, v ktorom podnikáte;
- » počet zákazníkov, ktorým denne ponúkate služby;
- » výber medzi kvalitou a cenou podľa vašich preferencií;
- » možnosť zvoliť si produkty šetrné k životnému prostrediu – ekologické produkty;
- » počet dní v týždni, keď je vaša prevádzka otvorená.

Potom ponuku podľa vašich požiadaviek môžete:

- » poslať obchodnému zástupcovi značky Harmony Professional, ktorý vás bude kontaktovať ohľadom cenotvorby a ďalších krokov;

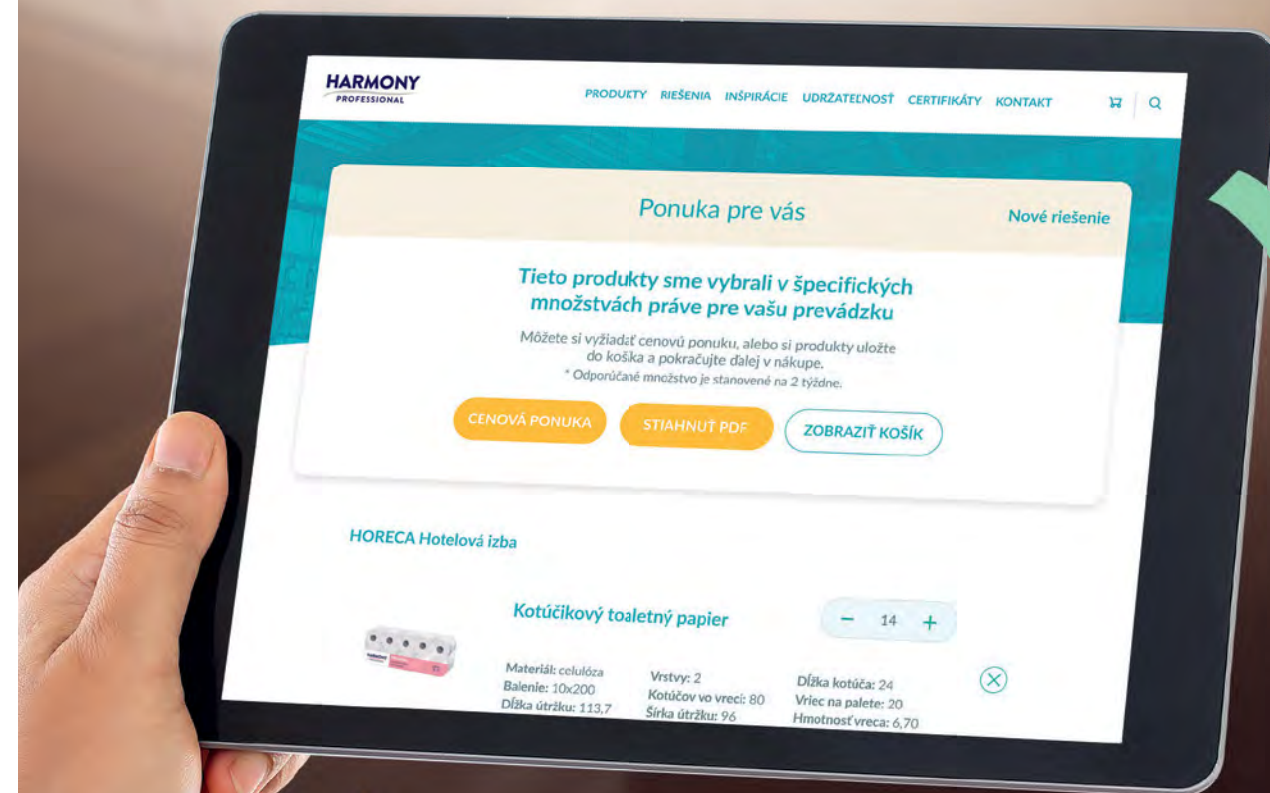
- » stiahnuť si ponuku ako PDF súbor;
- » v sekcii „košík“ doplniť o ďalšie produkty;
- » upraviť o typ a množstvo produktov, ktoré v danom časovom období nepotrebuje.

Pomocou aplikácie Solution Finder dokážete vytvoriť viaceré alternatívne ponuky podľa meniacich sa preferencií či požiadaviek na profesionálnu hygienu. Vďaka nej získate optimálnu ponuku nielen papierových, ale aj nepapierových produktov profesionálnej hygieny vrátane zásobníkov. Solution Finder je vhodný pre dlhodobो pôsobiace prevádzky s cieľom optimalizácie, ale i pre začínajúce prevádzky, ktoré potrebujú nastaviť štandardy hygieny. Komunikácia s vašim dodávateľom bude tak od začiatku efektívnejšia, rovnako ako množstvo zásob, ktoré máte na sklade.

On-line nástroj Solution Finder si môžete vyskúšať na:

www.tvojeharmony.sk/professional

Nástroj, ktorý ocení každý prevádzkovateľ



Vyskúšajte, aké ľahké môže byť plánovanie spotreby hygienických produktov pre vašu prevádzku. So Solution finderom to zvládnete na pár klikov.

Riešenie profesionálnej hygieny na mieru nájdete na www.tvojeharmony.sk/professional



HARMONY
PROFESSIONAL



POKUŠENIA Z HOTELOVEJ IZBY

PRIPRAVIL Branislav Koscelník FOTO La Reserve Hotel & Spa, Paris; AdobeStock, Hotel Lomnica

Sú ideálnym terčom pre dlhoprstých. Hotely otvárajú svoje priestory pre stovky návštevníkov, poskytnú im súkromie a svoj vzťah s hosťom zakladajú na absolútnej dôvere. Príležitosť však robí zlodeja a vidina ľahko získaného lupu mení na hotelových „zločincov“ aj ľudí, ktorým by inak ani nezišlo na um ulakomiť sa na uterák, vešiak zo skrinky či baterky z diaľkového ovládača televízora.

Na čo to potrebujú?

