

HORECA

1. NOVINY PRO HOTELIÉRY ■ VEDOUCÍ PRACOVNÍKY ■ MARKETÉRY ■ F&B MANAŽERY ■ ŠÉFKUCHAŘE ■ CUKRÁŘE ■ BARMANY ■ BARISTY

Lázeňská inspirace 2025

Hlavní cenu získaly Luhačovice se svým projektem Sluneční lázně, který je skutečným ztělesněním pro Lázeňskou inspiraci.

strana 16

Amazing Places v zahraničí

Češi ve světě je naše pocta těm, kteří se nebáli vydat za hranice České republiky a vytvořit tam něco jedinečného.

strana 16

**Letošním králem nealko koktejlů v ČR je Jan Lukas**

Jan Lukas, zkušený barman, se prezentoval technicky vyspělým výkonem a na pohled zajímavým drinkem The Nest designovaným ve stylu ptačího hnízda.

strana 4

Portál Spa.cz hlásí úspěšný rok

Rezervační portál Spa.cz odbavil v minulém roce 130 tisíc poptávek v celkovém objemu 1,8 miliardy korun.

strana 15



Zdeněk Pohlreich oceněn Cenou za celoživotní přínos české gastronomii

Na slavnostním zahájení 3. ročníku MAKRO Czech Gastro Festu, konaném v pražském O2 universu, byl šéfkuchař Zdeněk Pohlreich oceněn Cenou za celoživotní přínos české gastronomii. Toto prestižní ocenění mu předal prezident festivalu a generální ředitel makro ČR, Jiří Nehasil, jako uznání za jeho mnohaletou práci v oblasti vzdělávání a propagace kvality české kuchyně napříč regiony České republiky.

Zdeněk Pohlreich je jednou z nejvýraznějších osobností české gastronomické scény. Jeho kariéra zahrnuje působení v renomovaných restauracích, autorství úspěšných kuchařek a moderování populárních televizních pořadů, jako je „Ano, šéfe!“. Jeho neúnavná snaha o zvyšování úrovně české gastronomie a vzdělávání nových generací kuchařů významně přispěla k rozvoji kulinářské kultury v České republice. „Zdeněk Pohlreich svou vášní a odhodláním in-

spiroval nespočet profesionálů i nadšenců v oblasti gastronomie. Jeho přístup k vaření a důraz na kvalitu surovin nastavily nové standardy v české kuchyni. Jsme hrdí, že mu můžeme předat toto ocenění, a jsme pyšní, že je od prvního ročníku ambasadorem našeho festivalu.“ uvedl Jiří Nehasil při předávání ceny. MAKRO Czech Gastro Fest je každoroční událost, která spojuje profesionály i milovníky gastronomie s cílem sdílet zkušenosti, trendy a inovace v oboru. Zdeněk Pohlreich je vý-

znamný český šéfkuchař, gastronom, podnikatel, lektor, autor kuchařek a moderátor kuchařských pořadů. Svůj život zasvětil gastronomii a restauračnímu byznysu, přičemž jeho cílem je zanechat za sebou něco smysluplného, co bude lidem užitečné. Ikona české gastronomie a první držitel ocenění Cena za celoživotní přínos v oblasti gastronomie a vzdělávání Zdeněk Pohlreich oslavil nedávno 50 let v gastronomii. Vyučil se kuchařem a svou kariéru zahájil v kuchyních pražských hotelů a restaurací. Po emigraci v roce 1989 působil jako šéfkuchař v Austrálii. Po návratu do České republiky pracoval jako šéfkuchař v pražských restauracích, včetně hotelu Renaissance, Villa Voyta, Radisson SAS a Marriott. Později se stal spoluhlajitelem restaurací Café Imperial, Divinis, Next Door a nově vlastní cukrářskou a pekařskou výrobu Café Imperial Dolce.

**Jaroslav Kubalá a hotelový byznys**

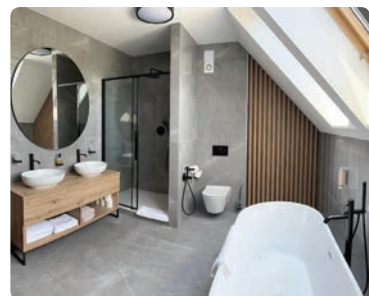
Jaroslav Kubalá, CEO společnosti PREMIUM STAR HOTELS, se během své kariéry dokázal posunout od prvních zkušeností v hotelovém marketingu až po vedení rozsáhlých hotelových projektů.

strana 10

**Obľíbený dezert napříč světem**

Po celý rok nabízíme osm druhů zmrzlin. Naši stálíci jsou pistáciová, malina se skořicí, mango, liči s grepem, vanilka, čokoláda s kardamomem a maracuja s kokosem.

strana 6

**Moderní hotelová koupelna:**

Koupelny hrají klíčovou roli v hotelovém oboru, jelikož představují důležitý prvek komfortu a luxusu, který mohou hosté očekávat.

strana 12

INZERCE

ONLINE MARKETING

Provozujete **hotel, restauraci, bar, kavárnu** a nemáte čas spravovat **sociální sítě** nebo **PPC kampaně**?

