



Mistr výčepní
Čepuje v Malostranské besedě

Prazdroj menu
Pomůže i s alergený

Ženy za pultem
Nikoli seriálovým, ale výčepním

Klubovka | 4

Objednávejte už na hlavní sezonu

Rozvoj podnikání | 6

Rozbalili jsme jeden balíček služeb

Téma | 8

Buďte víc mobilní

Aktuálně | 10

Povinnost uvádět alergeny

Za oponou | 12

Ženy za pultem

Osobnost | 14

Blbá blondýna srovná i štamgasty

Know-how | 16

Mistr nad mistry - Pavel Pressburg

Naším objektivem | 18

Géčko jako rodinné žezlo

Sezona | 20

Jak uhlídat Silvestra

Už jste u nás byli? | 22

Dolní Morava

Představujeme | 24

Martin Hložek, obchodní sládek

Reportáž | 26

Pinkasova noční můra

Kaleidoskop | 28

Ze života značek

*„Sliby se mají
plnit nejen o Vánocích!“*

Vážení obchodní přátelé,

Jsem rád, že Vás mohu oslovit prostřednictvím úvodního sloupku vánočního čísla našeho magazínu. V Plzeňském Prazdroji pracuji více jak 11 let, postupně jsem vedl marketingové týmy, které měly na starost marketingovou podporu Velkopopovického Kozla, Radegastu, Pilsner Urquell, Birellu a dalších značek, jejichž reklamy, akce a další marketingové aktivity důvěrně znáte. Od června letošního roku vedu oddělení Trade&Shopper Marketingu, které se mj. zabývá tím, jak nadále prohlubovat naši spolupráci. Na jedné straně spolu s Vámi rozvíjíme hospody a restaurace, na straně druhé rozvíjíme naše tradiční značky piva a novinky, kterými se snažíme oslovovat mladší generaci včetně těch, kteří pivo nepijí.

I když trend pití piva směřuje dál ke konzumaci doma, pro nás je pořád nejdůležitější to, co se prodává v restauracích, hospodách a barech. Česká pivní kultura je fenoménem, který chceme společně s Vámi dále rozvíjet. Slíbili jsme udělat vše, co je v našich silách, abychom tento vývoj ovlivnili a pokusili se přilákat českého spotřebitele zpět do hospod. Vážíme si dlouhodobé spolupráce s

Vámi, našimi stávajícími a věrnými zákazníky, tento slib je tedy pro nás velmi důležitý a také se ho snažíme krok za krokem naplňovat.

Výrazně jsme zvýšili podporu konzumace a návštěvnosti v hospodách a restauracích prostřednictvím široké škály aktivit. Vyhodnotili jsme jejich efektivitu a získali zpětnou vazbu od Vás a také od spotřebitelů, kteří navštěvují hospody a restaurace. Na základě těchto informací již nyní připravujeme inovovanou nabídku aktivit pro příští rok.

Mění se přání spotřebitelů, jejich preference i chutě. Přinášíme nové produkty. Gambrinus Nepasterizovaný 10 se již úspěšně etabloval ve většině provozoven nabízejících pivo Gambrinus. Radegast Ryze Hořká 12 si takřka ihned získala pozitivní odezvu a popularitu u spotřebitelů piva. Cider Kingswood a ochucené varianty Birellu razantně zvyšují svou oblíbenost u lidí, kteří nepijí klasické pivo. Aktuálně jsme uvedli také novou variantu oblíbeného Frisca. Věřte, že ani v budoucnu nebudeme dělat inovace bez toho, abychom se ptali, jak vyhovují a přispějí právě Vám.

Říkáte nám, že jedním z problémů, který Vás brzdí v rozvoji podnikání, jsou ceny našich výrobků. Plníme naše sliby v rámci cenové

politiky a snažíme se aktivně snižovat cenový rozdíl mezi obchody a hospodami či restauracemi.

Provádíme řadu spotřebitelských výzkumů, jichž chceme využít k dalšímu rozvoji úspěšnosti Vašich provozoven. Tyto průzkumy naznačují, že zlepšení interiéru a úrovně obsluhy v hospodách a restauracích mohou zvýšit prodej až o 20 %. A to jsou rozhodně nepřehlédnutelná fakta i pro Vás, kteří přemýšlíte, jak oživit Váš byznys.

Titulek tohoto úvodníku jsem si dovolil vypůjčit ze známé písně. Věřte ale, že nikdo jiný než Plzeňský Prazdroj nemá na českém trhu tak silný a odhodlaný tým, který se denně věnuje Vám, Vaší hospodě, Vaším problémům a požadavkům. Z naší strany to nejsou tedy jen sliby, které jsou inspirované jen Vánocemi a jejich atmosférou.

Karel Kraus
Manažer Trade & Shopper Marketingu Plzeňského Prazdroje

OBJEDNÁVEJTE UŽ NA HLAVNÍ SEZONU

Investice do zaměstnanců – nejen oblečení, ale také školení



Otom, že z našeho klubového katalogu můžete nakupovat celoročně a tedy ne pouze do konce dubna každého roku, často připomínáme. V praxi se ale setkáváme s tím, že nevíte, jak body čerpat průběžně a také proč objednané zboží z našeho e-shopu nedostanete okamžitě. Na to i další klubácké novinky jsme se zeptali koordinátora Klubu PP Libora Jordána.

Vyšší body jen na zkoušku

Podle vašich objednávek a zájmu je zřejmé, že zvýšení počtu bodů za každý systémový odběr produktů Plzeňského Prazdroje jste přivítali. Za každý hektolitr nyní dostáváte 4 body, tedy dvojnásobek bodů oproti předcházejícím letům. Díky tomu objednávejte i položky, na které byste za starých podmínek nedosáhli. Tento krok očividně funguje jako podpora pro rozvoj vašeho byznysu a vy také objednávejte stále více položek souvisejících s tímto rozvojem. Připomínáme, že tento bodový skok jsme zavedli v praxi Klubu poprvé a jen zkušebně. O tom, zda v tomto „bodování“ budeme pokračovat i po 31. 3. 2015, rozhodneme po vyhodnocení akce. Poté rozdělení investic opět vyhodnotíme a o dalších krocích vás budeme informovat.

Provozovatel katalogu zaznamenal i množství nadlimitních objednávek. To znamená, že využíváte i další nové klubové možnosti přečerpat své aktuální bodové konto a nákup nad rámec vámi nastřádaných bodů doplatit hotově při převzetí dobírek.

Objednávejte s předstihem

Připomínáme, že objednávky nemohou být vyřizovány okamžitě po odeslání. Vzhledem k optimalizaci logistiky a dalších činnostem se vždy jednou měsíčně počká a poté se nashromážděné požadavky objednávají najednou u příslušného dodavatele. Termín nejbližší uzávěrky objednávek najdete na katalogovém webu vlevo. Abychom urychlili objednávky, držíme většinu položek skladem. Díky tomu je možné co nejdříve expedovat některé položky, které nejsou tzv. personifikované. V praxi se tak děje obvykle už jeden týden po uzávěrce objednávek.



U položek, které jsou „šité“ na míru vaší provozovny, se snažíme objednávky vyřizovat do dvou týdnů. Informaci o množství položek na skladě ale najdete u každé položky. U některých položek je uvedena – dostupnost na dotaz – jedná se o málo frekventovanou položku, kterou nemáme skladem, a u té je doručení pozdější. Pokud o takovou položku projevíte zájem, budete vždy předem kontaktováni.

Delší dobu dodání musíte očekávat u zboží, které objednáte ke konci letošního roku. V tuto vánoční dobu se dodací lhůty prodlužují u e-shopů standardně. Na druhou stranu je toto období vhodné k nákupům položek, které hodláte použít s příchodem hlavní sezony. Objednávejte tedy zejména vybavení pro vaši hospodu a váš personál právě nyní a zboží dostanete včas. S blížícím se koncem hodnoceného období (31. 3. 2015) se může stát, že na své zboží budete muset vzhledem k možnému velkému zájmu ostatních čekat déle. Do kategorie „investice do zaměstnanců“ si ovšem můžete přiřadit

i nabízené balíčky školení. Že fungují, o tom ostatně píšeme i v tomto vydání magazínu.

Máte-li nejasnosti s nákupem, nebo potřebujete poradit, kontaktujte příslušného specialistu rozvoje obchodu Plzeňského Prazdroje, nebo využijte kontaktní osobu agentury zajišťující běh Katalogu, kterou naleznete na webu katalogu.

Co nás společně čeká?

Zima je tu a s ní naše exkluzivní nabídka hokejových akcí. Pokud vše vyjde, chystáme pro vás lákavou možnost zasoutěžit si o vstupenky na mistrovství světa v hokeji, které bude na jaře příštího roku v Praze a Ostravě. I tato nabídka vychází z partnerství značky Plzeňského Prazdroje s hokejem, tentokrát jmenovitě Pilsner Urquell. První hokejovou vlašťovkou reprezentační sezony je prosincový zápas Česko–Švédsko v pražské O₂ Areně.

Intenzivně připravujeme jarní setkání Klubu Plzeňského Prazdroje. V květnovém Špindlerově Mlýně jsme latku nasadili hodně vysoko, nicméně rádi bychom pro vás opět připravili kvalitní odbornou část, ale také zábavu a relax. Kde a kdy přesně se tentokrát sejdeme? To se včas dozvíte obvyklými klubovými komunikačními kanály.

Certifikáty kvality už zdobí

Také už máte nové certifikáty? V minulých týdnech čekala vaše klubácké hospody, restaurace, pivnice a bary výměna certifikátů. Jsme rádi, že jste přivítali nový vzhled



Libor Jordán, koordinátor Klubu PP

„tabulek“, takže certifikát za vynikající péči o čepované pivo opravdu slouží jako hrdé označení vaší hospody. Vždyť také vašim hostům říká, že pivo je u vás v těch nejlepších rukách. Certifikát v novém designu díky lepší viditelnosti také jistě zaujme více potenciálních hostů.

Poslední novinkou pro vás budou změny na našem klubovém webu. Chystáme je na začátku roku 2015 a mají sloužit většímu komfortu pro vás a jednodušší komunikaci. Na novém webu najdete například i tolik žádané fotogalerie z našich akcí, navíc si vybrané fotografie můžete také stáhnout do svého počítače.

Až budou nové webové stránky na internetu, dejte nám vědět, zda se vám líbí, popřípadě i to, co byste od nich ještě očekávali. Ostatně to platí o práci a fungování Klubu obecně. Vaše podněty můžete zasílat na info@klubpp.cz.



V MINCOVNĚ JSME ROZBALILI JEDEN Z BALÍČKŮ SLUŽEB

Akademie Plzeňského Prazdroje, aneb Jak zvýšit ziskovost restaurace



Marek Kravák v Mincovně

Víte, kolik kroků vede k dokonalé spokojenosti hosta? Ne, nejde o počet kroků a kilometrů, které musíte absolvovat na place vaší restaurace nebo hospody při směně, ale o vyčíslení hlavních zásad správného servisu. Právě servis, resp. jeho kvalita je klíčovou položkou v meníčku vaší prosperity. A je to také hlavní téma jednoho z balíčků služeb Akademie Plzeňského Prazdroje, kterou můžete objednávat z klubového katalogu. Navštívili jsme pražskou restauraci Mincovna, která jako už jedna z mnoha své zaměstnance na Akademii přihlásila.

Tady se neteoretizuje

„Akademie Plzeňského Prazdroje sice zahrnuje ještě oblasti - produkt, což je jídlo a nápoje, prostředí a management, nicméně nejžhavějším tématem je právě servis poskytovaný hostům v restauracích,“ vysvětluje studijní základy Marek Křovák, spolujitel a lektor agentury 100Pro Gastro, která zajišťuje školení, resp. workshopy. Odehrávají se přímo na „domácí půdě“, tedy v restauraci a obvykle se školí každá směna zvlášť. Pro ty, kdož by mohli namítnout, že takových školení už absolvovali spoustu a tohle bude jen další čárka za účast pro spokojenost majitele, přidejme jeden podstatný fakt. Celé školení

na téma Jak zvýšit zisk ve vaší restauraci není teoretizováním školitelů, kteří do hospody přišli maximálně jako hosté a běžný provoz znají z rychlíku. „Samotnému školení totiž předchází návštěva tajemného zákazníka, tzv. mystery shopping.

Nejedná se tedy o letmý pohled najehto studenta, ale o návštěvu zkušeného a renomovaného odborníka z oboru. A to v činné službě, poněvadž z prosperujících a dobře fungujících podniků. Víme, jak živý organizmus hospoda je a jak se obor rychle posouvá, proto na „výzvědy“ nevysíláme žádné odborníky ve výslužbě,“ upřesňuje Marek Křovák.