Niektorí sú presvedčení, že si v cene hotelového pobytu zaplatili aj vybavenie izby, iní rátajú s tým, že hotelový personál „zlodejinu“ riešiť nebude, ďalší si pri odnášaní zariadenia hotela zvyšujú dávku adrenalínu a testujú odvahu. Nezaplatené suveníry však nie sú pre hotelové rozpočty zanedbateľnou položkou. Americká hotelová asociácia odhaduje, že v kufroch hostí skončí každý rok vybavenie za asi 100 miliónov dolárov.

SOLVENTNEJŠIA KLIENTELA – VÄČŠIE ŠKODY

Najčastejšie sa na prsty „tiežhostí“ z hotelových izieb lepia uteráky, župany, vešiaky a perá. No nepohrdnú ani príbormi, fénmi, televízormi, vankúšmi a dokonca aj matracmi. Jednoducho, nohy dostane všetko čo nie je napevno prichytené.

Keď nedávno portál Wellness Heaven, ktorý recenzuje hotely a kúpele, zverejnil prieskum medzi takmer 1 200 štvor- a päť-

hviezdičkovými hotelmi o zozname kradnutých položiek, dozvedeli sme sa veľmi zaujímavé fakty.

Bežné vybavenie izieb mizne podľa očakávania viac v štvorhviezdičkových hoteloch. Prekvapí však zistenie, že z päťhviezdičkových hotelov sa kradnú drahé umelecké predmety, televízory, tablety či dokonca matrace. Je deväťkrát pravdepodobnejšie, že si hosť v päťhviezdičkovom hoteli odnesie televízor, ako v štvorhviezdičkovom.

Sejf dáva hosťom istotu, že sa nemusia strachovať o svoje cennosti.

Presnejšie, z oslovených manažérov štvorhviezdičkových hotelov v prieskume len 1,3 percenta priznalo, že mali skúsenosť s krádežou televízora. V päťhviezdičkových už ukradnutý televízor riešilo 12 percent opýtaných.

Znie to neuveriteľne, ale až osem percent hotelierov muselo v posledných dvoch rokoch riešiť ukradnutý matrac z päťhviezdičkového hotela. No len jedno percento hotelov so štyrmi hviezdikami priznalo, že ho v izbe po ubytovanom hosťovi nenašli.

Výkonný riaditeľ Wellness Heaven Tassilo Keilmann pre BBC vysvetlil, že matrace „dostávajú nohy“ prevažne pod rúskom tmy. „Povedali mi, že sa to väčšinou stáva v noci, keď na recepcii nikto nie je. Niektoré hotely majú záznamy z bezpečnostných kamier, na ktorých je vidieť, ako matrac prevažajú vo výťahu,“ povedal Keilmann.

Menej pokusov o krádež v štvorhviezdičkových hoteloch vysvetľuje autor prieskumu tým, že mnohé z nich označujú cennejšie predmety, aby sa pri pokuse o ich odcudzenie spustil alarm. V päťhviezdičkových zariadeniach sa však táto praktika veľmi neuplatňuje. Zároveň je podľa Keilmanna menej pravdepodobné, že päťhviezdičkový hotel ohlásí krádež na políciu alebo kontaktuje páchatela, pretože nechce byť spájaný s kriminalitou.

ZLODEJI PODĽA NÁRODNOSTI

Prieskum dáva nahliadnuť aj do duše hotelových hostí podľa ich národností. Nemcov a Britov označuje za nudných, pretože siahajú po bežnom vybavení. Okrem uterákov a županov sa zameriavajú predovšetkým na kozmetiku a toaletné potreby. Rakúšanom chutí hotelová káva a chcú si ju pripravovať aj doma, preto nemôžu odolať kávovarom.



Pre Američanov sú objektom túžby vankúše a batérie, Taliani uprednostňujú ako hotelový suvenír poháre na víno a Švajčiarov najviac láka fén. Správa hodnotí spôsob kradnutia Francúzov ako okázalý, pretože ich priťahujú najmä televízory a diaľkové ovládače. Holandskí hoteloví hostia sú zase praktickí. Medzi ich obľúbené položky patria žiarovky a toaletný papier.

UTERÁKY IDÚ NA DRAČKU

Aké skúsenosti majú s dlhoprstými slovenskí hotelieri? Generálna riaditeľka Hotela Lomnica Zuzana Semanová v novootvorenom zariadení nemusela riešiť vážne prípady, ak prehliadneme zmiznutie hotelových kníh, reklamných či informačných kartičiek.

Až neuveriteľne však znie údaj o ukradnutých malých toaletných froté uteráčikoch. Za minulý rok ich z hotela zmizlo 1 400 kusov. Strácajú sa na toaletách, ktoré sú verejne prístupné. „Hotel Lomnica má svojich externých a interných hostí. Keďže sa nachádza v centre Tatranskej Lomnice stane sa, že hostia idúci cez námestie používajú toalety na prízemí hotela ako „verejnú toaletu“. A tak evidujeme zvýšené krádeže toaletného papiera, toaletných froté uteráčikov. Z priestoru zmizla aj kvetinová deko-

rácia – orchidea v postriebrenom črepníku. Čapovanie mydiel a telových krémov z toaliet je už bežnou praxou. Ale stalo sa nám napríklad, že z výťahu v historickej časti zmizlo tlačidlo čísla poschodia. Niektorých externých hostí, ktorí k nám chodili pravidelne na toaletný papier sme už odsledovali a od momentu upozornenia sa u nás už neobjavili,“ hovorí o praktikách tatranských dlhoprstých Zuzana Semanová. Podotkla, že ubytovacie zariadenie sa pred zlodejmi chráni kamerovým systémom a na majetok i galerijnú expozíciu dohliada aj 24-hodinová služba súkromnej SBS spoločnosti.

V hoteli NH Bratislava Gate One svoj majetok i majetok hostí chráni bezpečnostná služba, kamerový systém i alarm. Šéf hotela Jiří Kotulán tvrdí, že zrejme neexistuje ubytovacie zariadenie, ktoré by neriešilo prípad okradnutých hostí. Pravidelne prichádzajú aj na drobné krádeže z vlastného inventára. „Bežne mizne tovar z minibaru, ktorý hostia „zabudnú“ zaplatiť. Zmizli už aj župany, uteráky, lyžičky, šálky z izieb, batérie z diaľkových ovládačov na televízor. Veľkou bizarnosťou bolo, keď mladá žena z Nemecka si vzala so sebou izbový telefón, svojou zostatkovou a nevyužitelnou hodnotou takmer bezcennosť,“ spomenul Jiří Kotulán jeden z prípadov.