VÍCE INFORMACÍ:
+420 776 591 940

S NÁMI ZÍSKÁTE ZKUŠENÝ TÝM ZAMĚŘENÝ NA ONLINE MARKETING



FOTO: AKC ČR

Známe nové vedení Asociace kuchařů a cukrářů

Národní zemědělské muzeum je domovem Národního týmu kuchařů a cukrářů. Proto bylo využito tamní pohostinnosti a uskutečnila se zde volební valná hromada. Nejdůležitějším bodem programu bylo zvolení nového vedení Asociace na další čtyřleté období.

Kandidáti se představili více než sto členům Asociace kuchařů a cukrářů. Usilovali o hlasy, které by je posunuly do představenstva. O přízeň se ucházeli stávající členové představenstva a byli ve svých funkcích potvrzeni. Vedení Asociace tak má prostor dokončit započaté projekty a modernizaci Asociace, která byla úspěšně rozjetá a i podle členů jde správným směrem. Představenstvo si zvolilo i prezidenta Asociace. Potvrzen ve funkci byl Miroslav Kubec. Dalšími členy představenstva jsou Jakub Sedláček, Marek Svoboda, Věra Rejchmanová, Helena Fléglová. Do revizní komise byli zvoleni Miroslav Vyhnis, Pavlína Bezisová a Alena Kírpalová.

Kancelář Asociace kuchařů a cukrářů bude nadále vedena, skvěle a zodpovědně pracující, Romanou Vodičkovou. Manažerem zůstává Tomáš Popp, který na valné hromadě shrnul, co se za čtyři roky povedlo a nastínil plány na další období.

Asociace kuchařů a cukrářů ocenila jednotlivce, kteří přispěli k rozvoji gastronomie. Předány byly i certifikáty gastronomickým školám, které odvádí nadstandardní práci a prošly procesem certifikace.



#svethoreca



Bezodpadová samoobslužná školní jídelna Primirest se dostala mezi 10 nejlepších udržitelných nápadů letošního Sustainability Summitu

Deset nejnápaditějších projektů, které demonstrují praktické příklady udržitelnosti s prokazatelnými pozitivními dopady na životní prostředí a společnost, bylo představeno na letošním ročníku Sustainability Summitu. Ukazují, jak různé firmy transformují své procesy na ekologičtější a společensky odpovědnější. Do top výběru se mezi známá jména, jako je IKEA, Skanska nebo Decathlon dostala i v českém kontextu jedinečná školní jídelna Primirest, kde si děti nabírají jídlo samy a která produkuje jen minimum odpadu.

Vědecká rada Czech & Slovak Sustainability Summitu vybrala deset nejlepších případových studií z 55 udržitelných projektů. Předseda vědecké rady, profesor Vladimír Kočí z Ústavu udržitelnosti a produktové ekologie Vysoké školy chemicko-technologické v Praze, k hodnocení projektů uvedl: „Výběr deseti nejlepších projektů byl pro čtrnáct členů naší vědecké rady skutečně náročný, protože nabídka byla velmi široká. Vítězné projekty nás ale opravdu nadchly – představují pestrou škálu firem a organizací, které se zaměřují na konkrétní a měřitelné zlepšení životního prostředí a společnosti.“

Hravě a udržitelně

Jedním z nápadů, které rada vyzvedla jako hodný následování, je školní jídelna společnosti Primirest v Tanvaldu. Ta byla první v Česku, která začala děti hravou formou učit účtět k jídlu i tomu, jak se zamýšlet nad potravinovým odpadem. Děti si tady nabírají jídlo samy podle vystave-

né vzorové porce. Přitom se mohou rozhodnout, jak moc velký mají hlad, nebo čemu dají přednost, aby si jídlo nebraly zbytečně. Špinavé nádobí nakonec samy uklízí do mycích košů a když náhodou něco nedojí, hravý maskot Barvožrout jim na monitoru ukazuje, kolik odpadu dohromady vyprodukovaly a jestli by se v tom náhodou neměly zlepšit.

Bez odpadu

„Po roce fungování jsme vysledovali spoustu pozitivních dopadů. Děti snížily dlouhodobé množství potravinového odpadu o 60 procent, naučily se jíst polévky a díky odvážnějším spolužákům zkouší i jídla, která by si jinak samy nevybraly. Konkrétně v Tanvaldu se navíc nevydané celé hotové porce darují na dobročinné účely a zbytky z obědů putují do kompostéru, takže tady nevzniká téměř žádný odpad,“ přiblížil Michal Debrecení, generální ředitel společnosti Primirest, jedinečnost konceptu, který se postupně rozšiřuje i do dalších měst.