Martin Petrání

Z diagnostiky vyplynou největší nedostatky dané restaurace, které „inspektoři“ odhalí jako podstatné pro lepší chod hospody a největší překážku na cestě k vyšší ziskovosti. „V drtivé většině hospod se jedná právě o kvalitu servisu a také o to, že v jedné hospodě kolísá jeho kvalita i podle jednotlivých směn. Některé restaurace měly zájem také o nabízenou formu vzorové směny, kdy dodáme několik našich odborníků a ti se zapojí do práce na place. Následuje průzkum spokojenosti hostů, jehož výsledky mluví za vše - přírůstek tržeb na hlavu se zvýší o 15 až 20 procent a spokojenost hostů o 50 procent!“

Neformálnost a otevřenost

Když se personál hospody proškolí, má pak několik týdnů na to, aby využil poznatky v praxi. Pak je opět čas pro mystery shopping a ověření, jak se navržené změny a doporučení projevují v každodenním provozu. „Obvyklý odstup je zhruba měsíc. Po této době totiž může dojít ke sklouznutí do starých, vyjetých kolejí a celý školící cyklus by byl k ničemu.“

Jak probíhá samotné školení? Neformálnost je nejvýstižnějším charakteristickým rysem. A je na lektorovi, aby navodil správnou atmosféru, v níž se lidé nebojí mluvit o problémech a přidávat svůj pohled na věc. Prvním krokem je malý psychologický testík, který má prozradit, kdo je jaký typ osobnosti. „Není to samoúčelné vyplňování dotazníku, ale tzv. osobnostní typologie TDF, která odpoví na otázky, jací jsme my sami a naši kolegové na směně, jak je známe

a jak s nimi komunikujeme a komunikovat máme podle jejich typu osobnosti. Děláme to proto, že správně servírovat zprava apod. se každý naučí poměrně snadno, ale v kvalitě servisu je nejdůležitějším základem právě komunikace. A to zejména s hostem, ale také s kolegy a směrem k vedení provozu.“

Vždycky je co zlepšovat

Potvrzuje to i Martin Petrání, manažer restaurace Mincovna, který se na školení personálu přišel podívat jen na chvíli. „Aby se lidé nebáli mluvit otevřeně,“ vysvětluje. Z podobných pohnutek se v Praze na Staroměstském náměstí nepřipravovali na návštěvu „utajeného hosta“. „Že přijde někdo na mystery shopping, jsme tušili, ale že bychom dělali nějaká zvláštní opatření? To ani v nejmenším. My se od začátku snažíme, aby každý dostal stejný servis, takže pánové z mystery shoppingu dostali vše, co ostatní. Měl jsem možnost pracovat v restauracích, kde očekávali například inspektora od Michelinu. Připravovat se na takovou návštěvu spíše vede k chybám. Restaurace je živý organizmus, ve kterém se chybám úplně nelze vyhnout. Je ale důležité se z nich poučit. Máme otevřeno čtyři měsíce, takže sami asi víme, co děláme dobře a co špatně. Ovšem ohlasy hostů na kvalitu piva, kuchyně a servisu jsou velmi pozitivní. Je vidět, že to neděláme úplně špatně. Mohlo by se zdát, že není co zlepšovat. Ovšem vždycky je co zlepšovat, v každé lidské činnosti natož v gastronomii.

Snažíme se do provozu vybírat lidi s praxí a zápalem. Považuji se za starou školu, takže pro mě je servis a jeho kvalita nejdůležitější. V současném školství ale kvalita upadá a nové generace, které nastupují, nemají už o servis takový zájem, jaký by si zasloužil. Základem je slušnost k lidem, to nikoho nic nestojí a vždycky je to prostředek, jak se odlišit od ostatních hospod. Naši pracovníci si líbovali, jak přirozenou a jednoduchou formou školení probíhá. Přiznám se, že nejsem člověk, který by se nechával svazovat pravidly nejrůznějších manuálů. Spíš dám na cit, srdce a zapálení pro obor. Já jsem za dvacet let praxe absolvoval řadu školení, většinou byla mizerná. Školitelé neměli základní přehled o gastronomii a snažili se nějak zaplácnout čas. Přednášeli mnohdy věci, které nejsou



Barbora Cihlářová

v provozu aplikovatelné. Z toho pramenila moje malinká skepse a předpojatost, ale ohlasy kolegů jsou perfektní. Školení bylo přirozené a dobře dělané, nezatežují nás zbytečnostmi, jde se do hloubky konkrétních problémů a řešení situací. Za nás jednoznačně Akademii doporučuji.“

Uvědomit si svou pozici

Barbora Cihlářová, servírka, která v Mincovně pracuje od startu hospody: „Člověk si až tady uvědomí, kolik dělá chyb a jakých. Hlavní problém nevidím jen v komunikaci s hostem, o tom se mluví pořád a všude, ale také v komunikaci mezi zaměstnanci. Máme málo příležitostí si všechno říci, až tady při školení je prostor a možná i méně ostychu. Natož abychom si něco sdělovali ve fóru na place. Dozvíme se leccos o komunikaci v týmu

nejbližších spolupracovníků i širším kolektivem, a hlavně si uvědomíme svoji pozici, kterou zaujímá každý z nás. Většinou se na směně známe jen křestním jménem, u někoho třeba i příjmením, ale jinak o sobě moc nevíme. Vyříkat si nějaké plusy a mínusy v práci, co děláme špatně, to si stihneme říci jen v rychlosti. Při školení je více prostoru a navíc jsme lektorem směřováni k jejich odhalení. Jsem ráda, že právě na školení se třeba mně dostalo objektivního potvrzení toho, že můj pohled je správný. Anebo i naopak.“

A kolikže kroků vede k dokonalé spokojenosti hosta? Akademici jich školí osm, ale jak říká Marek Křovák: „Nejdůležitější je vždy jednoduchost a zdravý selský rozum!“

Nakupujte na katalog.klubpp.cz. Ceny za školení začínají na 3500 bodech.

BUĎTE VÍC MOBILNÍ!

Jak se ještě víc zviditelnit na neviditelné síti?

Náš roční „kurz“ na téma elektronická komunikace v našem podnikání zakončíme nástroji, které pomáhají ještě více zviditelnit vaši provozovnu. Jak? Snadnějším vyhledáváním, ale také hodnocením úrovně vaší nabídky a služeb. Všechny aplikace jsou samozřejmě v internetovém prostředí, nicméně více než polovina jejich uživatelů na ně „chodí“ ze svých chytrých mobilů. Takže, buďte i vy více mobilní!

Foursquare® – checky pro vás

Přes Foursquare můžete v Česku oslovit více jak 40 tisíc uživatelů. Inspirujte se např.

nejoblíbenější provozovnou, která eviduje přes 7,5 tisíc check-inů. Aplikace Foursquare® představuje další digitální nástroj, pomocí kterého můžete ovlivnit návštěvnost ve vašem podniku. Lidé používají Foursquare k hledání zajímavých a nových míst, na kterých se pomocí svého mobilního telefonu mohou takzvaně označit (check-in), a zveřejnit tak svou přítomnost. Současně se svým označením mohou k danému místu napsat veřejné hodnocení, nebo nahrát fotku.

Nabídněte uživatelům za návštěvu nějaký bonus (tzv. special). Ten může mít podobu slevy nebo dárku (např. zákusek

zdarma). Tím, že nabídnete zákazníkům special, se dostanete na speciální list a Foursquare uživatelům doporučí váš podnik. Odměňujte zákazníky také podle věrnosti, můžete je odměnit už na základě toho, že u vás označili svou přítomnost poprvé, ale také například pokud se u vás ohlásili už po několikáté. Projděte si a inspiруйте se seznamem zavedených Foursquare specials v našem hlavním městě!

Pokud to za vás již neudělali sami uživatelé, přidejte svůj podnik na Foursquare. Získáváte přístup do rozhraní pro nastavení, budete mít svůj podnik pod kontrolou a získáte možnost doplňovat a upravovat

Lunchtime.cz®

Internetová služba Lunchtime.cz® je průvodcem po restauracích, hospůdkách a kavárnách, a představuje jednu z dalších možností jak zviditelnit vaši provozovnu. Díky velké návštěvnosti online uživatelů umožňuje prezentaci široké skupině potenciálních zákazníků. Jedná se o efektivní doplněk internetového marketingu restaurace.

Zaregistrujte-li se na Lunchtime.cz pomocí příslušného formuláře, získáte výhodnější podmínky. Důkladně vyplňte svůj profil. Mezi informacemi by neměla chybět úvodní charakteristika podniku, otevírací doba a popis přesného umístění na mapě. Pomocí aktualit informujte hosty o chystaných akcích a o všem, co se děje ve vašem podniku.

Jednou z hlavních výhod služby Lunchtime.cz je pomoc s propagací jídelního lístku. Na svůj profil můžete ukládat vaši aktuální nabídku, která se automaticky zobrazí na vašem Facebooku i webové stránce, ukáže v mobilech (m.lunchtime.cz) a v aplikacích pro chytré telefony, rozešle na seznam e-mailů vašich zákazníků, přeloží do angličtiny, nebo vygeneruje v dokumentu připraveném k tisku.

Aplikace Lunchtime.cz je dostupná také na nejrozšířenějších mobilních platformách **iOS, Android a Windows Phone**. Mobilní aplikace dokáže zákazníkům doporučit restauraci na základě jejich požadavků a aktuální polohy.

Přes Foursquare můžete v Česku oslovit více jak 40 tis. uživatelů. Inspirujte se např. nejoblíbenější provozovnou, která eviduje přes 7,5 tis. check-inů.

Foursquare®

Aplikace Foursquare® představuje další digitální nástroj, pomocí kterého můžete ovlivnit návštěvnost ve vašem podniku. Lidé používají Foursquare k hledání zajímavých a nových míst, na kterých se pomocí svého mobilního telefonu mohou takzvaně označit (check-in), a zveřejnit tak svou přítomnost. Současně se svým označením mohou k danému místu napsat veřejné hodnocení, nebo nahrát fotku.

Pokud to za vás již neudělali sami uživatelé, přidejte svůj podnik na Foursquare. Získáváte přístup do rozhraní pro nastavení, budete mít svůj podnik pod kontrolou a získáte možnost doplňovat a upravovat kontaktní a další údaje. **Základní informace, které by u vašeho podniku neměly chybět, jsou popis, otevírací doba a webová stránka.** Díky Foursquare máte k dispozici statistiky, kdy vás uživatelé navštěvují nejčastěji, a zda se vám vrací. Pokud se nevrací, podívejte se do komentářů. **Dbejte o hodnocení, které vám přidělují, a pokuste se napravit případné nedostatky.**

Nabídněte uživatelům za návštěvu nějaký bonus (tzv. **special**). Ten může mít podobu slevy nebo dárku (např. zákusek zdarma). Tím, že nabídnete zákazníkům special, se dostanete na speciální list a Foursquare uživatelům doporučí váš podnik. Odměňujte zákazníky také podle věrnosti, můžete je odměnit už na základě toho, že u vás označili svou přítomnost poprvé, ale také například pokud se u vás ohlásili už po několikáté. **Projďte si a inspiруйте se seznamem zavedených Foursquare specials v našem hlavním městě!**

Na webových stránkách Foursquare jsou **odkazy**, přes které si můžete stáhnout aplikaci do svého mobilního zařízení.



kontaktní a další údaje. Základní informace, které by u vašeho podniku neměly chybět, jsou popis, otevírací doba a webová stránka. Díky Foursquare máte k dispozici statistiky, kdy vás uživatelé navštěvují nejčastěji, a zda se vám vrací. Pokud se nevrací, podívejte se do komentářů. Dbejte o hodnocení, které vám přidělují, a pokuste se napravit případné nedostatky.

Lunchtime.cz® – „prodá“ váš jídelní lístek

Založením profilu vaší provozovny na Lunchtime.cz se zviditelníte až 100 tisícům uživatelů týdně. Internetová služba Lunchtime.cz® je průvodcem po restauracích, hospůdkách a kavárnách, a představuje jednu z dalších možností jak zviditelnit vaši provozovnu. Díky velké návštěvnosti online uživatelů umožňuje prezentaci široké skupině potenciálních zákazníků. Jedná se o efektivní doplněk internetového marketingu restaurace.

Jednou z hlavních výhod služby Lunchtime.cz je pomoc s propagací jídelního lístku. Na svůj profil můžete ukládat vaši

aktuální nabídku, která se automaticky zobrazí na vašem Facebooku i webové stránce, ukáže v mobilech (m.lunchtime.cz) a v aplikacích pro chytré telefony, rozešle na seznam e-mailů vašich zákazníků, přeloží do angličtiny, nebo vygeneruje v dokumentu připraveném k tisku.