Čapovanie mydiel a telových krémov je už bežnou praxou. „Tiežhostia“ nepohrádnu ani uterákmi a županmi.

→ V hoteli Lomnica na galerijnú expozíciu dohliada 24-hodinová služba súkromnej SBS spoločnosti.



Nepoctivých hostí hotel kontaktuje, aby zistil dôvod ich správania a apeloval na ich morálku. „Hostia sa, samozrejme, nikdy nepriznajú a je veľmi ťažké a nákladné vymáhať ukradnuté veci späť,“ poukazuje Jiří Kotulán. Priznáva, že vo výnimočných prípadoch a pri škode, ktorá prevyšuje priestupok podľa zákona, treba do prípadu zaangažovať aj políciu.

OPATRNOTI NIKDY NIE JE DOSŤ V prípade, ak došlo počas pobytu ku krádeži vecí, ktoré si hosť do hotela doniesol alebo si ich tu odložil, za škody na veciach je zodpovedný hotel. Občiansky zákonník hovorí o zodpovednosti prevádzkovateľa poskytujúceho ubytovacie služby za škodu na veciach, ktoré si ubytovaní do hotela priniesli.

Hotel by mal umožniť klientovi uložiť cenné predmety, peniaze, šperky alebo predmety vysokej finančnej, spoločenskej

alebo duševnej hodnoty na bezpečnom mieste. Pokiaľ toto právo klient nevyužije, za prípadnú škodu spôsobenú stratou, zneužitím, poškodením, odcudzením alebo iným spôsobom zodpovedá hotel len v obmedzenej miere. Za klenoty, peniaze a iné cennosti hotel zodpovedá len do výšky 332 eur. Právo na náhradu škody zanikne, ak ho klient neuplatnil najneskôr do 15 dňa po dni, keď sa poškodený o škodu dozvedel. Ak však hotelový personál prevzal peniaze, cenné veci, či doklady do hotelového trezoru, zodpovedá za ne bez obmedzenia.

Dnes je bežným vybavením v hotelovej izbe sejf. Hostovi dáva istotu, že sa nemusí strachovať o svoje cennosti, peniaze, prípadne elektroniku. Sejfy sú vybavené núdzovým otvorením pomocou master kódu či trezorového kľúča, vďaka čomu hosť o svoj obsah nepríde ani vtedy, keď stratí kľúč alebo zabudne heslo.



SKUTOČNÉ PRÍBEHY:
AJ TOTO SA DÁ
Z HOTELA UKRADNÚŤ

Kúpeľňové vybavenie

Poriadnu dávku remeselnej zručnosti potrebovali hostia, ktorí z hotela ukradli kúpeľňové armatúry, sprchovaciu hlavicu, hydromasážnu sprchu, záchodovú dosku, odtokovú rúru. V istom berlínskom hoteli zloději nepohrdli ani celým umývadlom.

Klavírne krídlo

Bizarný je zážitok hoteliera z Talianska: „Raz som prešiel vstupnou halou a všimol som si, že mi niečo chýba. Hneď na to som sa dozvedel, že traja neznámi muži v montérkach odniesli klavírne krídlo. To sa, samozrejme, nikdy nenašlo,“ napísal svoju skúsenosť.

Označenia izieb

V istom anglickom hoteli nejaký vtipkár odstránil čísla z dverí hotelových izieb. „Všimli sme si to až vtedy, keď ďalší hosť nemohol nájsť svoju izbu,“ vracia sa ku kanadskému žartíku riaditeľ hotela.

Diviacia hlava

Vo Francúzsku sa milovník prírody pokúsil ukradnúť vypchatú hlavu diviaka. No trofej sa mu nepodarilo získať. Mužovi však neskôr jeho priatelia splnili želanie. Diviaka odkúpili a darovali mu ho ako svadobný dar.

Lavičky v saune

„Kde si mám v saune sadnúť? Neviem relaxovať postojacky,“ posťažoval sa hotelovému personálu v zariadení blízko Salzburgu návštevník sauny. Až vtedy si zamestnanci hotela uvedomili, že niektorému z hostí sa zapáčili borovicové lavice natoľko, že im neodolal a odniesol si ich so sebou.

ZDROJ Wellness Heaven

DOBRÁ ATMOSFÉRA ZÁVISÍ
OD KVALITY VZDUCHU

TEXT A FOTO Daikin

Každého hoteliera poteší, keď si v recenziách prečíta, že hostia sa u neho cítili príjemne a radi sa do hotela opäť vrátia. Čo presne sa však skrýva za pochvalnými slovami o „hoteli s dobrou atmosférou“? Úsmev zamestnancov? Čistota priestorov? Oboje závisí od kvality vzduchu!



Zdravý človek urobí v priemere 20 000 nádychov denne bez toho, aby si vôbec uvedomoval, aký vplyv má každý nádych na jeho kondíciu. Keď je okolitý vzduch čistý, práca v kancelárii ide viac od ruky, do cvičenia sa vrháme s väčšou vervou, doma sa nám nezatvárajú oči od únavy po prvých piatich minútach sledovania filmu. V hoteloch špičkovú kvalitu vzduchu očakávame ešte viac. Ide predsa o miesta, kam ľudia chodiať načerpať energiu, nie o ňu prísť.

PARAMETER, NA KTOROM
ZÁLEŽÍ

Aby dýchanie v interiéroch zvyšovalo pocit pohody treba venovať pozornosť aj parametru, akým je hladina vlhkosti vzduchu. Popri kyslíku a dusíku vdychujeme aj vzácne plyny, oxid uhličitý a značnú časť vodných pár. Toto je to, čo nazývame vlhkosťou vzduchu. Na maximalizovanie kvality vzduchu je kľúčové nájsť pri danej teplote vnú-

torného vzduchu optimálny pomer medzi vzduchom a vodnou parou.