FOTO: DELIREST/PRIMIREST

Lidé, kteří mají jídelny Primirest na starost, vedou děti i dalšími hravými cestami k tomu, aby nad jídlem přemýšlely. Celoroční hra s maskotem Barvožroutem je motivuje k tomu, aby si svůj jídelníček skládaly pestře. Akce Pátek pro planetu upozorňuje na to, že se nejen v Česku jí hodně masa a že je občas fajn ho vyměnit za rostlinnou bílkovinu. Právě za to všechno jídelna Primirestu letošní ocenění Sustainability Summitu dostala. Zařadila se tak mezi projekty jako je služba Buy back Decathlonu, doručení na poslední míli s nulovými lokálními emisemi po celé republice v podání IKEA Česko nebo upcycling potravin společností Rohlík Group.

Novým manažerem Velkopopovického pivovaru se stal Ondřej Koucký

Pivovar ve středočeských Velkých Popovicích má nového šéfa. Od letošního března se jím stal Ondřej Koucký (43), který vystřídal ve funkci Václava Šimka. Ten v rámci Plzeňského Prazdroje od ledna vede pivovar v Plzni.

Ondřej Koucký má více než 20 let zkušeností v pivovarnictví. Pivo, jeho kvalité a výrobě, zasvětil celý dosavadní profesní život. Vystudoval Střední průmyslovou školu potravinářských technologií a posléze také Vysokou školu chemicko-technologickou.

Pracovní kariéru zahájil ve Výzkumném ústavu pivovarsko-sladařském, kde se



FOTO: VELKOPOPOVICKÝ PIVOVAR

zaměřoval na senzorickou analýzu a pivovarskou technologii. Následně prošel celou řadou manažerských pozic ve skupině Drinks Union a ve společnosti Heineken. A to nejen v tuzemsku, ale také v zahraničí v celkem 9 pivovarech ve 4 zemích na 3 kontinentech. Dva roky působil Ondřej Koucký v United Breweries v Indii, tři roky strávil v Bulharsku, kde jako supply chain manager řídil výrobu, logistiku a zákaznický servis. Donedávna pak zastával pozici ředitele pivovaru BRASCO v Kongu.

PARTNEŘI REDAKCE:



TIRÁŽ:

SVĚT HORECA – noviny pro podnikatele z oblasti pohostinství a hotelnictví. **VYDAVATEL:** 1. Press Real Group, spol. s r.o., vydavatel B2B titulů: Svět HORECA, Svět OBCHODU, MODERNÍ JÍDELNA IČO: 28459971, DIČ: CZ28459971 **ADRESA REDAKCE:** Jana Hanuše 251, 254 01 Jílové u Prahy **SPOJENÍ:** www.svethg.cz. **ŠÉFREDAKTOR:** Jaroslava Chudá, gsm: 776 591 940, e-mail: chuda@lprg.cz, **REDAKCE:** redakce@lprg.cz **PRODEJ INZERCE:** gsm: 776 591 940, e-mail: chuda@lprg.cz, **AUTO-RIZACE:** MK ČR E 10139, povoleno Ministerstvem kultury ČR. Redakci nevyžádané rukopisy, fotografie a kresby se nevracejí. Za věcnou správnost textů a obsah článků odpovídají autoři. Texty označené zkratkou -PR- jsou placenou inzercí, za text a obsah inzerátů odpovídají zadavatelé ČR. **ISSN: 2336-7792.** Redakci zveřejněné příspěvky nemusejí vyjadřovat názor redakce. Publikování nebo šíření jakéhokoli materiálu z časopisu či týdenního zpravodajství bez písemného souhlasu vydavatele je zakázáno. Vydavatel si vyhrazuje právo publikované materiály zveřejnit na internetu.

MAKRO Czech Gastro Fest 2025: Rekordní návštěvnost, světové hvězdy, tisíce ochutnávek a inspirace pro celý obor gastronomie



FOTO: MAKRO

MAKRO Czech Gastro Fest 2025, největší gastronomická událost v České republice, který se konal 4.-5. dubna, přilákal rekordních 16 000 návštěvníků. Na festivalu vystoupilo přes 200 odborníků a řečníků, zúčastnilo se ho více než 100 partnerů a vystavovatelů a rozdalo se desítky tisíc degustačních porcí. Vyprodané O2 universeum se díky tomu na dva dny proměnilo ve středobod české i světové gastronomie.

„Vybudovali jsme národní gastronomickou platformu, která propojuje profesionály, inspiruje mladé talenty a nastavuje trendy pro českou gastronomii. Akcentovali jsme důležitá témata jako jsou regionální potraviny, rozvoj gastro turismu nebo vaření z kvalitních surovin ve veřejných institucích. Letošní ročník byl speciální v tom, že jsme do jeho programu aktivně zapojili naše partnery – dodavatele a zákazníky, protože právě v tomto spojení vidíme budoucnost oboru. Zákazníkům jsme zároveň ukázali, že makro ČR nabízí kvalitní produkty, inovativní přístupy a ucelená řešení šitá na míru jejich potřebám,“ říká Jiří Nehasil, generální ředitel makro ČR a prezident festivalu.