Aplikace Lunchtime.cz je dostupná také na nejrozšířenějších mobilních platformách **iOS, Android a Windows Phone**. Mobilní aplikace dokáže zákazníkům doporučit restauraci na základě jejich požadavků a aktuální polohy.

Yelp® – šeptanda ve velkém

Díky vaší přítomnosti na portálu Yelp.cz se zařazujete do povědomí tisíců čtenářů a recenzentů, jejichž příspěvky narůstají ve velkém množství každým dnem. Jedna z největších a nejoblíbenějších stránek s recenzemi už se usadila i na českém trhu. Yelp® představuje nástroj pro šeptandu lidí realizovanou v online světě. Po ověření profilu vaší provozovny můžete např. přidávat fotky, popsat svůj podnik, psát aktuality apod.

Uživatelé Yelpu píší recenze a na jejich základě se rozhodují o návštěvě místních provozoven. Recenze vám tak poskytují reálnou zpětnou vazbu od zákazníků, na kterou můžete reagovat.

Zaregistrujte si proto svůj podnikatelský účet, je to jednoduché a zdarma. Najděte svou provozovnu a přčtete si její hodnocení. Seznamte se také se základním profilem vaší provozovny a vyzkoušejte si nástroje pro komunikaci se zákazníky. Neváhejte a vytvořte speciální Yelp nabídky. Pokud někdo označí svou online přítomnost ve vaší provozovně (check-in), odměňte ho. Reagujte na vaše zákazníky, zapojte se do konverzace, odpovídejte na recenze. Proto se naučte pracovat s Trendy podniků Yelp – statistikami a grafy měřícími výkon vašeho profilu. Zvažte rovněž nabízenou možnost placené inzerce. Díky zaměření portálu oslovujete správné publikum.

Yelp je dostupný také na mobilních platformách, přibližně 45% vyhledávání probíhá na chytrých telefonech. Mobilní aplikace Yelp je dostupná pro **iOS a Android**.



PRAZDROJ MENU POMŮŽE I S LEGISLATIVOU

Povinnost uvádět alergeny platí i u čepovaného piva

Od 13. 12. 2014 vstoupilo v platnost nařízení EP a Rady (EU) č. 1169/2011 O poskytování informací o potravinách spotřebitelům, a od 1. 1. 2015 novela Zákona o potravinách č. 110/1997 Sb. Majitelé a provozovatelé restaurací a hospod, prodávajících jakékoli „pokrmu“, tedy jídlo, veškeré čepované nápoje (i pivo) aj., musejí podle prvního nařízení označit u všech svých nabízených „pokrmů“ přítomné alergeny. Pokud je obsahují. Tak praví zákon.

Jelikož si vážíme naší vzájemné spolupráce a záleží nám na společném úspěchu na trhu, dáváme vám malý návod, který by vám měl pomoci se orientovat ve složitých paragrafech. Aby změny byly pro vás co

nejméně složité a maximálně dostupné, promítli jsme tyto nejnovější legislativní požadavky do aplikace Prazdroj menu.

Plechovky a lahve už jsou označené

Pokud máte u vás lahvé a plechovkové varianty piv, pak už za vás vše vyřešil výrobce. Lahvová a plechovková piva jsou označena přítomnými alergeny na etiketě, tedy není nutné je dále označovat.

Označení čepovaného piva je ale povinností majitelů restaurací, hospod a dalších provozoven. Jak ale správně označovat? Měl by snad každý půllitr být přelepen štítkem s potřebnými údaji? Věc je prozaičtější.

Co a jak u výčepu?

- ♦ V blízkosti piva – je nutné uvádět název produktu, jméno (obchodní název) a adresu výrobce (postačí Česká republika – pokud není vyrobeno jinde), obsah alkoholu, složení + informaci o alergenech, údaj o pasterizaci, balení v ochranné atmosféře.
- ♦ V blízkosti, kde se pivo nabízí – je nezbytné uvádět informace o alergenech a datu min. trvanlivosti (např. s vystavením krytek právě naražených KEG sudů u výčepu nebo jiným způsobem).
- ♦ Na vyžádání – provozovatel či obsluha je povinna informovat spotřebitele

(konzumenta) o všech povinných legislativních údajích, včetně detailního složení produktu a obsahu alergenů apod. Tuto informaci máte k dispozici v „Informacích o čepovaných produktech Plzeňského Prazdroje, a.s.“ ke stažení právě v Prazdroj menu.

Označit i tanky

U čepovaného piva z tanku musí být spotřebitel informován o minimální trvanlivosti produktu, který je aktuálně na čepu (informace o době minimální trvanlivosti u výčepu, u tanku pokud je viditelný pro konzumenta nebo jiným vhodným způsobem). V tomto případě můžete využít dodacího listu s vyznačením tanku pro případ kontroly. Stejně tak platí povinnost informovat spotřebitele (konzumenta) o údajích na vyžádání.

Petky musí mít samolepky

Stejná povinnost označení platí i pro pivo, prodávané v odnosných nádobách – v našem případě v námi dodaných PET lahvích. Jak petky označovat? Využijte možnosti aplikovat Plzeňským Prazdrojem dodaných samolepek s vyznačenými legislativními údaji. Takto prodávané produkty jsou určeny výhradně k okamžité spotřebě, jako je tomu u běžně prodávaných čepovaných nápojů.

Využijte Prazdroj menu

Abychom vám usnadnili splnění vašich zákonných povinností, nabízíme vám možnost označení alergenů přímo v aplikaci Prazdroj menu. V ní jednotlivé položky v listcích můžete jednoduše označit potřebnými alergeny. Všechny produkty Plzeňského Prazdroje mají v aplikaci obsažené alergeny již přednastavené.

Obecně doporučujeme označit přítomnost alergenů přímo u nabízeného produktu v jídelním a nápojovém lístku kódem A1 až A14 a do každého lístku vložit celkový přehled alergenů s popisem jednotlivých kódů.

Pouze jeden ze čtrnácti

Seznam všech čtrnácti alergenů naleznete v přehledu, který je k dispozici ke stažení na

SEZNAM ALERGENŮ

podle nařízení EP a Rady (EU) č. 1169/2011, platného od 13. 12. 2014

A1 OBILOVINY OBSAHUJÍCÍ LEPEK

pšenice, žito, ječmen, oves, špalda, kamut nebo jejich hybridní odrůdy a výrobky z nich

A2 KORÝŠI

a výrobky z nich

A3 VEJCE

a výrobky z nich

A4 RYBY

a výrobky z nich

A5 JÁDRA PODZEMNICE OLEJNÉ (ARAŠÍDY)

a výrobky z nich

A6 SÓJOVÉ BOBY (SÓJA)

a výrobky z nich

A7 MLÉKO

a výrobky z něj (včetně laktózy)

A8 SKOŘÁPKOVÉ PLODY

mandle, lískové ořechy, vlašské ořechy, kešu ořechy, pekanové ořechy, para ořechy, pistácie, makadamie a výrobky z nich

A9 CELER

a výrobky z něj

A10 HOŘČICE

a výrobky z ní

A11 SEZAMOVÁ SEMENA (SEZAM)

a výrobky z nich

A12 OXID SIŘIČITÝ A SIŘIČITANY

v koncentracích vyšších než 10 mg/kg nebo 10 mg/l, vyjádřeno jako celkový SO₂

A13 VLČÍ BOB (LUPINA)

a výrobky z něj

A14 MĚKKÝŠI

a výrobky z nich



webových stránkách www.menu.prazdroj.cz. Přítomné alergeny, včetně všech dalších nutných údajů k našim čepovaným produktům, jsou ke stažení v dokumentu „Informace o čepovaných produktech Plzeňského Prazdroje, a.s.“, který vychází z legislativních požadavků na značení produktů. Tyto informace musí mít obsluha k dispozici a na vyžádání spotřebitele mu je předložit.

Připomínáme, že tyto informace jsou v Prazdroj menu ke stažení zcela zdarma a v takové podobě, že je stačí pouze vytisknout a používat. Podobně je tomu i u všech našich doporučení a podkladů.

- ♦ Vše potřebné najdete na www.menu.prazdroj.cz.

- ♦ Lahvové produkty mají příslušné alergeny uvedené na etiketě.

- ♦ Produkty Plzeňského Prazdroje obsahují pouze alergen z první skupiny, čili obiloviny.

Jak je to se ciderem Kingswood?

Kingswood obsahuje jako barvivo ječný sladový extrakt, který sám o sobě lepek obsahuje, ale finální produkt ho obsahuje tak malé množství (jde jen o přibarvení), že je obsah lepkou pod měřitelnou hranicí. Takže ho můžeme zařadit do bezpečkového produktu. Proto je na etiketě tvrzení: neobsahuje lepek. Zdrojem lepkou jsou obiloviny včetně ječmene a právě lepek způsobuje alergii.

ŽENY ZA PULTEM

(nikoli seriálovým, ale výčepním)



Však se to Veronice také hodilo a do soutěže se hlásila v roce 2009 a ještě o rok později. Pak přišla pauzička – mateřská dovolená. Zpátky do soutěže i za výčepní pult v Konviktu ji malá dcerka pustila v roce 2013. „Ke konci mateřské už jsem cítila, jak mi práce a hlavně lidi kolem chybí. Pro ženskou je to sice tvrdý život a škola hlavně díky štamgastům, ale nic lepšího neznám. Nic mi nedarovali, neodpustili ani to nejmenší. Možná bych řekla, že žena za výčepem to má ještě těžší než muž. Chlap, když něco zkazí, tak mu to projde snáz. A my? No jo, ženská, řeknou.“

A nepomůže ani sebekrásnější tvář a úsměv. I když s ním pivo chutná dvojnásob.

Letos dostala Veronika nabídku postarat se o kvalitu piva v nově otevřené provozovně sportbaru Hooters v Havelské ulici v Praze. „Byla to pro mě velká výzva a šance se v kariéře posunout dál“, hodnotí Veronika svůj krok. Jak velký úkol na sebe vzala, poznala brzy. Hooters není typickým podnikem, kam by se chodilo speciálně za pivem. Prostředí, které si většina mužů spojí s krásnými dívkami ve sportovních dresech, burgry a sportovními přenosy, typickou pivnici nepřipomíná. Ale díky přítomnosti Pilsner Urquell a dalších značek Plzeňského Prazdroje a hlavně díky citlivé péči Veroniky o jejich kvalitu a způsoby čepování a servírování došlo k obratu. „Dneska už se i k nám chodí „jen“ na plzeň. Co je cenné, hosté se



vracejí, a nejsou to jen domácí. Vždyť k nám chodí 80–90 procent zahraničních hostů. A když se vrátí některý z nich, považujeme ho za štamgasta, byť s odstupem měsíců či let od jeho poslední návštěvy.“

Právě tito hosté jsou pro Veroniku a její dívky příležitostí seznámit je s různými styly čepování. „Češi preferují hladinku, ale stále častější jsou šnýtky a mlíka. Člověk to musí umět sázet málem poslepu. Vždyť u nás jedou na obrazovkách sportovní přenosy a člověku to nedá, aby se po očku na televizi nekoukal. Také o sportu musím něco vědět a připravovat se na jednotlivé zápasy, které se budou vysílat. Hosté chtějí diskutovat nejen o pivu, ale i o sestavách, šancích mužstev apod.“

Veronika má na starost kvalitu piva v obou provozovnách Hooters v Praze, a tak často pracuje na střídačce v Havelské i Vodičkově ulici. „V obou musí být pivo stejně dobré, což není jen o mé maličkosti, ale o celém týmu. Nyní mám na starost i proškolení naší obsluhy a ráda bych si udělala také certifikaci sanitačního technika. Když mám za pivo ručit, tak se vším všudy.“

Úsměv chybu nezakryje

Tereza Koptíková (23 let) je rodačkou z Vrchlabí. A Vrchlabí z pohledu restauračního je především tankovna U Učíků. „Že bych zrovna tady mohla jednou pracovat, to mě ani ve snu nenapadlo“, vzpomíná Tereza na doby, kdy se hlásila na místní učiliště na obor servírka. Že ale i ona nakonec do řemesla „spadne“, to už předznamenal její strýc, který měl hospodu ve Špindlerově Mlýně.