Vlhkosť vzduchu v interiéri by mala byť v rozpätí medzi 40 až 60 %. Príliš suchý (vlhkosť pod 30 %), ale rovnako aj príliš vlhký vzduch (nad 70 %) sú pre zdravie človeka rizikovým faktorom. A určitým spôsobom negatívne vplyvajú aj na samotnú „vizáž“ miestností. Tak ako nám v suchu praskajú pery, praská aj drevený nábytok či podlaha. Nízka vlhkosť vzduchu vedie k rozšíreniu alergénov a patogénov, spôsobuje dýchacie ťažkosti a veľmi nepríjemná je aj pre ľudí, ktorí nosia kontaktné šošovky.

Opačný extrém tiež nie je žiadna výhra. Vysoká vlhkosť je rajom pre baktérie, plesne a roztoče. Vlnutie stien, orosené sklenené plochy či plesnivé miesta v kúpeľni sú viditeľným indikátorom, že vlhkosť vzduchu je nad odporúčanými hodnotami.

Špeciálne v historických a butikových hoteloch môže odklon od optimálnej vlhkosti vzduchu napáchať nenapraviteľné škody na dizajnerských kusoch nábytku a podstatne znížiť estetickú hodnotu miesta. Hostia také zanedbanie neodpúšťajú a na stránkach s recenziami hotelov sa často objavujú fotografie znázorňujúce rôzne nedostatky; nepekný kontrast medzi reklamou a realitou. Takú reputáciu potom hotelier len tak ľahko „nevývetrá“.

VETRANIE NESTAČÍ

Ak hľadáte dlhodobý a efektívny spôsob, ako dosiahnuť dobrú atmosféru vo vašom hoteli, nespoliehajte sa iba na pravidelné vetranie. Stavte na moderné technológie a zadovážte si spoľahlivý systém zvlhčovania vzduchu a pohlčovania vlhkosti.

Daikin, svetový expert na čistý vzduch, ponúka riešenie jedného i druhého súčasne v podobe revolučnej vnútornej jednotky Ururu Sarara. Tá prichádza s unikátnou technológiou Bluevolution a s Daikin chladivom R-32, ktoré má nulový vplyv na ničenie ozónovej vrstvy, takže investujete nielen do budúcnosti svojho hotela, ale aj do ochrany prírody. Ururu Sarara disponuje až piatimi funkciami kontroly vzduchu: zvlhčovanie/pohlčovanie vlhkosti, ventilácia s prisunom čerstvého vzduchu, vykurovanie/chladenie a čistenie vzduchu. Vďaka inovatívnej technológii dosiahnete správny stupeň vlhkosti vzduchu nezávisle od sezóny a spolu s teplotou, ktorá vašim hosťom najlepšie vyhovuje.



Viac o špičkovej vnútornej jednotke Ururu Sarara zistíte na: www.daikin.sk/ururu_sarara



KLÚČE NAHRADILI KARTY A ON-LINE TECHNOLOGIE

PRIPRAVILA Alena Reháková FOTO dormakaba

Aj vy si ešte pamätáte časy, keď ste na recepcii dostali kľúč s číslom vašej izby? Samozrejme, ešte i dnes sa nájdú hotely, v ktorých sa s týmto „retro“ systémom otvárania dverí stretnete. Čas však napreduje tak rýchlo, že magnetické karty budú už čoskoro minulosťou a nahradia ich bezkontaktné, bezdotykové a on-line technológie. O trendoch v tejto oblasti sme sa zhovárali s Ing. Julianom Hederom, generálnym riaditeľom spoločnosti dormakaba pre Českú a Slovenskú republiku.

Aké kritériá by mali spĺňať hotelové vstupné systémy?

Vstupné hotelové systémy by mali predovšetkým kombinovať tri základné prvky: efektívnosť, pohodlie a bezpečnosť. Z pohľadu hotelového hosťa ide o rýchly a pohodlný proces ubytovania a prístupu do izby, wellness centra atď. Pre prevádzkovateľov hotelových služieb by mal systém spĺňať najvyššie požiadavky na bezpečnosť, v súčasnosti i na hygienu prostredníctvom bezdotykového otvárania dverí a na neposlednom mieste optimalizovať náklady.

Ktoré zo systémov sú, takpovediac na ústupe a ktoré sa dostávajú do popredia?
Najmodernejšie systémy ponúkajú bezkon-

taktné, bezdotykové a on-line technológie, ako je napríklad otváranie hotelových izieb mobilným telefónom. Na rozdiel od dnes už zastaralých systémov magnetických kariet a štandardného otvárania mechanickým kľúčom.

Čo je vhodné pre menší hotel s obmedzeným rozpočtom a čím by mali byť vybavené veľké hotely?

Na trhu sú riešenia pre menšie penzióny aj

pre veľké hotely a hotelové reťazce. Od standalone RFID hotelových zámkov integrovaných do dverného kovania až po on-line riešenia v kombinácii s mobilným prístupom prepojeným s rezervačným systémom hotela.

V akých cenových reláciách sa približne pohybujeme?

Všeobecne môžeme povedať, že ide o investíciu, ktorá má návratnosť od jedného

“VSTUPNÉ HOTELOVÉ SYSTÉMY BY MALI KOMBINOVAŤ TRI ZÁKLADNÉ PRVKY: EFEKTÍVNOSŤ, POHODLIE A BEZPEČNOSŤ.”

“VÝVOJ SMERUJE CESTOU CLOUDOVÝCH RIEŠENÍ A FORMOU BEZOBSLUŽNÝCH KIOSKOV NA VYDÁVANIE HOTELOVÝCH KARIET/ČIPOV.”

do maximálne dvoch rokov podľa zvolenej technológie a výrobcu.

Ako by mal postupovať hotelier pri výbere hotelového vstupného systému?

Určite odporúčame zamerať sa na autorizovaných a certifikovaných výrobcov / dodávateľov hotelových systémov, ktorí majú dlhodobé postavenie na trhu a preukázateľné referencie. Veľa napovedia aj rôzne ocenenia, napríklad Red Dot Design Award.