Festival poprvé udělil Cenu za celoživotní přínos české gastronomii, kterou získal šéfkuchař Zdeněk Pohlreich. Toto prestižní ocenění mu předal prezident festivalu Jiří Nehasil, jako uznání ze jeho mnohaletou práci v oblasti vzdělávání a propagace kvality české kuchyně napříč regiony České republiky. Cena se bude udělovat každý rok výjimečné osobnosti české gastronomie.

Na náměstí plném chutí – MAKRO SQUARE si návštěvníci mohli vychutnat na desítky tisíc degustačních porcí – od šťavnatých grilovaných specialit a burgerů od MASO Made by makro přes poké z čerstvé ryby až po signaturní dezert z krvavého pomeranče od Ivetty Fabešové. Kuchařská show s trimováním sedmdesátikilového tuňáka patřila k nejnavštěvovanějším momentům obou dní.

Velkou pozornost přilákaly i kuchařské show na hlavní MAKRO STAGE, kde své umění předvedli michelinští šéfkuchaři, finalisté světové soutěže Bocuse d'Or ale i české kuchařské špičky. Mezi nimi



nechyběli: Sebastian Gibrand, vicemistr světa z Bocuse d'Or a kulinářský ředitel týmu USA pro Bocuse d'Or, Martino Ruggieri, šéfkuchař michelinské restaurace Maison Ruggieri, Jimmi Eriksson, vítěz zlaté medaile Culinary World Cup a čestný vítěz Bocuse d'Or, Peter Duranský, první slovenský michelinský šéfkuchař a kapitán slovenského národního týmu Bocuse d'Or, Zdeněk Pohlreich, ikona české gastronomie a hlavní ambasador festivalu MAKRO Czech Gastro Fest, Daren Liew, dvojnásobný držitel michelinské hvězdy, Kevin Ngu, sous-chef restaurace Sia, Petr Svoreň, šéfkuchař Restaurant Passage nebo Kristína Nemčková, mladá talentovaná kuchařka se zkušenostmi z top světových restaurací. Svou první kuchařskou show, společně s vítězem národního kola Bocuse d'Or Dominikem Unčovským, měl i ambasador festivalu Karel Kový Kovář.

Součástí programu byla čtyři významná soutěžní finále, která přitáhla pozornost odborné i široké veřejnosti. Nejlepším výčepním v soutěži Pilsner Urquell Mas-

ter Bartender 2025 se stal Martin Tušek z restaurace U Tellerů. Ve finále, které se poprvé uskutečnilo živě před publikem na hlavní MAKRO STAGE, uspěl mezi více než 500 přihlášenými. V juniorské soutěži Mattoni Grand Drink Junior zvítězila Dora Řezníčková se svým originálním nealkoholickým koktejlem Pistachio Breeze.

Festival hostil také dvě prestižní barietické soutěže – Czech Coffee in Good Spirits Championship a Czech Latte Art Championship. Obě proběhly pod záštitou Specialty Coffee Association a přivedly na festival špičkové baristy. Výherci soutěží se nominovali do světového finále soutěže ve Švýcarsku.

Jednou z klíčových sekcí festivalu bylo MAKRO FORUM – prostor pro odborné diskuse a přednášky, které se zaměřily na aktuální výzvy a budoucnost české gastronomie. Proběhla zde diskuse se zástupkyní Státního zemědělského intervenčního fondu, paní Kateřinou Ratajovou, farmářem Karlem Jonákem a vedoucí nákupu čerstvých potravin pro makro ČR, Terezou Srncovou o důležitosti lokálních surovin – které jsou základem pro kvalitní gastronomii. Velký ohlas vzbudila také netradiční show o nových přístupech k nemocničnímu a školnímu stravování, v níž vystoupili zástupkyně Státního zdravotního ústavu Mgr. Alexandra Košťálová a MUDr. Eliška Selinger s Miroslavem Krotkým,

vedoucím stravovacího provozu v Nemocnici Na Homolce. MAKRO FORUM nabídlo také mezinárodní perspektivu – michelinští šéfkuchaři se podělili o zkušenosti s tím, jak prestižní michelinské ocenění ovlivnilo turismus a návštěvnost jejich restaurací, a zástupci CzechTourism představili přínosy michelinského ocenění pro rozvoj gastro turismu v České republice.