Po vyučení začínala na place v hotelu TTC Vrchlabí, později v místním steak restau-

Soutěž Pilsner Urquell Master Bartender má korunu ve správném čepování. „V tom se kupodivu cítím poměrně silná. Jezdíme s Jaroslavem na školy čepování a školíme personál dalších restaurací a hospod. Připadá mi neskutečné, že já, která jsem začala pořádně čepovat před dvěma roky, předvádím styly dalším adeptům řemesla.“

Nejpozornější pozorovatele a hlavně kritiky má na domácí půdě, v rodinné restauraci U Učíků. „Tam se všichni známe, takže většina hostů jsou štamgasti. Se všemi se Jarda zná od malička a nároky, které měli na něho, teď přenášejí automaticky na mě“, říká Tereza s úsměvem. Ano, s úsměvem, který ale nemá zastřít případnou chybičku. „Musíme zvládnout všechny styly čepování, zejména pro to, že u nás máme na čepu nejen Pilsner Urquell, ale hlavně tankovou jedenáctku Kozla. A co štamgast, to jiné přání. Když stojím za výčepem, jsem dvojnásob na očích, nic mi neodpustí. Pro ženy za výčepem neexistuje žádná úleva.“

Psychicky náročné řemeslo, chtělo by se říci. „Ale ani ne, člověk si musí být jistý, když má svou pravdu, a nesmí se bát ji obhajovat. To platí obecně. A o pivu jakbysmet.“



Žena za pultem. Kdo by neznal normalizační televizní seriál, jehož hlavní hrdinka prodávala u pultu lahůdek v samoobsluze. Jaká idylka! Jenže naše ženy za pultem, ovšem výčepním, to je každodenní realita v řadě hospod a restaurací. A už vůbec ne idylická, naopak. Ženy s rukou na výčepním kohoutu čeká tvrdá práce a ještě tvrdší kritické pohledy štamgastů, co žijí jim to ta holka servíruje. Naštěstí touhle zkouškou úspěšně procházejí a za našimi výčepy jich přibývá. Při práci jsme zastihli dvě z nich.

První dáma výčepů

Veronika Mikésková (27 let) už mezi výčepními získala renomé, a také ho dokázala obhájit. Ne náhodou je například pravidelnou účastnicí soutěže Pilsner Urquell Master Bartender a navíc i letošní držitelkou

hrdého titulu Paní výčepní. Mezi osmnáctkou dekorovaných titulem Pan výčepní byla jedinou ženou.

Jaká byla její cesta k čepování piva a potažmo k Pilsner Urquell? Rodačka z Lounska měla cestu jasně nalinkovanou. „Táta totiž měl hospůdku u nás na vesnici, kde jsem pomáhala při škole“, vzpomíná na dobu studií na pražské střední škole, samozřejmě oboru gastro. Po ní se Veronika vydala do Řecka na roční hotelovou praxi. „Po návratu jsem se chytla v pražském Konviktu. A tam měli Pilsner Urquell. Pro mě to byla láska na první pohled, resp. na první doušek.“

V tu dobu za výčepem vyhlášené pražské pivnice exceloval Lukáš Svoboda, pozdější mistr světa mezi bartendry. „Ten mi také nejvíc dal, o pivu, jeho čepování a péči o něj. Také měl spoustu literatury a podkladů a číst si v nich, mě opravdu bavilo.“

BLBÁ BLONDÝNA SROVNÁ I ŠTAMGASTY

Holky, nedejte se! vzkazuje Iva Pazderková dívkám za výčepy



Jezina v televizním seriálu Neviditelní, role v seriálu Život a doba soudce A. K., ale především několik aktuálních nádherných postav v divadlech Na Fidlovačce, Strašnickém a také Karlínském díky muzikálu Adamsova rodina. Přestože se aktivně zapojuje i do charitativních projektů například Navigátor bezpečného úvěru nebo Nech mého dědečka na pokoji a pěvecké sólové prvotině, albu Ukulala, zůstává Iva Pazderková pro většinu z nás Blbou blondýnou, postavou, kterou si vydobyla slávu v pořadu Na stojáka.

V „neblondatém“ albu jste debutovala v oblasti hudby. Všechny písně jste si napsala sama. Na blondýnu dost výkon.

Připadá mi to trochu jako drzost, vždycky mě to děsilo, když herci začali zpívat. Ale já nemám ambice bourat hitparády. Původně to mělo být jen pár písniček pro mamku, pro tatku a pro pár kamarádů. Všechno začalo o jedné Vánocích, kdy jsem našla pod stromečkem ukulele od mého partnera. Napsala jsem v životě jen devět písniček. Všechny jsou na tomhle albu. Ty písničky jsou hodně osobní, nemají nic společného s tím, co jinak dělám.

Nejsem velký pivař, ale nefiltr poznám

Jak jste oslavila křest svého CD?

Pivem. Nejsem sice typický pivař, ale po každém vystoupení pivo bodne.

Na jednom vystoupení jste dokonce velmi přesně rozpoznala, že vám načepovali nefiltrovaný Pilsner Urquell.

Byla to jen logická dedukce. Nejsem pivařka, ale občas mám velikou chuť a nefiltr je pro mě pivo v přirozenější podobě než jiné. Tak to aspoň chápu já.

A v „mládí“ jste pivo pila víc?

Je to paradoxní, já pivo nikdy moc nepila, ale mám na něj neuvěřitelnou chuť. A pořád platí, že si malé po jídle dám. Osobní rekord mám dvě velká piva.

Co si tedy dopřáváte?

Doma víno nebo slivovici.

Studovala jste v Brně. Jaká to byla léta? Bez piva.

Krásná, ale pro mě bez piva. Až mnohem později jsem si oblíbila hlavně pivní speciály. Když ale někde přijdu a mají tam tankovou plzníčku, tak to neodolám. Ráda ale ochutnávám místní piva.

Pivo jako cestovací a ochutnávací nápoj

Doma, nebo v zahraničí?

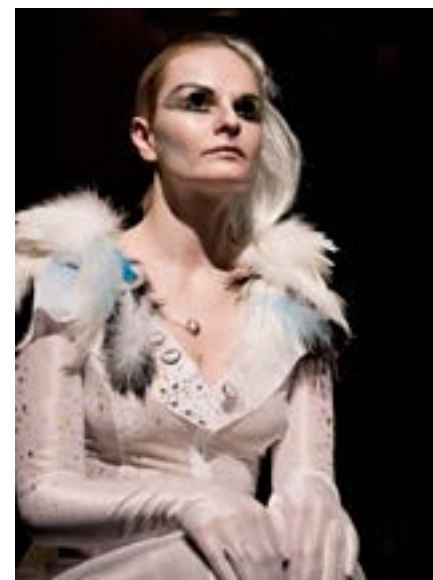
Když jsem byla na lodi na Baltu jako účinkující, v každém přístavu a taky teď, když někde jsem v cizině, tak ochutnávám místní piva. Pro mě je tedy pivo ochutnávací a cestovací nápoj. Když jsme pluli na sever, tak jsem v přístavech vyzkoušela spoustu dánských a švédských speciálů.

Jednou jste vystupovala i před členy Klubu Plzeňského Prazdroje v Harrachově, kde byly velké pivní stany. Prohlásila jste, že „u nás ve městě mají hospody stěny, tady ne.“ Máte nějakou oblíbenou, kamennou?

Já jsem vegetarián, moje jídlo je smažené sýr s tatarkou. Nejlepší smažák jsem jedla v Lokále, jinak vyhledávám spíše indické nebo vegetariánské restaurace. Mám ráda restaurace, kde nabízejí degustační menu, ale akorát bez masa!

Zmínila jste Lokál. A ještě někde si pochutnáte?

Teď žiju poslední roky v Berouně a tam je moje neoblíbenější restaurace. Hamburgerna Black Dog, kde mají i speciály. Tam se sjiždí lidi snad z celé republiky. Veškeré varianty jídel i hamburgerů mají ve vegetariánské variantě a je to „masité“. Podle mě je to pro podnikání v pohostinství jedna z cest, jak



prosperovat. Majitelé jsou důkazem umění, jak přitáhnout lidi a vzbudit jejich zájem. Hosté tu mají jistotu, že maso a vše ostatní je z lokálních zdrojů. A že to jde být vyhlášenou restaurací pro masožrouty a zároveň pro vegetariány. To je neuvěřitelné, že?

Zabít Blondýnu? Ještě ne!

Míváte někdy při moderování nebo vystupování repliky i na pivo?

Když vystupuji v Plzni, tak mi to nějak automaticky naskakuje a dávám to tam. Jako blondýna obvykle říkám v Plzni, že má ráda Budvar a naopak.

Máte spoustu charakterních rolí. „Neumřela“ už blbá blondýna?

Ale kdeže. Neopouštím ji, je to jedna z mých rolí. Možná se vám to zdá, že už jsem s ní skončila, protože blbá blondýna už není tolik v televizi. Mám ji moc ráda, miluju ji, a pořád. Lidé teď zjišťují, že dělám i jiné věci. Já ale dělám hlavně jiné věci.

Před časem jste řekla, že budete muset Blondýnu jednou zabít. Zatím tedy nemáte chuť to udělat?

V žádném případě, říkala jsem, že to nastane ve chvíli, až jí budu mít dost. A to zatím rozhodně nemám, Blondýnu miluju, takže stále žije. Jéje, ta je živá až až, mám s ní hodně vystoupení, ať v rámci pořadu Na stojáka nebo v uskupení Komici s.r. o.

Nekomplikuje vám ta role osobní život?

Ne, je sice pravda, že chlapi v hospodě jsou drzejší, ale já si dokážu poradit. Velmi rychle. I s leckterým štamgastem. Pak s nimi ovšem přátelsky pokecám.

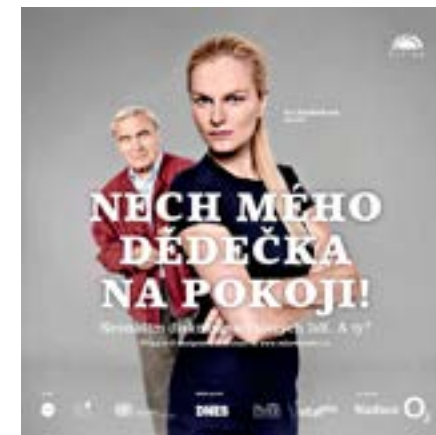
Nechte je, ať si načepují sami

Co říkáte na ženy, které vládnou za výčepem?

Holky, jste úžasné a já vás miluju! Mě by to možná taky bavilo, ale neumím to s tou páčkou.

Myslíte si, že to mají těžší než páni výčepní?

No, která z nás, děcka, to nemá těžší, že? Když vám budou hosté nadávat, nechte je, ať



si to načepují sami. Ale vy si zjednáte respekt a pěkně je srovnáte.

Prý jste se před „převtělováním“ za blbou blondýnu musela posilňovat alkoholem?

Bývalo to ze začátku. Střízlivá jsem to nemohla vůbec dělat. Z 80 procent je ta role o improvizaci. A já mívala strašnou trému. Teda tu mám pořád. Ale teď už to řeším bez alkoholu. To by byl hodně sebedestrukční způsob hraní. Navíc nyní hodně jezdím na vystoupení autem. To alkohol prostě neexistuje. Po jídle si dám Birell. I když mi z nealkoholických piv v restauracích nabízejí různé i zahraniční značky, dávám přednost Birellu.

Na stojáka jen divadlo, pivo ne

Ten je nejen pro řidiče, ale pro sportovce. To víte?

Běhám, hraju tenis, dělám fitness, trénuju ping-pong. Jsem v tomto hodně aktivní a samozřejmě výhody Birellu znám.

Ping-pong není zrovna obvyklý hobby sport.

Já ho hrála odjakživa. Teď jsem si na pinčes vzala osobní trenérku. Mám štěstí na holku, která ještě aktivně hraje. Když se do něčeho dám, chci všechno dělat pořádně.

Dáváte si po sportu ochucený Birell?

Dát si Birell po tréninku je příjemné. Ovocné ale nemusím, mám ráda klasickou pivní chuť. Aspoň tak to kompenzuju, když nejsem klasický pivař.

Takže Na stojáka dáváte jen své výstupy. Pivo ne?

Když pivo, tak v pohodě, ne ve spěchu na stojáka.

MISTR NAD MISTRY ČEPUJE V MALOSTRANSKÉ BESEDĚ

Pavel Pressburg: Kdybych si problémy nosil do práce, lidé mi budou pivo vracet



Pavel Pressburg z Pilsner Urquell Original Restaurantu Malostranská beseda má za sebou zářný rok. Po loňském třetím místě v soutěži Pilsner Urquell Master Bartender se letos v létě stal jedničkou, když krátce před tím obdržel i čestný titul Pan výčepní. Jaké jsou ale dny všední muže, který má ke kvalitě čepovaného piva a péči o něj nejvíc co říci?

Pavel se narodil v Plzni do hospodské rodiny. Jeho budoucí kariéra snad ani nemohla nabrat jiný směr než ten, kterým se vydal už jeho otec.