Vyžaduje sa odborná montáž týchto systémov? Je potrebné špeciálne upraviť dvere?

Určite áno, už iba kvôli záruke a budúcemu servisu. A či je potrebné špeciálne upraviť dvere? To závisí na výbere hotelového systému, vo väčšine prípadov to však nie je nevyhnutné.

Aká býva záručná lehota a na čo sa vzťahuje?

Renomovaní dodávatelia poskytujú bežnú záruku dva roky, ale pri podpise servisnej zmluvy sa môže záruka predĺžiť až na päť rokov, čo býva veľmi atraktívne pre prevádzkovateľov. V podstate takto získajú bezúdržbový systém a servisné služby v režime 24/7 – 365 dní v roku.

Aké bezpečnostné normy musia spĺňať tieto systémy, aby v prípade škodovej udalosti, napríklad na majetku hosťa ju poisťovňa uznala?

Každý hotelový systém by mal byť certifikovaný podľa platných noriem pre únikové východy a požiaru odolnosť.

Aké sú trendy v tejto oblasti na najbližšie obdobie, akým smerom sa ubera vývoj?

Celkové trendy idú cestou digitalizácie procesov prebiehajúcich pri check-in a check out, čo znamená dôraz na prístup prostredníctvom smart mobilného telefónu či už pre android alebo ios. Vývoj smeruje cestou cloudových riešení a formou bezobslužných kioskov na vydávanie hotelových

kariet/čipov. Udalosti posledných mesiacov dopĺňajú trendy o stopercentné bezdotykové otváranie, ktoré majú veľký význam najmä vo verejných priestoroch (foyer, konferenčné miestnosti, wellness centrum, sociálne zariadenia...) a vo vstupoch do budov.

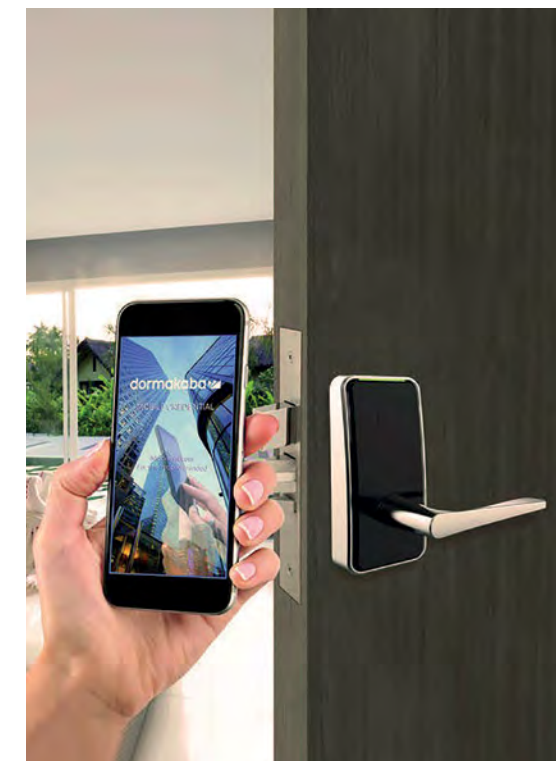


Funkciu kartového zámkového systému je umožnenie prístupu hostí do izieb a jeho kontrola. Hotelová karta umožňuje spravidla prístup do jednej izby a súvisiacich priestorov (výťahy, wellness centrum, centrálny vstup, parkovisko, garáž...). Samozrejmosťou je možnosť ovládania elektrického vybavenia izby v závislosti od prítomnosti hosťa. Kartou možno kontrolovať pohyb hosťa v ubytovacom zariadení, ale aj čerpať rôzne služby v dôsledku prepojenia s hotelovým software. Karta je vždy viazaná len na čas pobytu hosťa v hoteli. Hotelové karty možno plnofarebne potlačiť reklamnou tlačou – logom, fotografiou či kontaktní hotela, čím môže plniť úlohu propagačnej a informačnej vizitky. V súčasnosti sa však, aj vzhľadom na koronakrízu, dostávajú do popredia bezkontaktné, bezdotykové a on-line riešenia, medzi ktoré patrí otváranie dverí hotelovej izby mobilným telefónom.

dorma
kaba

bezpečie, design, komfort

Integrované riešenia prístupu pre hotely



dormakaba Slovensko s.r.o.
Ružová dolina 6, 821 08 Bratislava
+421 910 915 128
info.sk@dormakaba.com

dormakaba Česko s.r.o.
Radlická 714/113a, 158 00 Praha
+420 725 688 619
info.cz@dormakaba.com
www.dormakaba.com/cz-cs

CHCETE PRE HOSTÍ TO NAJLEPŠIE?

Každý správny barista vie, že dokonalú kávu nevyčarí bez chutných a najmä kvalitných mliečnych produktov. Lahodné latté či nezabudnuteľné cappuccino však bez mlieka so správnym pomerom bielkovín a tuku, nespravíte. Pre niektorých by zasa nebolo espresso dokonalým zážitkom bez dávky kvalitnej a chuťovo vyváženej smotany. Mlieko Barista s atraktívnym dizajnom je špeciálne určené pre potreby baristov a určite sa zide nielen v každej kaviarni, ale aj v domácnostiach všetkých milovníkov kávy. Rovnako aj lahodná smotana, ktorú na pultoch obchodov nájdete v 10 gramových mini baleniach.

www.rajo.sk/sk/sortiment/mlieko



PRIPRAVIA Alena Reháková
FOTO archív firiem



POĎAKUJETE SA ORIGINÁLNE

Poďakovať hosťom za návštevu hotela sa už stáva tradíciou. Bežne im darujete bonboniéry, čokoládu či fľašu vína. To tu už bolo a stále to robí väčšina vašej konkurencie. Odlíste sa a prekvapte! Darujte hosťom originálnu dózičku s exkluzívnym čajom zo Slovenska. Nepoznáme nikoho, kto by sa čaju nepotešil. Ak na obal umiestnite svoje logo, pripomeniete sa hosťovi pri každej voňavej šálke čaju. www.veselycaj.sk