„Třetí ročník MAKRO Czech Gastro Festu byl opravdu impozantní – plný pozitivní energie a přínosný pro celou gastro komunitu. Vytvořili jsme národní platformu, která propojuje všechny, kteří mají gastro v krvi. A to fest! Letos jsme navíc pokořili nový milník – vyprodali jsme O2 universeum, a to mě osobně nesmírně těší,“ shrnuje Lenka Slezáková, vedoucí marketingu makro ČR a výkonná ředitelka festivalu. Čtvrtý ročník festivalu proběhne 10.–11. dubna 2026 opět v pražském O2 universu.



FOTO: PROVEG ČESKO

Rozšiřte svou nabídku díky ProVeg brožurě normovaných receptů

Organizace ProVeg Česko vydalo unikátní brožuru obsahující 24 čistě rostlinných receptur nanormovaných na 10 obědových porcí. Brožura je vhodná pro gastro provozy, jako jsou školní jídelny a univerzitní menzy, kantýny, nemocniční zařízení, hotely, restaurace i cateringové služby.

Chcete obohatit svou nabídku o rostlinná jídla, která osloví nejen zákazníky a zákaznice dbající na udržitelnost, ale i ty, kteří chtějí ozdravit svůj jídelníček či trpí laktózovou intolerancí? Pak je brožura určena právě pro vás. Kromě 24 lákavých receptů v brožurě najdete i další tipy či seznam problematických surovin. Každý z receptů navíc obsahuje informaci o zvoleném zdroji rostlinné bílkoviny, alergenech, uhlíkové stopě a především cenu za porci.

„Brožura je doplněná také výživovými tipy a údajem o vybraných makro a mikro živinách. Vzhledem k tomu, že obavy ohledně nutriční adekvátnosti rostlinných jídel jsou častou bariérou pro jejich zařazení do provozu i jídelniček mnoha osob, zaměřili jsme se na receptury bohaté na vápník, železo, omega-3 a další. Brožura je tak výsledkem společné práce HORECA a výživového oddělení ProVeg a nabízí tím unikátní přidanou hodnotu,“ zmiňuje Senior projektová manažerka pro segment HORECA ProVeg Česko, Mgr. Pavla Široká.

Rostlinné suroviny rostou na popularitě a není se čemu divit. Ve srovnání s živočišnými potravinami mají řádově nižší dopad na životní prostředí, mohou pomoci v prevenci civilizačních onemocnění a šetří rozpočet. Navíc uspokojí širokou skupinu zákazníků a zákaznic včetně těch, kteří se určitým surovinám vyhýbají ze zdravotních, etických nebo náboženských důvodů.

Brožura je ke stažení zcela zdarma po vyplnění formuláře na webové stránce ProVeg Česko **zde**.



karbanátek



FOTO: CBA

Letošním králem nealko koktejlů v ČR je Jan Lukas

Republikové mistrovství v míchání nealkoholických koktejlů Mattoni Grand Drink se letos uskutečnilo jako součást odpoledního programu Makro Czech Gastro Festu v dubnu v pražském O2 Universu. Pořadatelem soutěže je značka Mattoni, jejíž minerální voda je základní složkou všech soutěžních koktejlů a oficiální vodou Mezinárodní barmanské asociace IBA. Odborným garantem je Česká barmanská asociace.

Mezi jedenácti účastníky soutěže v profesionální kategorii měli velkou převahu domácí pražští barmani, z vítězství se však nakonec radoval reprezentant jihočeského regionu Jan Lukas. Zkušený barman se prezentoval technicky vyspělým výkonem a na pohled zajímavým drinkem The Nest designovaným ve stylu ptačího hnízda.

„Je to odkaz na červenou orlici společnosti Mattoni, ale symbolizuje i Českou republiku jako hnízdo, odkud Mattoni pochází. Proto jsem suroviny podporující zdravý životní styl hledal primárně v Česku,“ říká Jan Lukas. Jeho koktejl kromě perlivé minerální vody Mattoni obsahuje také aloe vera, cordial Paragon Rue Berry, řapíkatý celer a aroma ze zeleného jablka. Servírován je v malém hnízdě a zdobí jej list celeru.

Kromě půldruhé palety pitného režimu a plného počtu bodů do Czech Bartenders League obdržel Jan Lukas především nominaci do světového finále Mattoni Grand Drink, které se uskuteční v příštím roce. „V roce 2017 jsem ve finále skončil na druhém místě, tentokrát bych to chtěl posunout o stupeň výše a zopakovat loňský výkon Martina Vogeltanze,“ poukazuje Jan Lukas na fakt, že Česko prostřednictvím viceprezidenta CBA aktuálně drží pozici světového nealkoholického šampiona.

Za vítězným Janem Lukase skončila v nominačním kole na druhé příčce Carola Urru z pražského Savage Baru, třetí místo obsadil Honza Zlámaný z Baru na klíč.

„Výkony na předních pozicích byly velice vyrovnané a hodnotitelům se o konečném pořadí rozhodovalo obtížně. Pro Honzu Lukase nakonec promluvila komplexnost jeho vystoupení, které měl dotažené do nejmenšího detailu. Nejinnovativnějším počinem podle mě byl naprosto suchý mocktail od Daniela Syrového založený na specifickém čaji Genmaicha, do nějž se při výrobě přidávají pražená zrnka rýže,“ doplňuje pohled od stanoviště rozhodčích prezident České barmanské asociace Aleš Svojanovský.