„S pivem jsem se poprvé setkal právě tam. Rodiče byli hostinští v restauraci Leningrad, jak se to tam tehdy jmenovalo. Tam jsem poprvé viděl, jak tatínek naráží dřevěné sudy, ale ještě jsem z toho neměl rozum. Pak jsme se odstěhovali do Prahy, kde žiji dodnes. Tady už jsem chodil po škole za tatínkem do práce a pomáhal mu. Poprvé jsem ale samozřejmě pivo ochutnal, až když mi bylo osmnáct let.“

První zkušenost s tanky? Zevnitř!

Ještě předtím se stihl vyučit. To už ale v Praze. „V učení jsem byl v hotelu Intercontinental a tam jsem se poprvé setkal s pivními tanky. Byl to ten starý typ, tisíčovka a na výšku. Kolikrát jsem je musel čistit. Zevnitř samozřejmě“ vzpomíná Pavel, který se v dobách pozdějších a také nyní setkává s tanky nejmodernějšími. Na starou technologii ale nedá dopustit. Však si ji v poslední době také náležitě vychutnává. Ať už v souvislosti s každoroční připomínkou první várky Pilsner Urquell a příjezdem koňského povozu s doprovodem, při němž nechybí sud s nefiltrovaným ležákem, nebo při slavnostních příležitostech na Hradě, kam dubové sudy z plzeňské bednářny putují rovněž.

„A odtud také pramení to, na čem si plzeňští sládci tolik zakládají – že totiž my pivo netočíme, ale čepujeme. Je to od čepu, který se zarázil do sudu. Název „točí se“ není vyloženě špatný, ale je to z doby, kdy nebyly elektrické kompresory, ale ručně poháněné. Výčepní pak měl pomocníka, který měl takzvaný rumpál a tím sud natlakoval.“

To vše Pavel pamatuje z dob svých výčepáckých začátků. I když jeho klukovským snem hospoda zrovna nebyla. „Vždycky mě bavilo a docela i šlo malování. Viděl jsem se jako designér. Ale to bylo dětství. Copak jsem mohl dělat něco jiného, když jsem ze školy šel k tátovi do hospody a pomáhal?“

S letlampou na chladič

Za výčepem tehdy ještě ne, ale každá ruka byla dobrá. „Tak jsem nejčastěji razítkoval stravenky a staral se o nějaké papírování“, vzpomíná na praxi, kterou dostával u otce. Nejdřív v Černém pivovaru, hospodě U Botyče a také v hotelu Union. „Tam už byla plzeň. Před tím, jak s oblibou říkám, to nebylo pivo, ale jiná značka. Byly to z dnešního pohledu idylické výčepácké doby, kdy kvalita dostávala na frak. Vždyť k povinné výbavě výčepního se starým chlazením patřila třeba i letlampa na ohřev zamrzlých trubek.“

Jeho první oficiální štace - mezinárodní hotel Intercontinental v Praze, později hotel Forum, kde se dostal i k barmanské praxi. Později čepoval v hotelu Braník, aby se ohlásily samé renomované a pro Pilsner Urquell libozvučné hospody - Staroměstská restaurace, U Pinkasů, Bredovský dvůr, Bruska a před čtyřmi roky Malostranská beseda. „Nebyly to jen názvy hospod, které zná ve spojení s Pilsner Urquell snad každý, ale i spousta vynikajících kolegů a kamarádů. U Pinkasů jsem se střídal s Otou Haurýthunem, v „Bredáku“ zase s Ozzym Romanem Smolíkem apod.“

Vyrovnaná sestava zárukou kvality

Pavel tahle jména, resp. mistry výčepu nepřipomíná samoúčelně a naráží tak i na své tituly z nedávné doby. „Titul sám o sobě ještě kvalitu hospody nezajistí. Důležitá je



kvalita a péče o pivo, a nejen o pivo, v celé hospodě a nepřetržitě. Je potřeba mít vyrovnanou sestavu,“ nezapře v sobě bývalého výborného fotbalistu. „Já se teď střídám s Jirkou Hlouškem, který k nám přestoupil od Anděla. Pokud znalci Pilsner Urquell a pražského prostředí tohle jméno nic neříká, pak přezdívka Scots napoví víc.“

Že je kvalita v Besedě na denním pořádku, svědčí například i ocenění TOP Restaurant. V roce 2012 byla Beseda ještě na 5. místě, letos se vyvíhla na třetí příčku. „No jo, ale měli jsme stejné body jako druhý Lokál U Bílé kuželky a na prvním místě je U Zlatého tygra.“

Pavel o tom všem vypráví s takovým zaujetím, že i nestranný pozorovatel rozpozná, nakolik ho práce baví a je pro ni stále zapálený. „Na první pohled může práce výčepního působit monotónně, ale monotónní určitě není, zvlášť když je tu frmol. Nenudím se tu, u piva vás to musí bavit. Kdyby ne, tak to nemá cenu dělat. Tuhle práci nedělají lidé, kteří ji neumí a nemají ji rádi. Nemůžete si nosit své problémy a starosti do hospody, nebo přesněji

do jakékoli práce. Ale za výčepem se to hned projeví. Já si to vysvětluju tak, že pivo jako živý organizmus moje nálady vycítí. To samozřejmě přeháním, ale když máte dobrou náladu a jste v pohodě, jde vám i práce líp od ruky. Lidé dobrou náladu vycítí a načepované pivo se jim lépe „prodá“. Vždy říkám, že kdybych byl našťvaný a přinesl si problémy do práce, tak mi budou lidé pivo vracet s tím, že se nedá pít. Když to ale děláte s láskou, pivo i lidé vám to vrátí a dostanete zpětnou vazbu, že jim chutná.“

Noviny patří k přípravě

A propos, Pavel byl mimo jiné v soutěži Pilsner Urquell Master Bartender silný hlavně v komunikaci s hostem. Aby ne, když tuhle „disciplínu“ piluje v praxi už přes třicet let. „To musí být samozřejmost si s každým trochu popovídat. Když přijde štamgast, tak u nás v Besedě je zvykem, že mu první pivo přinesu osobně a popřeji hezký den a v rychlosti s ním prohodím i pár vět. Aby lidé pocítili, že o nich vím a že si vážím, že přišli. Ostatní hosté mohou přijít ke mně na výčep, kde jim s výběrem piva poradím. Za výčepním

si chodí hosté sednout a popovídat si velmi často. Proto si také každé ráno přečtu noviny, abych byl dobrý protějšek hostům a mohl si s nimi popovídat o sportu, politice a prostě o všem. Dobrý výčepní by měl mít všeobecný přehled, protože na jeho názor hosté často dají a radí se s ním o spoustě věcí. Přečíst si noviny, to je pro mě stejně důležité jako pečlivá příprava výčepu.“

Pavel se nikdy netajil tím, že má pivo opravdu rád a že si po práci na pivo zajde. Samozřejmě jinam než do „své“ hospody. „Hodně zamrzí, když se těšíte na pivo a někdo vám ho přinese úplně pokažené. To ho vracím. Snažím se jim vysvětlit, co je špatné a jak by to mohli dělat lépe. Někde to přijmou, jindy vás mají za chytráka. Věci jako podmíru ale neřeším. Když mi načepují krásnou hladinku, tak jsem šel na pivo, a ne něco měřit. Nejsem tam, abych čekal, až spadne pěna, a zjišťoval, jestli mám míru nebo ne. Když ale vidím, že dostanu ošklivé a teplé pivo a ještě málo, tak to okamžitě startuji,“ říká a před otvíračkou ochutná a ovoní šnýtek. Pod měděným kloboukem výčepu v Malostranské besedě chutná obzvlášť dobře.



GÉČKO JAKO RODINNÉ ŽEZLO!

Nový interiér jako odměna za věrnost několika generací hostů

Na Géčko se na sídliště v Lomnici nad Popelkou chodí už několik desetiletí. Přesněji na pivo značky Gambrinus, které ale také samovolně dalo neoficiální název oblíbené restauraci, když ten oficiální zněl Restaurace Na Sídlišti. A dnes, kdy už je velké „G“ málem součástí i příjmení otce a syna Fajxových, současných provozovatelů? Vítejte v úplně nové restauraci Originál 1869 fajx G, součástí konceptu značkových hospod Gambrinusu, v níž došlo také na předávání rodinného žezla.

Od snu k realitě

Ladislav Fajx se hospodskému řemeslu upsal už při rozhodování o tom, co dál po škole. Vybral si pohostinství, aniž by povolání číšníka či kuchaře mělo v rodině jakoukoli tradici. Vyučil se v Ostravě a také v Prešově, aby své první štace na place absolvoval v Jeseníkách, Vysokých Tatrách, ale také doma v Olomouci.

„Vzpomínám si, jak jsem tátovi řekl – jednou stejně budu mít hospodu v Krkonoších“, vrací se proti proudu času Ladislav Fajx. „Že to ale jednou bude pravda, jsem tenkrát nemohl tušit.“

Od klukovského snu k jeho naplnění byla ještě dlouhá cesta. Ladislav ji vyplnil nepočítaně kilometry běhání po place a vystávání důlků u kuchyňského sporáku nejrůznějších hospod. Ale dočkal se. To když v roce 1981 se rodina přistěhovala do Lomnice nad Popelkou a on po letech nastoupil jako vedoucí právě do Restaurace Na Sídlišti. „Ale já nikdy nebyl ten typ do kanceláře. Rychle jsem udělal papíry a táhlo mě to na plac, hlavně mezi lidi“, říká Ladislav Fajx.

Investovat v té době do rekonstrukcí, obnovy a modernizace? Hospody za reálného socialismu sice jely, ale stále ve stejném



a převážně chátrajícím obnošeném kabátě. A to byl i případ „géčka“, když ho po Listopadu 1989 město nabízelo k prodeji. V roce 1990 ale vznikla firma Fajx Restaurant G, která o dva roky později stávající objekt získala.

S tanky na záchranu hospody

Na Sídlišti se vždycky čepovalo pivo nejlepší kvality, samozřejmě ležák Gambrinus. „Tím jsme byli dlouhodobě vyhlášení. Takže se k nám chodilo hlavně na pivo a jídlo bylo jen jako povinný doplněk. Snažili jsme se hospodu udržet stůj co stůj. Všechno kolem, co k městu neodmyslitelně patřovalo, krachovalo a zavíralo se. Dneska se žertem říkává, že tady máme bývalou nemocnici, bývalé čokoládovny a bývalý Technolen. Aby se to říkalo i o Géčku, to jsme nemohli připustit“, říká Ladislav Fajx.

Na pivo se chodilo dál, navíc tu Gambrinus dostal nový impuls v podobě tankovny. Osm velkých, tisícilitrových tanků, to je zázemí, které má málokdo. Samozřejmě musí být podloženo odpovídající konzumací. „S tou

jme nikdy problém neměli, však jsme byli mezi prvními hospodami vůbec, které tanky dostaly. Stalo se tak konkrétně v roce 1996.“

Ze vzpomínek a jen z tradice a setrvačnosti se ale v dnešní době žít nedá. Změna byla nutná. „Už před patnácti lety jsem věděl, jak by asi naše hospoda měla vypadat. Ale pustit se do zásadní změny na vlastní pěst nebylo možné z finančních důvodů. Proto jsme rádi, že se naše vize potkaly s konceptem Originál 1869 od Gambrinusu. V pravý čas,“ přidává se Lukáš Fajx, syn, kterého podnikání v pohostinství rovněž „dostalo“. „Já ale studoval ekonomickou školu s tím, že se budu starat o účetnictví a papíry. Jenže v hospodě to nejde se zapojit i do jiné práce. Takže jsem vlastně účetní za pípou, nebo chcete-li čepující ekonom?“ říká muž, který při slavnostním znovutevření hospody převzal symbolické žezlo rodinné tradice.

Do úplného výčtu nelze opomenout ani Jaroslava Fajxovou, bez které by Géčko nemohlo fungovat. „A to od začátku až dodnes. Prošla všemi funkcemi a pozicemi,

které hospoda obsahuje, byla u všech zásadních rozhodnutí,“ skládá poklonu její manžel Ladislav. Dnes ve stejné budově provozuje krámk s potravinami a smíšeným zbožím, nicméně pro chod hospody je neustále velkou oporou.

„G“ jako generační pojítko

„U nás si nemůžeme dovolit uhnout z nejvyšší kvality čepovaného piva,“ říká Ladislav Fajx a přidává, že odhadem k nim na pivo chodí už čtvrtá generace. „Ke géčku musejí lidi dozrát. Když jsou mladší, tak přece ze zásady nechodí do stejných podniků jako rodiče, že? Pak se vše časem srovná a Gambrinus spojuje celé generace.“

Nejen generačně, ale i jako třeba profesní pojítko Gambrinus funguje. Originál 1869 je zařízen tak, že je v něm „doma“ opravdu každý. Může sem přijít manažer v obleku, stejně jako řemeslník či rodina s dětmi. Každý se cítí v novém prostředí příjemně a nerušeně a každý si také najde jeho chuti odpovídající jídlo a nápoje. „Ti všichni k nám chodí a hlavně jim jsme chtěli dát nějakou odměnu za jejich

věrnost. Myslím, že úplně nová hospoda je tím nejlepším dárkem,“ říká Lukáš.