DOZREL ČAS

Jemnú a zároveň plnú chuť získala Bošácka slivovica 52 % exclusive zrením v zapečatených nádobách. Výnimočná kvalita sliviek, výrobný postup zachovaný generáciami majstrov páleníčiarov a tri roky zrenia dodali destilátu nezameniteľný charakter. Za posledných šesťdesiat rokov sa táto legenda medzi destilátmi teší mimoriadnej obľube. Každý dúšok je jedinečný a neopakovateľný – pohladí dušu, poteší zmysly, zahreje srdce. To najlepšie, čo na Slovensku máme. www.olderold.sk



SEGAFREDO ORGANIC – BIO KÁVA V PRÉMIOVEJ KVALITE

Zmes zrnkovej kávy Arabika a Robusta je pestovaná a zbieraná v najvyššej bio kvalite v Mexiku, Peru a Ugande. Dlhšie, intenzívnejšie praženie a presný pomer kávových zŕn jej dodáva jemnú vyváženú chuť s nádychom čokolády a sladkého karamelu, perfektnú cremu a bohatú arómu. BIO káva Segafredo Organic spoločnosti Segafredo Zanetti SR s certifikátom biokvality spĺňa prísne podmienky ekologického pestovania. www.segafredo-zanetti.sk

SLOVENSKÉ RAŇAJKY?

NO PREDSA TIE S TRESKOU OD RYBA ŽILINA

Už 66 rokov sa za naše neoficiálne národné jedlo považuje rybia delikatesa, aká sa nevyrába nikde inde vo svete. Legendárna žilinská Treska Exklusiv však ide stále s dobou. Popri 45-percentnom obsahu najkvalitnejšieho mäsa tresky aljašskej, zelenine a majonéze, ktorú si v Žiline sami vyrábajú, neobsahuje žiadne umelé sladidlá, zahusťovadlá, lepok a má najnižší obsah konzervantov spomedzi ostatných tresiek. Podľa štatistik z Ryba Žilina si ju väčšina milovníkov vychutnáva ráno. Garantujeme vám, že aj raňajkové bufety vo vašom hoteli či penzióne, obohatené o tento výnimočný rybí šalát, naservirovaný s pečivom a čerstvou zeleninou, dostanú nový rozmer. Ten náš, slovenský, na ktorý môžeme byť právom hrdí. www.rybazilina.sk



LÁSKA NA PRVÉ ZRNKO

Káva Zlaté Zrnko – Emília je energická zmes 100 % arabík rafinovanej konzistencie. Čistá a hladká chuť kakaa s jemnou príchuťou acidity. Šálka tejto kávy vás ohromí vôňami liesky, orechov a pečeného chleba. Každá zmes Zlaté Zrnko je výsledným súzvukom chutí káv, z ktorých je zložená a je namiešaná podľa chutí ľudí. www.zlatezrnko.sk

VELKÉ VÝZVY ZVLÁDÁ DOKONALE

Chcete rýchle a snadno žehliť? Parní žehlicí systém Miele PIB 100 z rady Miele Professional se osvědčil jako všestranný a výkonný přístroj pro řešení nejnáročnějších výzev, ve kterých běžné domácí spotřebiče neobstojí. Je kompaktní, lehký a tiše vás následuje na kolečkách. Díky patentovanému systému 1-2 Lift je jeho rozkládání velmi jednoduché. Pohodlí při obsluze doplňuje přehledný integrovaný displej, který informuje o aktuálním statusu přístroje. Uživatel vidí interval vodního kamene nebo stav vody v nádrži s objemem 4,5 litru, se kterým lze žehlit alespoň tři hodiny bez přestávky. Ovládání Miele PIB 100 tak hravě zvládne i neproškolený personál nebo hotelový host. Certifikací CE je přístroj navíc zabezpečen proti poškození. Jeho účinnost potvrdují velké žehlicí prkno ComfortZone pro žehlení např. košil, výkonný steamer pro citlivé ošetření večerních šatů nebo saka a efektivní technologie páry, díky které lze po dobu nejméně tří hodin ošetřovat pracovní blůzy i kalhoty a košile hotelových hostů. Pořízením Miele PIB 100 přinesete do své prádelny či na hotelový pokoj dokonalý přístroj s dlouhou životností. www.miele.cz/professional



BLACK DESIGN BY SAPHO ANEB ČERNÁ JE NOVÝ CHROM!

Černá vnáší do koupelny zvláštní dramatické kouzlo, které dotváří perfektní atmosféru pro relaxaci. Zároveň je to barva, která nikdy nevyjde z módy, má styl, a vypadá skvěle v jakémkoliv prostoru. Nelze se divit, že její popularita již převyšuje i dosud tolik využívaný chrom. Například sprchové walk-in zástěny CURE BLACK dodají koupelně vzdušnost i osobitý styl. Série kombinuje jednoduchý čistý vzhled spolu s dalšími praktickými vlastnostmi, díky nimž poskytuje nejen větší volnost a pohodlí, ale dokáže se též maximálně přizpůsobit prostorovým dispozicím každé koupelny. Atraktivita zástěn CURE BLACK je dána především využitím elegantních, matně černých hliníkových profilů, které tvoří rám a opticky rozdělují sklo na jednotlivé okenní tabule. www.sapho.sk





UMENIE BYŤ HOSTOM PROTOKOL NA KAŽDÝ DEŇ – 1. ČASŤ

PRIPRAVILA Eleonóra Bujačková FOTO unsplash.com, pexels.com

Kritizujeme kuchárov, reštaurácie, obsluhu: sťažujeme sa na nevlúdny personál, špinavé obrusy a nevkusnú výzdobu. Nie je to ale tak, že dostávame v podstate to, čo si zaslúžime? A že tam, kde nie je kvalitný dopyt, nie je ani kvalitná ponuka? Je to jednoduché – aj hosta treba vychovať. V našej pravidelnej rubrike sa pozrieme ako na to...