Mattoni Grand Drink je celosvětově uznávaná barmanská soutěž s více než dvacetiletou tradicí. Její účastníci měli i tentokrát za úkol připravit originální nealkoholický a nízkokalorický koktejl svým složením korespondující s trendem zdravého životního stylu.

Vítězkou letošního ročníku Mattoni Grand Drink Junior se stala Dora Řezníčková

Barmanské mistrovství České republiky Mattoni Grand Drink Junior už podruhé představilo nadějně talenty z řad studentů středních gastronomických škol. V klání, které se letos odehrálo v rámci prestižní akce Makro Czech Gastro Fest, soutěžilo 30 studentů. Odbornou porotu nejvíce zaujala Dora Řezníčková s originálním nealkoholickým drinkem Pistachio Breeze, který se objeví i na koktejlovém menu v průběhu letošního Mezinárodního filmového festivalu Karlovy Vary.



Druhý ročník barmanské soutěže Mattoni Grand Drink Junior se uskutečnil 4. dubna jako součást Makro Czech Gastro Festu v pražském O2 Universu. Soutěžící se tak pod takovkou oblíbeného moderátora Petra Nárožného ml. představili mezi michelinskými šéfkuchaři a dalšími hvězdami české i světové gastronomie. Toto spojení umožnilo představit umění mladých barmanů širší veřejnosti i odbornému publiku. Pořadatelem soutěže Mattoni Grand Drink Junior je značka Mattoni, jejíž minerální voda je základní a povinnou součástí všech soutěžních koktejlů i oficiální minerální vodou Mezinárodní barmanské asociace. Odborným garantem soutěže je Česká barmanská asociace (CBA).

„Nealko drinky jsou čím dál větší trend, a my v Mattoni věříme, že mají své pevné místo v každém koktejlovém menu. A rozhodně to nemusí být jen klasické mojito bez rumu! Máme radost, že jsme díky Mattoni Grand Drink Junior mohli už podruhé podpořit budoucnost českého barmanství. Vidět energii a kreativitu studentů bylo inspirativní. Propojení s Makro Czech Gastro Festem navíc dodalo soutěži nový rozměr – mladí barmani tak mohli ukázat, co v nich je, na jedné z největších gastro akcí u nás,“ říká Barbora Gavendová, brand strategy manažerka Mattoni.

Úkolem soutěžících v Mattoni Grand Drink Junior bylo vytvořit originální nealkoholický koktejl, který je trendy, inovativní, kreativní a zároveň nízkokalorický. Na přípravu a prezentaci svého drinku měli stanoven časový limit 7 minut. Jejich výkony posuzovala odborná porota pod dohledem hlavního komisaře CBA a úřadujícího Mistra světa v míchání nealkoholických koktejlů Martina Vogeltanze. Mezi 30 soutěžícími z gastronomických škol si vítězství odnesla

Dora Řezníčková, studentka SOU a SOŠ Polička, s koktejlem Pistachio Breeze.

„Vítězství v Mattoni Grand Drink Junior jsem vůbec nečekala, protože se mi nepovedla hladinka u posledního drinku. Ze soutěže na tak velké akci, jako je Makro Czech Gastro Fest jsem byla už od rána hrozně nervózní. Při nalévání se mi úplně klepaly ruce, ale pečlivá příprava a tvrdá práce se nakonec vyplatila a výhra je opravdu super,“ sdělila své dojmy Dora, která si za své vítězství v soutěži odnesla také jednu a půl palety pitného režimu od značky Mattoni. Její vítězný koktejl bude také zařazen do koktejlového menu Mattoni Life Baru na letošním Mezinárodním filmovém festivalu Karlovy Vary, takže ho bude moci ochutnat široká veřejnost.



FOTO: MATTONI

Výsledková listina Mattoni Grand Drink Junior 2025:

První místo: Dora Řezníčková, drink Pistachio Breeze

Druhé místo: Lea Držíková, drink The Balance

Třetí místo: Petra Kohoutková, drink Nebraska

Soutěž Mattoni Grand Drink si za dobu svého konání vybudovala skvělou pověst a je považována za jedno z nejlepších barmanských klání na světě. Juniorská kategorie, která se letos konala podruhé, úspěšně navazuje na tuto tradici. „Vysoký zájem o druhý ročník juniorské soutěže, do které se letos přihlásili dokonce i tři zahraniční studenti, nás velmi těší a potvrzuje, že podpora mladé generace barmanů má smysl. Ačkoliv příprava špičkového nealkoholického koktejlu je řemeslně náročná, studenti opět prokázali vysokou úroveň přípravy, techniky a kreativity. Jsme rádi, že jsme jim mohli poskytnout platformu v rámci tak významné akce, jakou Makro Czech Gastro Fest je,“ doplnil ředitel soutěže Radek Poláček z České barmanské asociace.