Nový interiér se starým okénkem u výčepu

Nový interiér je rozdělený do několika sekcí, které mohou fungovat odděleně, ale mohou být otevřené do jednolitého prostoru celé hospody. Celkem mohou najednou uspokojit až dvě stovky hostů! Hlavní část tvoří restaurace s výčepem, v jednom salonku najdou své tradiční zázemí milovníci kulečnicku, v druhém se kromě obvyklého restauračního uspořádání dá prostor změnit díky vyvýšenému pódiu na hudební scénu, divadélko či klubové kino. V lokále ovšem nechybí ani velkoplošné televize pro sledování sportovních přenosů, k dispozici je wi-fi připojení a další vymoženosti. Jejich velkou konkurencí ale bude nově instalovaný krb, který přitahuje pohledy takřka ze všech koutů hospody.

V Géčku ale nezapomněli ani na zdejší tradici, kterou je výdejní okno u výčepu. „O pivo na stojáka nemůžeme naše štamgasty přivítat. To byl také jeden ze základních poža-

davků na architekty. Bez okénka bychom byli úplně jinou hospodou,“ říká Ladislav.

Dobrou chuť a na zdraví!

Kdo bude vládnout v kuchyni? Dlouholetá opora, Jaroslav Kordík, dostává novou posilu. Za sporák se totiž rozhodl po sedmi letech za výčepem přesídlit Ladislav Fajx a vrátit se tak ke své lásce. „Jsme v kraji, kde je spousta lokálních dodavatelů, tak proč je nevyužít,“ říká Jaroslav Kordík. „Naši chloubou jsou pochutiny, které si vyrábíme sami, ať jsou to utopenci nebo nakládané sýry, ale také bramboráčky z vlastních brambor. Čerstvost je pro nás samozřejmostí.“

Na co pozvat návštěvníky nového Géčka? „Na tradiční jídla, ale poctivě a s láskou připravovaná. Vždyť i klasická svíčková na smetaně nemusí být vůbec obyčejná. To samé platí například o haluškách, více se chceme věnovat rybám,“ říká staronový šéfkuchař Ladislav Fajx. K tomu se náramně hodí piva na zdejších čepu. Z tanků se čepují Gambrinus Premium a Pilsner Urquell, nabízejí ale také Gambrinus Nefiltrovaný a jablečný cider Kingswood.



JAK UHLÍDAT SILVESTRA?

Rady a doporučení, která přijdou vhod vám i vašim hostům



Když u nás by jich mohly svůj svátek oficiálně slavit jen čtyři stovky, skutečnost každoročně předčí očekávání. Není na světě jiného jména, které by zavdávalo tolik důvodů k oslavě a bujarému veselí napříč kontinenty a časovými pásmy. Silvestr. Kdo by si s konfetami na hlavě a půllitry či skleničkami v rukách vůbec vzpomněl, kdo má právě svátek. Poslední den v roce a příchod nového roku se přece musí oslavit, ať se jmenuje Petr, nebo Pavel, natož Silvestr...

Pro návštěvníky hospod, pivnic, restaurací, barů a klubů je silvestrovská noc jasným signálem k veselí. Co však znamená pro obsluhu a vedení těchto podniků? Pro vás je to čas, kdy máte sice hodně napilno, ale zároveň máte jistotu, že vaši hosté to doopravdy roztočí. Určitě i u vás připravujete personál na to, že „zvýšený provoz“ bude vyžadovat nosit hostům na stůl nápoje v rychlejším tempu. Odpovědný majitel nebo provozovatel by se ale měl současně i zamýšlet nad tím, jak hostům pomoci k bezpečnější konzumaci a minimalizovat tak pravděpodobnost, že „to některý z nich neuhlídá“. Pro zodpovědné majitele, kterým jejich hosté nejsou

lhostejní, máme několik rad. Připravili jsme je ve spolupráci s občanským sdružením SANANIM, které se mj. věnuje i prevenci v oblasti alkoholu.

Každý má svůj limit

Váš host by v ideálním případě měl sám vědět, kde má svůj limit. Takového hosta poznáte jednoduše podle toho, že si návštěvu vašeho podniku vyloženě užívá. Není nepříjemný na ostatní hosty a ani u stolu neusíná. Pokud narazíte na někoho, kdo je na nejlepší cestě dostat se do problémů, je nejlepší mu alkohol dále nenabízet, či dokonce neprodat.

Pomozte s odvozem

Návštěvník vašeho podniku by měl mít zajištěný bezpečný odvoz. Pokud se hosté u stolu domluví, že jeden z nich bude řídit, pak se obsluha musí stát jeho spojencem a bránit ho proti případnému nátlaku spolustolovníků. Ty totiž velice často napadne, že by si jednu dvě skleničky mohl dát. Proto je dobré mít k dispozici kontakt na taxislužbu nebo na službu nabízející i odvoz auta.

Spotřebitel by měl mít možnost si zavolat. Pokud má někdo vybitý mobil a chce zavolat taxi, vyjděte mu vstříc.

Nepít na lačno

Silvestrovský host by neměl jen konzumovat alkohol ve zvýšeném množství. Měl by také jíst. To určitě napomůže jeho stavu, ale také vám jako hospodskému se to jistě vyplatí. Pokud je vaše cílová skupina méně majetná, je dobré mít v nabídce jedno dvě levná jídla, která sice nebudou vašim nejvýnosnějším produktem, ale pomohou...

Pozor na přesuny jinam

Vašeho zákazníka by neměli opustit jeho přátelé. Znáte z praxe, že často nastává situace, kdy rozjetá parta se chystá přesunout jinam a chce u vás nechat nešťastníka, kterému není dvakrát dobře. Co s tím? Zkuste je přesvědčit, že by se o „unaveného“ měli postarat sami. Jednou se to může hodit i některému z nich...

Voda léčí

Váš host by neměl být dehydrovaný. Nabízejte proto vašim návštěvníkům i nealkoholické nápoje, klidně i vodu zdarma. Určitě tím neproděláte. Není totiž pravda, že tím omezíte jejich konzumaci alkoholu. Spíše jim pomůžete k tomu, že se budou bavit mnohem déle právě u vás. Také po novoročním probuzení budou na večer u vás lépe vzpomínat (bez bolesti hlavy).

Žádné alkoholické závody

Vaše zákazníci by neměli nikdo do pití nutit. Nepodporujte ve svém podniku závody v konzumaci alkoholu. Problémy, které takoví hosté mohou způsobit, vám za to nestojí.

Pamatujte si, že o tom, jak se ve vašem podniku host pobavil, se bude rozhodovat až prvního ledna. A jestli se má vrátit, neměla by ho bolet hlava (tekutiny), neměl by si pamatovat na to, jak ho opilci od vedlejšího stolu celý večer otravovali (míra) a měl by si třeba říci: „Ještě že mi ta pěkná servírka rozmluvila toho posledního panáka.“

Netolerujeme pití alkoholu mladistvými

Plzeňský Prazdroj stál u vzniku projektu proti toleranci pití alkoholu mladistvými Respektuj 18. Nedávno inicioval průzkum o této problematice. Vyplynulo, že jen 7 % lidí je ochotno jednat v případě, že se stane svědkem prodeje alkoholických nápojů nezletilým. I když 64 % respondentů vidělo nebo slyšelo, že se v restauracích nebo maloobchodě prodává alkohol mladistvým.

Pouze jeden z deseti lidí je ochotný aktivně upozornit na fakt, že prodej alkoholu mladistvým je zakázán a upozornit prodejce na nezákonné jednání v případě, že se stane svědkem takové činnosti. Dva ze tří lidí se přitom někdy setkali s prodejem alkoholu mladistvým, ať již v restauracích, nebo maloobchodě. „Postoj Plzeňského Prazdroje k zodpovědné konzumaci alkoholu je jasný a prevence neodpovědné konzumace je jednou z klíčových priorit našeho podnikání. Jak vyplývá z našeho průzkumu, dosáhli jsme hlavního cíle kampaně a 97 % respondentů si pamatuje, jaký je cíl našeho prevenčního projektu Respektuj 18. Otázky na osobní zkušenost spotřebitelů byly novinkou letošního výzkumu a jejich výsledek nás utvrzuje v tom, že naše iniciativa a apel na zodpovědnost v této oblasti má rozhodně smysl,“ uvedla k číslům Drahomíra Mandíková, ředitelka firemních vztahů a komunikace Plzeňského Prazdroje. „S žádostí o prokázání občanským průkazem vůči mladistvým vypadajícím zákazníkům se setkalo v restauracích 56 % respondentů. V případě maloobchodních prodejen to bylo pouze 50 %.“

Mediálními tvářemi kampaně letošního ročníku byly známé plzeňské osobnosti – herec Martin Stránský, tenistka Andrea Hlaváčková či dobrovolný hasič Roman Nistor.

**I my podporujeme
DEN RESPEKTUJ 18**

18!

201x Plzeň

RESPEKTUJ18.cz

KDE SEZONA NIKDY NEKONČÍ

Resort letos nově se značkami Plzeňského Prazdroje

Víte, který horský resort u nás je nejdynamičtější se rozvíjejícím? Možná byste nečekali, že bude zrovna v oblasti Kralického Sněžníku. Nejčastěji totiž slyšíte o Krkonoších či o Šumavě. Nicméně ten resort je Dolní Morava, do kterého vás dnes zveme. Splňuje téměř všechna. Po alpském vzoru v zimě i v létě, což některé mnohem renomovanější resorty ještě neovládají. Co v Dolní Moravě najdete a na co se máte těšit?

Lyžařský ski areál budoucnosti

Dolní Morava patří mezi TOP lyžařská střediska v ČR. Toto nové moderní lyžařské středisko pod vrcholem Kralického Sněžníku nabízí vynikající podmínky pro lyžování a snowboarding spolu s veškerým komfortem doplňkových služeb jako parkování, stravování, ubytování a zábavu přímo na svazích. Areál disponuje kvalitním technologickým zázemím - moderními lanovkami, vleky, 100% zasněžovanými sjezdovkami a propojovacími cestami i novými stroji na úpravu svahů. Pro nejmenší lyžaře

jsou v provozu dva dětské lyžařské parky s pojízdným pásem, kolotočem, lanovým vlekem a spoustou pohádkových postav. V novém moderním Wellness hotelu Vista přímo u sjezdovky mají špičkové wellness & spa centrum, prostornou dětskou hernu s animačními programy, bowling, golfový trenažér s 50 světovými hřišti, noční bar Mulda nejen pro ubytované.

V letošní zimní sezoně jsou v provozu dvě nové plně zasněžované sjezdové tratě včetně jednoho nového vleku Doppelmayr na vrch Slamník. Součástí těchto rozšíření je také nový Snow Fun Park v dolní části sjezdovky U Slona. V loňském roce divácky velice úspěšná série pokračuje s večerní venkovní show na sněhu.

Čtyřhvězdičková chloubka

Zdejší chloubou je čtyřhvězdičkový hotel Vista. Ubytování hosté mají v rámci pobytových balíčků skipasy v ceně. Navíc tu probíhají animační programy u snídaně a večere, zábavný program pro děti. Speciálně pro zimní sezonu je změnena otevírací doba Wellness světa. Budete si tak moci užít

ranní plavání před snídaní nebo pozdní noční saunování po lyžování.

Pro hosty hotelu Vista je připraven exkluzivní balíček, který umožňuje užít si do sytosti lokálních jídel a nepřeberného množství nápojů v hotelové restauraci Vyhlička. Počínaje snídaní a konče večerí je o hosty královsky postaráno.

V letošní zimní sezoně se resort zapojil do projektu Czech Skipass. Jedná se o společný celosezonní skipass, který na jednu kartu umožní lyžovat v 19 velkých lyžařských areálech v ČR. Platí po celou sezonu 2014/15 na denní i večerní lyžování. K dispozici tak budete mít celkem 154 km sjezdových tratí, 26 lanovek a 118 vleků, aniž byste každé ráno museli stát řadu na permanentku u pokladen jednotlivých areálů.

Unikátní „golf“

A když sleze sněh? Na Dolní Moravě žádný problém. Letní sezona má ještě bohatší možnosti vyžití. Včetně naprosto unikátního „golfu“. Jmenuje se Disc Golf Park. DiscGolf je dynamicky se rozrůstající outdoorová

DOLNÍ MORAVA



aktivita vhodná pro každého. Hlavní pointa DiscGolfu se velmi podobá té běžné golfové. Místo míčků a holí používá DiscGolfista plastové talíře, disky (frisbee), které jsou dostupné v různých tvarech a váze a v závislosti na tom mají různé letové vlastnosti.