Ak hovoríme o etikete, tak si zopakujme, že slovo sme prebrali z francúzštiny (étiquette) čo môže znamenať buď lístok s označením obsahu alebo pravidlá slušného správania. Spoločenskú etiketu by sme mali vždy dodržiavať, ak chceme v spoločnosti vystupovať ako ľudia, ktorí sa vedia správať a podľa toho nás aj okolie vníma, prípadne hodnotí. Či už ide o ples, oslavu, firemný večierok, divadlo alebo akúkoľvek inú spoločenskú udalosť, vždy sa vyžaduje rešpektovanie spoločenskej etikety. Definícia spoločenskej etikety je veľmi jednoduchá. Ide o súbor pravidiel správania sa v spoločnosti. Nie vždy platí v spoločnosti známa veta, všetci sme si rovní. Ako u zvierat, aj u ľudí funguje hierarchia spoločenskej významnosti. Napríklad vyššie postavený človek, je pochopiteľne významnejší v spoločnosti. Takisto to platí aj s vekom či s nadriadeným a jeho podriadeným.

AJ HOST MUSÍ MAŤ FORMU Formálne akcie majú prísnejšie kritéria, ale vo všeobecnosti platí, že slušne by sme sa pri stole mali správať bez ohľadu na prostredie. Podmienkou slušného stolovania je pekne upravený stôl a naše aspoň základné vedomosti spoločenskej etikety. Vedieť iba držať správne nôž a vidličku nestačí...

Začnime hneď **vstupom do reštaurácie** – vždy by mal ako prvý vchádzať muž. Ku stolu si však prvá sadá žena. V lepších reštauráciách

počkáme na usadenie k voľnému stolu, alebo ku stolu, kde máme rezerváciu. Dávame pozor, aby sme neposúvali stoličku po podlahe a nespôsobovali nevhodné zvuky. Kabát si ukladáme na určené miesto, nie na operadlo stoličky. Muži ženám pomôžu kabát vyzliecť a postarajú sa o jeho uloženie. Počkáme na prinesenie **jedálneho lístka** obsluhou, neobsluhujeme sa sami, napríklad z vedľajšieho stola. Samozrejmosťou je, že si pri jedle utierame ústa obrúskom (pred každým napitím!), sedíme vystretí a nerozvalujeme sa ako na gau-

“SKÔR NEŽ SA VYBERIEME DO REŠTAURÁCIE MALI BY SME SI PRIPOMENÚŤ, ŽE PRAVIDLÁ STOLOVANIA SÚ DANÉ A MUSIA SA PREMIETAŤ DO VŠETKÝCH FORIEM STOLOVANIA.”

či pri sledovaní dobrého filmu či futbalového zápasu. Muži môžu sedieť na celej stoličke, dámy iba na prvej tretine, pričom sa neopierajú o operadlo. Na stoličku za svoj chrbát si môžu **uložiť kabelku**. Tá sa nikdy neodkladá na zem ani na prestretý stôl (rovnako na stôl sa nekladie mobil ani peňaženka). Malú alebo listovú kabelku si ženy môžu položiť na kolená. Nohy pod stolom si neprekladáme, ženy si ich kladú ku sebe, muži mierne od seba. Rovnako lakte neopierame o stôl a pohár držíme za stopku. Ruky neschovávame pod stolom alebo na kolenách. Príliš negestikulujeme, a už vôbec nie s príborom!

Pokiaľ už **zasadneme k prestretému stolu**, malo by nám byť už podľa založenia príboru jasné, aké zložité menu nás čaká. Správne pripravená slávnostná tabuľa už na prvý pohľad napovedá, ktorý príbor si vezmeme do rúk ako prvý. Stačí ak si zapamätáte jednoduché pravidlo. **Príbor, ktorý je najďalej od taniera používame ako prvý.**

Keď nás čaká obed so štyrmi chodmi zložený z polievky, predkrmu, hlavného jedla a dezertu, bude z pravej strany (z pohľadu hosta) najďalej od taniera polievková lyžica. Po dojedaní nám zostanú pri tanieri dva príbory – sprava dva nože a zľava dve vidličky. Opäť zvolíme nôž a vidličku viac vzdialenú od taniera. Dezertná vidlička alebo lyžička sa kladie nad samotný okraj taniera a vo chvíli, keď sa začne podávať dezert, čašník vám ju naservíruje k prinesenému dezertu.

Nezabúdajte, že **žiadny z príborov nikdy neodkladáme na obrus**. Nikdy nesmerujeme hroty smerom hore, ani proti spolustolujúcemu. Pokiaľ potrebujeme pri jedle iba vidličku, nôž neodkladáme, ale stále ho držíme. To, že nôž nepatrí do úst je samozrejmosťou. Rovnako ako to, že pri stolovaní nevydávame rôzne zvuky. Keď dojeme, nôž s vidličkou položíme na tanier tesne vľavo seba. Prekrižením naopak zdôrazníme, že sa chceme k jedlu opäť vrátiť.

Ak je k dispozícii **látkový obrúsok**, ten sa dáva na kolená, pričom ženy si ho majú rozprestrieť len na polovicu, muži zase celý. Má nás

uchrániť pred ušpinením a slúži aj na utretie úst. Po skončení stolovania obrúsok poskladáme a položíme na stôl tak, aby prípadné škvrny či nečistoty na ňom nebolo vidieť. **Papierová servítka** sa odkladá naľavo od taniera a po dojedaní ju ukladáme na tanier. V žiadnom prípade ju nepoužívame ako vreckovku!

Mali by ste vedieť, že pred **degustovaním vína** by ste si mali vypláchnuť ústa trochou minerálnej alebo obyčajnej vody s niekoľkými kvapkami citróna. Dobré je zapamätať si, že keď si objednáme minútku so zeleninovou oblohou, pravdepodobne ju dostaneme na studenom tanieri. Ale aj to, že k bufetovému stolu môžete zísť niekoľkokrát, takže nie je dôvod, aby nám hneď prvé jedlo padalo z taniera.

Pečivo si odlamujeme, nie odhryzujeme. Zoberieme si ho z košíka a uložíme na tanierik naľavo. Odlomíme jeden kúsok a natrieme maslo. Potom si ho vložíme do úst. Dôležité je, že jedlo, ktoré sa dotklo úst sa už nesmie vrátiť na tanier. Mäso od kostí oddeľujeme príborom, ak to v danej reštaurácii nie je povolené za pomoci rúk. V takom prípade je povinnosťou čašníka priniesť nám misku s vodou na opláchnutie prstov.