Recept na koktejl Pistachio Breeze Dory Řezníčkové:

INGREDIENCE:

Mattoni neperlivá 10 cl
Pistáciový sirup Monin 0,5 cl
Mirabelkový sirup Monin 1,5 cl
Cascara 6 cl
Citronová šťáva 1 cl
Pasturovaný sušený bílek 1 g

OZDOBA: pistáciová krusta

POSTUP PŘÍPRAVY: Do shakeru nasypeme led a necháme vychladit. Sklenici ozdobíme pistáciovou krustou – potřeme pistáciovým sirupem a nalepíme drcené pistácie. Do Kayser lahve (lahev pro přípravu šlehačky) si nadávkuje Mattoni neperlivou, sušený bílek a pistáciový sirup a lahev uzavřeme. Ze shakeru slijeme roztátou vodu, nadávkuje zbylé ingredience – cascaru, mirabelkový sirup a citronovou šťávu – a pečlivě protřepeme. Do sklenice dáme led, přelijeme směs ze shakeru a navrch přidáme pěnu připravenou v Kayser lahvi.



IFFA

3. – 8. 5. 2025

Frankfurt nad Mohanem

Rethinking meat and proteins

Efektivita v každém kroku –
zpracování, balení, prodej.

Bud'te u toho!
iffa.com

[info@czechrepublic.
messefrankfurt.com](mailto:info@czechrepublic.messefrankfurt.com)

Tel. +420
233 355 246

messe frankfurt

Zmrzlina: Oblíbený dezert napříč světem



Lada Šimová,
managerka z provozovny
Cukrář Skála

Zmrzlina je jedním z nejoblíbenějších dezertů na světě. Její osvěžující chuť a široká škála příchutí ji činí ideální volbou pro všechny věkové skupiny. V hotelovém a gastronomickém průmyslu má zmrzlina významné místo, protože dokáže přilákat zákazníky a zvýšit jejich spokojenost. Například v České republice se v roce 2024 spotřebovalo 50,4 milionu litrů zmrzliny, což představuje průměrnou spotřebu 4,3 litru na osobu.

TEXT: KATEŘINA ŠTEVKOVÁ FOTO: FIREMNÍ, PIXABAY

Typy zmrzliny

Existuje mnoho druhů zmrzliny, včetně sorbetů, gelata a soft serve. Sorbety jsou lehké a osvěžující, zatímco gelato je hustší a krémovější. Soft serve zmrzlina je oblíbená pro svou jemnou texturu. Mezi oblíbené příchutě patří vanilka, čokoláda a jahoda, ale trendy v gastronomii přinášejí stále nové a exotické příchutě. Podle paní Lady Šimové, managerky z provozovny Cukrář Skála, je nabídka zmrzlin ve Šporkovském paláci skutečně pestrá. „Po celý rok nabízíme osm druhů zmrzlin. Naši stálíci jsou Pistáciová, Malina se skořicí, Mango, Liči s grepem, Vanilka, Čokoláda s kardamomem a Maracuja s kokosem.“ Z těchto příchutí zákazníci nejvíce vyzdvihují pistáciovou zmrzlinu, která je podle slov paní Šimové „už léta nejoblíbenější příchutí, a to ještě před Dubajským šílenstvím. Naši zákazníci tvrdí, že máme nejlepší pistáciovou zmrzlinu v Praze.“

Kuriozity ze světa zmrzliny:

Nejdražší zmrzlina světa: V luxusní restauraci Serendipity 3 v New Yorku se podává zmrzlinový pohár „Golden Opulence Sundae“ za 1 000 dolarů. Obsahuje pravou vanilku z Tahiti, 23kátové zlaté lístky a cennou čokoládu z Venezuely.

Zmrzlina v kosmu: Astronauti si s sebou nemohou vzít tradiční zmrzlinu do vesmíru kvůli riziku roztavení. Místo toho si užívají speciální „mrazem sušenou“ zmrzlinu, která se neroztéká.

Zmrzlina v barvách národů: V Japonsku existují příchutě, které by pro mnohé mohly být šokující – třeba zmrzlina s příchutí chobotnice nebo wasabi. Na Havaji je pak populární zmrzlina z ube, což je sladká fialová brambora.

Rekordní výroba: Největší kopeček zmrzliny byl vytvořen v roce 2015 v Norsku a vážil neuvěřitelných 1 000 kilogramů. 10kilogramový kornout naplněný 1 080 litry zmrzliny měřil na výšku tři metry a osm centimetrů a vešlo se do něj 10 800 porcí po dvou kopečcích.