Tato hra je velmi oblíbená v severských zemích a Americe, a nyní si ji můžete zahrát i na Dolní Moravě. Skvělá zábava ve skupině nebo na firemní akci. Hřiště se nachází na louce (sjezdovce) vedle bobové dráhy. Na hřišti je instalováno 12 košů / jamek, navíc jsou zde pro nejmenší speciální dětské koše, takže společně může jít a hrát celá rodina. Celé hřiště vám zabere maximálně 90 minut.

Pokud bez golfu nemůžete být, pak nejbližší regulérní hřiště najdete v 50 km vzdáleném Ústí nad Orlicí.

Singltrek láká

To je jen jedna z atrakcí, která dá zapomenout na zimu. Resort Dolní Morava nyní nabízí kromě klasických, cykloturistických tras v okolí, návštěvníkům přímo u sjezdovky jednu z nejdelších a profilem nejzajímavějších bobových drah ve střední Evropě. Lanový park se zase chlubí přívlastkem největší v republice. A protože je vedro na horách snesitelnější, návštěvníci si mohou užít adrenalinu třeba i na horolezecké stěně nebo při atrakci „powerfun“, což znamená na začátku vykočení do prázdná, pak rychlý volný pád z výšky a nakonec i jemné přistání.

Další z novinek si dala do názvu statečného lovce Mamutíka, postavu ze slavné knihy Lovci mamutů. Mamutíkův vodní park rozšíří letní dětský park v létě. Jde o jakýsi vodní svět s potůčky, brouzdališti, stavědly, korýtky, vodními mlýnky, děti si v něm budou s pomocí vlastní energie vyrábět elektřinu.

Už na loňské léto se otevřela v areálu páteřní terénní trasa pro bikery, která vede od horní stanice sedačkové lanovky Slaměnka až k dolní stanici. Na čtyřkilometrové trase na jezdce čekají v relativně nepřístupném terénu lávky a zpevněné chodníky. Tenhle singltrek musíte zažít.

Pivo ve špičkové kvalitě

K příjemnému pobytu a osvěžení přispějí také značky Plzeňského Prazdroje. V hotelu Vista mají na čepu zejména Pilsner Urquell, v ostatních restauracích a barech Radegast. A jelikož jsme na horách, své místo tu má s podporou aktivního životního stylu nealkoholický Birell a jeho ochucené varianty. Všechna piva tu najdete ve špičkové kondici a s doporučeným stylem čepování. Vždyť školy čepování jsou pro personál resortu součástí jejich vzdělávacích plánů.

Jaké restaurace kromě Visty ještě neopomeňte navštívit? Chata Slaměnka leží v nadmořské výšce 1116 m n. m. u horní stanice lanovky a je nejvýše položenou chatou v okolí. Součástí chaty je stylová restaurace s velkou prosluněnou terasou. Restaurace Marcelka je u spodní stanice lanovky Sněžník ve stejnojmenné chatě. V letních měsících je chata využívána pro návštěvníky Mamutíkovy vodního parku a pro jezdce single trailu a v zimních měsících slouží pro lyžaře. Restaurace s terasou U Slona leží u spodní stanice lanovky U Slona a bobové dráhy, v chatě Tereška najdete prostornou jídelnu s dětskou hernou. Gastronomickou mapu střediska doplňují vyhlášené Aprés ski bary Hříbek (ve spodní části červené sjezdovky) a U Slona. V nich si můžete dopřát také cider Kingswood, který se v zimě podává i v horké variantě.



NA DRUHÉ STRANĚ „BARIKÁDY“

Martin Hložek, obchodní sládek: Naši zákazníci jsou velcí patrioti a pivo je pro ně velké téma



Sládek pivo vaří, hospodský ho dělá. Kolikrát už jste tohle rčení slyšeli a možná už ho považujete za klišé. Jenže ono skrývá hlubokou pravdu. A s ním také od léta vyrazí mezi vás, do restaurací a hospod, další z týmu obchodních sládků Plzeňského Prazdroje Martin Hložek. Muž, který zná obě strany symbolické „barikády“, tu výrobní, i tu druhou, prodejní.

Martine, kdy jste poprvé přišel do pivovaru?

Vždycky mě bavila technika, technické obory a jako rodilý Plzeňák jsem se po studiu střední školy nejvíce zajímal o možnost pracovat v pivovaru nebo ve Škodovce. Pivovar vyhrál a po škole v roce 1987 jsem nastoupil do oddělení centrální údržby. Byla to doba, kdy se začalo hodně modernizovat, a měnila se tvář pivovaru. Technici pro svoji práci potřebovali ještě větší znalosti výroby piva a tehdy mě pivovarnictví chytlo a už nepustilo.

Kde všude jste v pivovaru pracoval?

Jak jsem již zmínil, začal jsem v údržbě, do výroby jsem nastoupil po vojně v roce 1993. Začal jsem zde pracovat jako operátor na CKT PU, což je naše zkratka pro tzv. cylindro-kónické tanky Pilsner Urquell. Postupně jsem se vypracoval na pozici vedoucího tohoto oddělení v roce 1997. Tento rok jsem si k maturitě ze strojních oborů doplnil i pivovarské vzdělání na Střední průmyslové škole potravinářské technologie v Praze. Bylo to období, kdy se rozšiřovaly a modernizovaly varny v Gambrinusu i Prazdroji, probíhala výstavba CKT a právě tady se výborně hodila i moje zkušenost z údržby. V průběhu dalších patnácti let jsem měl možnost dělat vedou-

cího varen a sklepů Gambrinus a později i Prazdroj. Práce vedoucího oddělení z velké části spočívá v řízení nákladů a lidí, chtěl jsem to dělat co nejlépe, něco se o tom dozvědět, proto jsem na Západočeské univerzitě v Plzni vystudoval obor Podnikání a management. V roce 2011 byla otevřena pozice manažera kvality a systémů řízení ve Velkých Popovicích, byla to výborná možnost tento nádherný pivovar a lidi v něm poznat, uplatnit své dosud nabyté znalosti a zkušenosti. Do Plzně jsem se vrátil letos v červenci do týmu obchodních sládků.

Celý váš život je zřejmě o výrobě, na co nejraději vzpomínáte?

Těch věcí je mnoho a určitě by to přesáhlo možnosti tohoto rozhovoru. Alespoň některé bych zmínil. Vzpomínám na svoje první pivo, které jsem ochutnal ve sklepe. První pracovní den v Plzni a první noc ve Velkých Popovicích. Byl jsem při tom, když se začalo vařit skvělé pivo Excelent, když se rozšiřovala varna Prazdroj, nebo když přišly úspěchy Velkopopovického Kozla na soutěžích Pivex a Českém pivu v minulém roce.

Vzpomínat je a rozhodně bude na co. Určitě jste se setkal s řadou starých fachmanů a nejen to, dělal jste s nimi. Kdo vám dal nejvíc?

Nechci, aby to vyznělo jako fráze, ale všichni ti, kteří dělali a dělají výborně svoji práci. To mě vždy velmi inspirovalo. Nerad bych je jednotlivě jmenoval, mohl bych na někoho zapomenout. Ale vzpomenu alespoň na mého prvního šéfa pana Komrsku, který mě do pivovaru přijal.

Ted' jste obchodním sládkem, jak berete tuto pozici?

Již od roku 2005, odkdy toto oddělení funguje, jsem si říkal, že snad jednou... Každý z týmu je velký pivovarský odborník s obrovskými zkušenostmi. Jsou to velcí srdcaři, advokáti piv i pivovaru Plzeňského Prazdroje a lidsky skvělí lidé. Být zde a obstát, je pro mne obrovská motivace, inspirace a čest.

Navštěvujete hospody a vidíte „vaše“ pivo z druhé strany „barikády“. Musíte na ní bojovat za kvalitu. Jak to jde?

Naše piva jsou pojmem, mají obrovský respekt, velkou oblibu našich zákazníků a spotřebitelů. Naši zákazníci potřebují poradit s péčí o pivo, musíme jim říci, proč a jak mají pečovat o pivo, jaké bude mít důsledky např. jejich rozhodnutí při realizaci úprav výčepního zařízení. Potřebují mít možnost obrátit se na odborníky nejen z technického servisu, ale i na sládky. Majitelé restaurací chtějí vědět co prodávají a naši konzumenti co pijí. Řada těchto lidí nemá dostatek informací, které potřebují k tomu, aby se správně rozhodli. Na druhou stranu jsou i lidé, kteří nám příliš nepřejí a mohou naše zákazníky ovlivňovat. Díky tomu, že jsem prošel celou výrobou, znám výrobní proces, vím, jaká naše piva jsou a jak se o ně má správně pečovat. Můžu tedy naplno využít a využívám svoje zkušenosti.

Co je na vaší práci nejzajímavějšího? Překvapilo vás už něco?

Nejzajímavější jsou pro mě lidi, kteří se kolem piva pohybují – majitelé restaurací, výčepní, velkým překvapením pro mě bylo, jak velcí patrioti jsou naši zákazníci a jak velké a důležité téma pro ně právě pivo je.

Ve výrobě jste byl v pozici, která není tolik na veřejnosti vidět. Ted' jste na očích a vystupujete na veřejnosti. Jaká jsou úskalí této práce?

Díky tomu, že mám zkušenosti a znalosti z výroby i z řízení lidí, nemám problém s vystupováním na veřejnosti a při prezentaci. Přesto vidím, že je velký rozdíl v tom, když jsem například školil naše interní pracovníky a způsob, forma prezentace pro naše zákazníky. Našeho zákazníka mám příležitost vidět jenom jednou v jednu chvíli. Zákazník se na základě našeho rozhovoru a získaných informací rozhoduje o tom, jakým směrem se ve svém podnikání bude ubírat, jaké udělá kroky. To je velká odpovědnost. Ale rád ji podstupuji.



„Zákazník se na základě našeho rozhovoru a získaných informací rozhoduje o tom, jakým směrem se ve svém podnikání bude ubírat, jaké udělá kroky. To je velká odpovědnost.“

UŽ PÁTÉ JMÉNO NA HISTORICKÉ ZÁSTĚŘE

Pinkasova noční můra – oslava řemesla během výčepních do schodů



Jan Bejšovec z Pivnice Konvikt – mistr 2014

Letos jsem nezabloudil

Šestadvacetiletý rodilý Pražan začínal svou kariéru v oboru v diskotékovém klubu, aby šel brzy za tím, co ho lákalo nejvíc – čepování Pilsner Urquell. Před téměř pěti lety tak přesvědčil u pohovoru svého pozdějšího šéfa Lukáše Svobodu, který v ten samý rok (2010) získal titul Pilsner Urquell Master Bartender International. „V Konviktu tehdy hledali někoho, kdo by za výčepem zaskočil za Lukáše, který se připravoval na soutěž. Náhodou jsem se jím stal já a musím přiznat, že později mi Lukáš tuhle „službu“ splatil. Od něho jsem se učil a snad i naučil hodně o pivu Pilsner Urquell, a tím nemyslím jen čepování. V naší pivnici Konvikt sice máme dvě podlaží, ale na každém z nich je vlastní výčep. Takže obsluha nemusí běhat nahoru a dolů, jako to je třeba v případě běhu Pinkasova noční můra.“

„Mně ale běhání problémy nedělá, sport je mým koníčkem a běhání patří mezi ně. Jde ale o kondiční běhání pro vlastní zdraví a vyčištění hlavy, ne o přípravu na soutěž U Pinkasů. Mnohem obtížnější částí soutěže je čepování, které probíhá s nefiltrovaným Pilsner Urquell. Ten u nás máme pouze v akcích. Je to pivo živé a čepování není tak snadné jako u tankového nebo klasického sudového piva.“

Honza startoval na Můře před třemi lety a skončil sedmý. „Tenkrát jsem o lepší umístění přišel vlastním zaváháním. Po cestě z Pinkasova sklepa jsem v mezipatře zabloudil a odbočil jsem do místnosti, která tehdy sloužila kuřákům. Tentokrát jsem šel najisto!“

Daniel Kouble z restaurace Na Spilce v Plzni, Petr Sýkora z restaurace U Sládečků v Praze, Michal Lazar z restaurace Kobylav pražských Kobylisích a Václav Kohout z Malostranské besedy. Čtyři jména a čtyři podpisy na historické kožené výčepní zástěře. Letos k nim přibyl autogram již pátého vítěze populárního závodu „Pinkasova noční můra“ – běhu výčepních a číšníků z Pinkasova sklepa po 45 schodech s 10 načepovanými půllitry piva. Stal se jím Jan Bejšovec z Pivnice Konvikt v Praze. Letos soutěžili výčepní ze 17 známých hospod, v nichž se čepuje Pilsner Urquell a po svém oslavili 172. výročí uvaření první várky plzeňského ležáku.