Polievku môžeme jesť z misky (bujón) alebo taniera. Ak sa polievka servíruje z misky, tanier nenadvihujeme. Polievku nefúkame a nechlípeme. Misku a tanier k sebe neprikladáme (výnimkou je japonská reštaurácia), poslednú tretinu bujónu zo šálky z úskom môžeme vypiť. Tanier pri dojedaní v reštaurácii nenakláňame, polievku nevyjedáme do dna, aby sme nezvonili lyžicou. Rezance pred nabratím radšej nakrájame, aby nám neskĺzavali z lyžice.

Kávovú lyžičku nikdy nevkladáme do úst, je určená len na premiešanie nápoja, potom sa má položiť na tanierik. Nemala by zostávať v šálke. Ak sedíme pri stole, šálku s kávou dvíhame bez tanierika, ak si kávu vychutnávame v kresle, berieme zo stola aj tanierik.

Pri **servírovaní jedla** obsluha prináša pokrmy všetkým hosťom naraz. Tanier podáva vždy sprava, nemali by ste si ho od čašníka brať, ale nechať ho, aby objednané jedlo položil na



stôl. Stačí sa iba ľahko nakloniť dolava a ulahčiť mu prístup. Ani po dojedaní s taniermi nemaniplujte a nechajte obsluhu, aby ich odniesla sama.

Ak nám **jedlo spadne zo stola**, rozhodne na to neupozorňujeme a spadnuté jedlo nedvíhame zo zeme. Ak nám spadne príbor, nedvíhame ho, ale požiadame personál o nový. Prevrátenie pohára s nápojom nie je vecou, ktorá by mala pokaziť naše posedenie. Treba to zobrať humorne a vyliatu vodu, víno či inú tekutinu čo najrýchlejšie utrieť obrúskom, ktorý je na to určený.

Že sa výborne zabávate? Je to skvelé, ale nemusí to vedieť celá reštaurácia. Ani **hlasné telefonovanie** vám na úrovni nepridá. Myslite aj na ostatných hostí, ktorí si tiež chcú vychutnať príjemnú pohodu a dobré jedlo. Podľa jedného prieskumu Českého zväzu pivovarov a sladovní by takmer polovica respondentov uvítala zákaz používania mobilov v reštauráciách. Jeden izraelský podnik dokonca zaviedol špeciálnu akciu: hosť, ktorý pri vstupe do reštaurácie odovzdá svoj mobilný telefón, dostane päťdesiatpercentnú zľavu.

DOBRE RADY

- Na bufetových stoloch väčšinou bývajú vpredu lacnejšie jedlá a šaláty. Drahšie pokrmy a špeciálne pochutiny bývajú vzadu.
- Do reštaurácie sa vyplatí chodiť kvôli jedlu, nie kvôli šéfkuchárovi. Niektorí sú celebrity prsto iba preto, že svoje meno vedia predť viac než svoje kuchárske umenie.
- Ani profici často nevedia, aký príbor k čomu patrí. Renomovaný šéfkuchár radí všetkým, ktorí idú prvý raz do luxusnej reštaurácie, aby si večer užili podľa svojho: pri druhej návšteve im bude už všetko jasné.

PAPIEROVÉ UTIERKY SÚ BEZPEČNEJŠIE

VÍŤAZIA NAD TEPLOVZDUŠNÝMI SUŠIČMI AJ V BOJI O ZDRAVIE

TEXT A FOTO Essity Slovakia

Súčasná zložitá situácia v súvislosti s pandémiou koronavírusu priniesla éru nových hygienických noriem. Viac ako kedykoľvek predtým premýšľame nad dennou hygienou a umývaním rúk venujeme zvýšenú starostlivosť. Je pochopiteľné, že návštevníci verejných toaliet a umývárni očakávajú vyšší hygienický štandard ako v čase pred príchodom vírusu.

Čisté a dobre vybavené toalety vysielajú jednoznačný signál: berieme zvýšené nároky na hygienické opatrenia vážne a dbáme na zdravie hostí. Ak zaujmete tento postoj a poskytnete návštevníkom toaliet pocit bezpečia, máte vyhraté.

Vysoké hygienické nároky najmä na toaletách s vysokou návštevnosťou pomôžu zvládnuť vysokokapacitné zásobníky papierových utierok Tork PeakServe. Vďaka nim zamedzíte mnohonásobne vyššiemu šíreniu mikróbov, ktoré sa rozptyľujú z teplovzdušných sušičov rúk. Papierové utierky poslúžia používateľom rýchlejšie a sú hygienickejšie.

Balíky na seba nadväzujúcich utierok Tork so stlačeným objemom obsahujú o 50 % viac utierok ako štandardné balenia. Prináša to nielen rýchle a jednoduché doplnenie, ale aj zníženie nákladov na logistiku, úsporu skladových priestorov a na neposlednom mieste viac priestoru pre personál, ktorý sa v ušetrebnom čase bude môcť venovať ďalším pracovným úlohám.

Systémy TORK pomáhajú zvýšiť hygienický štandard a zároveň šetriť čas a náklady spojené s pracovníkmi FM firiem.



TORK PeakServe®

Bezpečná a úsporná hygiena

- Rýchle dopĺňanie zásobníka, viac času na ďalšie úlohy
- Dávkovanie vždy po jednej utierke
- Menej odpadu a obmedzenie plytvania
- Úspora priestoru v sklade, menej časté dopĺňovanie

75%
SÚHLASÍM

Prial by som si, aby ďalšie ponúkané zariadenia bol zásobník na papierové utierky ako alternatíva k elektrickému sušiču.

43%
SÚHLASÍM

Cítim sa nebezpečne pri vstupe na toaletu, kde je elektrický sušič rúk.

50%
SÚHLASÍM

Je viac pravdepodobné, že pôjdem na miesto, kde ponúkajú papierové utierky ako alternatívu k elektrickému sušiču rúk.

www.tork.sk

TORK

Think ahead.



PRÉMIOVÉ ČAJE OD J.J. DARBOVEN

Joseph Eilles

www.darboven.com