Konečné pořadí 5. ročníku běhu Pinkasova noční můra:

1. Jan Bejšovec (Konvikt Praha)
2. Lukáš Pešík (U Pinkasů Praha)
3. Václav Rédl (Šenk Na Parkánu Plzeň)

Desetkrát na Petřín za směnu

„Pilsner Urquell je od samého založení pivnice v roce 1843 vlajkovou lodí kvality. Jakub Pinkas, svým původem krejčí, nebyl svazován žádnými tehdejšími gastronomickými stereotypy – jako bylo například

servírování piva přeléváním do půllitrů z víceobjemových nádob stojících na stole – a půllitry naplňoval přímo ze sudů ve sklepě, odkud je následně vynášel hostům. Touto změnou podstatně zvýšil kvalitu podávaného plzeňského piva, ale způsob servírování znamenal ustavičné běhání po schodech nahoru a dolů. A aby se schody šetřil, nakládal si na jednu rundu co nejvíce půllitrů,“ připomíná historické kořeny soutěže Karel Doubek, ředitel společnosti Adria – Neptun, s.r.o. provozující Pivnici U Pinkasů.

Běhání po schodech vydrželo U Pinkasů mnoho let a stalo se tak „noční můrou“ výčepních, kteří byli na konci šichty dosti

„uběhání“. „Však se také dlouho říkávalo, že sloužit U Pinkasů je za trest,“ připomíná František Novotný, ředitel Pivnice U Pinkasů. „Vždyť denní směna musela často schody absolvovat tolikrát, že by to vydalo na minimálně deset Petřínských rozhledů. Dříve obsluhující unesli najednou i patnáct půllitrů. Hlavně aby si ušetřili ony pověstné schody.“

Nejen rychle běhat...

V soutěži je rozhodující nejen čas uběhnutý s deseti půllitry, ale samozřejmě i kvalita načepovaného piva, kterou také letos hodnotila tříčlenná odborná porota v čele se starším obchodním sládkem Plzeňského

Prazdroje, Václavem Berkou. Trestné body za kvalitu ale uděloval i „domácí“ Pilsner Urquell Master Bartender 2012 a držitel letošního hrdého titulu Pan výčepní – Ota Haurythun. I on čepuje Pilsner Urquell právě U Pinkasů a ve sklepě před lety začínal. „Vím, co to je ty schody zdolat. Se soutěžícími jsem soucítil, nicméně kvalitu doneseného moku jsem musel hodnotit velice přísně.“ Třetím členem poroty byl Martin Hložek, obchodní sládek Plzeňského Prazdroje.

Trestné body ovšem nebyly jediným „zpestřením“ závodu. Běhalo se totiž za plného provozu, což při pinkasovském šrumci znamenalo proplétat se i mezi hosty.

„Správně načepovat skvělé pivo, to je sice umění, ale bez toho, aby se co nejrychleji dostalo k hostovi, je pak na nic. Aby každý host dostal to nejvyšší pivo, to je zásluha početné armády číšníků, lidí, kteří nejsou tak vidět jako my za výčepy,“ pochválil účastníky Václav Berka za celou porotu.

Kromě vítězných cen v podobě vzácné můry, poukazu na konzumaci U Pinkasů a 50l sudu piva Pilsner Urquell se vítěz mohl podepsat na koženou výčepní zástěru, na kterou se již zvětčili vítězové minulých ročníků běhu. Zástěra visí v horním patře vedle výčepu v restauraci U Pinkasů jako připomínka nejlepšího výkonu pro další ročníky běhu.

JAK DÁT PODNIKÁNÍ HLAVU A PATU?

Konference HOREKA 112 není jen pro hoteliéry



Jan Krátký

Kongres HOREKA 112 byl zahájen v roce 2009 jako projekt na podporu české gastronomie a hotelnictví v reakci na krizi, která hluboce zasáhla toto odvětví. Jeho cílem je pozdvihnout úroveň informovanosti podnikatelů v gastronomických a ubytovacích zařízeních a inspirovat je k vylepšování jimi poskytovaných služeb a posílit sebevědomí a úroveň, které se z oboru vytrácejí. Na listopadovém kongresu v Clarion Congress hotelu v Olomouci nechyběli ani někteří naši klubáci a zákazníci Plzeňského Prazdroje.

Plzeňský Prazdroj je jedním ze zlatých partnerů setkání. Vždyť i jeho cílem je prosperita zákazníků, kteří odebírají jeho značky. I když většina z vás má pod pojmem Horeka zafixované akce a programy související s hotelnictvím, mají kongresy a další setkání co říci také provozovatelům a majitelům restaurací a hospod. A ti si z olomouckého kongresu odnesli spoustu informací a podnětů. Kongresy se totiž konají dvakrát ročně, takže pozvaní odborníci mohou reagovat na skutečně aktuální otázky a problémy oboru.

Jaké to byly tentokrát? HOREKA 112 začala na peripetie podnikání v regionech a přinesla mnoho praktických rad. Jubilejní

ročník nabídl také sedm workshopů, na kterých si účastníci zlepšili svoje praktické dovednosti. Nechyběly ani videoreportáže ze zajímavých provozů, přednáška o destinačním managementu, panelová diskuze a videoreportáže z provozů, které mají za cíl inspirovat. Debata na téma „Jak dát podnikání v regionech hlavu a patu“ řešila především otázky integrace služeb v resortech, dostupnost a rozvoj lidských zdrojů, spolupráci se samosprávou a současně trendy v chování zákazníků.

Mezi nejzajímavější vystoupení se zařadil Pavel Kuře, majitel Restaurace a penzionu U Zběhlíka, který hovořil o přínosech televizního pořadu Ano, šéfe. Hospodský provoz se zaměřením na skvělé pivo a vlastní domácí výrobky prezentovali Patrik Bauer, majitel, a Jakub Šrubař, provozní Hospůdky U Bobra v Raškovících. Zlepšování služeb a blízcím se legislativním změnám se věnoval Jan Krátký, Manažer rozvoje kanálu On trade Plzeňského Prazdroje. Zaměřil se na sestavení efektivního nápojového a jídelního lístku a varoval před nejčastěji se vyskytujícími chybami. Další

přednáška se zaměřila na blížící se novelu zákona o kouření v restauracích.

Celkově sedm připravených workshopů sklídilo u účastníků velký úspěch. Praxe na místě a rady zkušených odborníků zaujaly jak hoteliéry, tak restauréry. Škola čepování pod vedením Plzeňského Prazdroje se věnovala správným postupům ošetřování a podávání piva. Lidé si mohli jednotlivé způsoby čepování vyzkoušet přímo na místě. A nejenom vyzkoušet, ale i ochutnat. Finanční toky v restauraci mnozí vnímají jako jednu velkou španělskou vesnici. Jiří Holý, nezávislý konzultant ale všem předvedl, jak se na ně dívat a jak je správně vyhodnocovat. O profitabilitě v kuchyni mluvil Petr Stádník, šéfkuchař společnosti Makro Cash & Carry.

Kongres se jako již tradičně těšil velké účasti gastronomických profesionálů, letos jsme přivítali 326 účastníků, z nichž 26 % reprezentovalo restaurace a hospody. Pokud byste měli zájem se zúčastnit kongresů v příštím roce i vy, pak si zapíšte – 27. května 2015 Praha a 4. listopadu 2015 Olomouc.



MALÁ SÁZKA O VELKÉ PIVO

Proti Islandu se fandilo s pivem zadarmo

Po vítězství 2:1 nad Islandem rozdál Gambrinus divákům fotbalového utkání na plzeňském stadionu více než 10 000 speciálních plechovek piva s portréty známých a úspěšných českých fotbalistů. Ve fanzóně na nádvoří Plzeňského Prazdroje a v restauraci Na Spilce prožili pro změnu fotbalovou atmosféru fanoušci, na které se vstupenky nedostaly.

Mimořádná pivní odměna pro diváky zápasu Česko–Island vyplynula ze sázky mezi koučem reprezentačního týmu Pavlem Vrbou a obchodním sládkem Gambrinusu Pavlem Zítkem. Díky vítězství českých fotbalistů v předcházejících zápasech s Tureckem a Kazachstánem bylo rozdáno fanouškům na plzeňském stadionu více než 10 000 piv.

„Fanoušci si mimořádnou pivní odměnu za podporu českému týmu zasloužili. Další kvalifikační zápasy na EURO 2016 se odehrají v příštím roce, a je možné, že naše fanoušky opět odměníme pivem Gambrinus. Zvláště když „doženou“ svými hlasy český tým až do finálových bojů ve Francii,“ uvedl Pavel Zítek.

„Samozřejmě jsem v prvé řadě nesmírně rád, že jsme do úvodu šampionátu vstoupili beze ztráty bodu. Proto bych chtěl ještě jednou

poděkovat svému mužstvu, které předvedlo opravdu dobré výkony. O to víc mě těší, že jsme udělali radost našim fanouškům i pivním dárkem,“ řekl Pavel Vrba, trenér české fotbalové reprezentace.

„Zkrátka nepřišli ani fanoušci, na které se vstupenky nedostaly. Ve spolupráci s FAČR jsme pro ně připravili fanzónu, kde mohli zápas sledovat v přímém přenosu na velkoplošných obrazovkách a společně navíc zažít spoustu dalších doprovodných aktivit,“ řekl Miroslav Peichl, manažer značky Gambrinus.

Mnozí návštěvníci fanzóny si během fotbalového odpoledne užili atraktivní prohlídky pivovaru Gambrinus, malování českých vlajek na své tváře, měření rychlosti střely na bránu nebo vystoupení Jana Webbera, mistra v žonglování s balonem.



TRADIČNÍ RESTAURACE S NOVOU DOMINANTOU INTERIÉRU

Pilsner Urquell Original Restaurant Dělnický dům Jihlava



Dělnický dům v Jihlavě, resp. stavba v té podobě, jak ji známe dnes, oslavil 145. výročí. V listopadu 1869 se totiž slavnostně otvíral věhlasný hotel Czap. Dnes tu na vysokou úroveň gastronomie navazuje Pilsner Urquell Original Restaurant, nyní znovuootevřený ve zcela novém a originálními doplňky protkaném interiéru.

Do restaurace PUOR Dělnický dům jsou hosté zvyklí chodit už od roku 2006, ale nyní je i vstup a všechny přilehlé prostory po rekonstrukci. Zejména prostor pasáže, spojující hlavní vchod do „Dělnáku“ se zadním traktem parkoviště a zahradního posezení, se změnil k nepoznání. Je tak nejen oblíbeným místem nákupů, ale také místem vhodným pro pořádání nejrůznějších trhů, jarmarků i kulturních akcí.

Nejen kachnička do křupava

Hned u vstupu do restaurace čeká na hosty největší překvapení. Nově vystavěná pec s plotnou navozuje neopakovatelnou atmosféru babiččiny tradiční chalupářské kuchyně. Není tu ale jen na ozdobu. Za pecí vládnou zdejší kuchaři a připravují v troubě i na plotně nejrůznější pochoutky. Tou

největší je do křupava upečená kachnička. Vyhlášený je ale i zdejší kulatý, kváskový chléb, který si hosté mohou koupit i domů.

„Tradiční či babičkovská kuchyně představuje silný trend v současné gastronomii. U nás tak chceme skutečně jídla připravovat, nejen tedy co do dodržování tradičních receptur, ale také samotným způsobem přípravy. Naše kuchyně je tudíž opravdová a poctivá se vším všudy,“ svěřuje se Jan Martinec, manažer restaurace a cateringu. „Lidé navíc mají rádi, když se pokrmy připravují přímo před nimi. To všechno nám nová pec umožňuje. Že se nejedná o žádnou líbivou

repliku, interiérový doplněk, ale o naprosto funkční pec, lidé nejen vidí, ale také cítí. Od pece se totiž line lákavá vůně.“

Pivní nabídce vévodí zlatý ležák Pilsner Urquell. Vedle něj našel své místo na čepu také Gambrinus Nepasterizovaný, Velkopopovický Kozel Černý a nealkoholický Birell.

K PUOR restaurantu náleží také nově upravená venkovní zahrádka a vlastní parkoviště, které je monitorované a pro hosty restaurace zdarma. Bez problémů zde zaparkují i zájezdové autobusy, které městem projíždějí nebo cestují do Rakouska.



18+

talking
alcohol.com

Ty pravé
Vánoce



POUZE PRO STARŠÍ 18 LET
www.napivosrozumem.cz