Technologie a inovace

Nové technologie v oblasti zmrzlinových strojů zahrnují ekologické a energeticky účinné modely. Zajímavým trendem je také použití tekutého dusíku při výrobě zmrzliny, což přináší nečekané zážitky v její konzistenci a servírování. Kvalitní zmrzlinové stroje mohou výrazně přispět k lepšímu zážitku hostů a také přinášejí úspory díky snížené spotřebě energie.

Nejnovější trendy v kornoutech na zmrzlinu 2025

- Hybridní dezerty:** Kombinace různých dezertů a textur, například plněné croissanty nebo kornouty z churros, přinášejí nový zážitek z konzumace zmrzliny.
- Instagramová estetika:** Fotogenické kornouty zdobené ovocem, oříšky a sladkostmi lákají zákazníky svou vizuální přitažlivostí.
- Více textur v jednom dezertu:** Různé textury, jako křupavé oříšky nebo marshmallows, poskytují dynamický chuťový zážitek.
- Ekologické obaly:** Rostoucí důraz na recyklovatelné a biologicky rozložitelné materiály.
- Vlastní design kornoutů:** Personalizace designu kornoutů logy a unikátními barvami zvyšuje marketingovou hodnotu.

Nejnovější trendy v příchutích zmrzlin

Funkční potraviny: Zmrzlina s probiotiky nebo složením podporujícím zdraví získává na oblibě.

Zmrzlina s alkoholem: Unikátní kombinace, jako arašídové máslo s whiskey, přitahují dospělé zákazníky.

Pikantní a exotické příchutě: Korejský červený fazol nebo gochujang přinášejí nové zážitky odvážným jedlíkům.

Slané a zdravé možnosti: Kombinace sladkého a slaného nebo zmrzlina s vysokým obsa-

hem bílkovin. Podle paní Šimové se v podniku Cukrář Skála drží vlastního směru. „Veganské varianty máme v podobě sorbetů a bezlepkové u nás není nic, pouze bezmoučné. Naše výrobky jsou však otevřené, a tak může být stopové množství mouky přítomné.“

Vědecký pohled na zmrzlinu

Proces výroby zmrzliny je fascinující ukázkou vědy v praxi. Klíčem ke krémové konzistenci je správné míchání a zamrazování směsi, což zabraňuje tvorbě velkých ledových krystalů. Stabilizátory, jako je guarová guma nebo želatina, pomáhají udržet směs hladkou a zabránit oddělení tuku a vody. Zajímavé je, že přidání soli do ledu kolem směsi snižuje bod mrazu, čímž se proces mražení urychluje. Výzkum v oblasti chutí navíc ukazuje, že teplota zmrzliny může ovlivnit vnímání sladkosti, což je důvod, proč musí být chuť pečlivě vyvážená.

Regionální zajímavosti

V Česku si oblíbily i unikátní místní příchutě, jako Olomoucké tvarůžky nebo zmrzlina s příchutí piva. Spojení tradičních českých chutí s moderními trendy je klíčem k úspěchu. Speciální zážitek mohou poskytnout i Karlovarské oplatky servírované spolu se zmrzlinou. Zmrzlina má v gastronomii významné místo a její popularita stále roste. Investice do kvalitních strojů a inovací může přinést mnoho výhod pro hotely a restaurace. Budoucnost zmrzliny vypadá slibně. Inspirujte se a vyzkoušejte příchutě, které jste dosud nezkusili, nebo podpořte lokální výrobce zmrzliny, kteří se zaměřují na kvalitu a jedinečnost.

Budoucnost zmrzliny

Do budoucna se zmrzlina nepochybně dočká dalších inovací. Automatizované zmrzlinové stroje a robotické servírování jsou již testovány

Oblíbené příchutě zmrzliny

Milovníci zmrzliny užívají různé příchutě, které uspokojí jak tradiční chutě, tak moderní trendy. Zde jsou některé populární příchutě zmrzliny:

- 1. Vanilka:** Klasická oblíbená příchut, která nikdy nevyjde z módy.
- 2. Čokoláda:** Bohatá a dekadentní, čokoláda zůstává top volbou.
- 3. Jahoda:** Čerstvá a ovocná, ideální pro letní osvěžení.
- 4. Pistácie:** Oříšková a krémová možnost, která získává na popularitě.
- 5. Karamel:** Sladká a lehce slaná, karamel je milovaná příchut.
- 6. Citron:** Osvěžující a kyselá, ideální pro horký den.
- 7. Mango:** Exotická a tropická příchut, která láká odvážné jedlíky.
- 8. Lískový oříšek:** Oříšková a hladká, oblíbená pro svou bohatou chuť.
- 9. Káva:** Pro ty, kteří si chtějí dát dezert s kořenovým nábojem.
- 10. Unikátní místní příchutě:** Některé zmrzlinárny nabízejí inovativní příchutě jako Olomoucké tvarůžky (výrazný sýr) a zmrzlina s příchutí piva.



Zdroj: willflyforfood

v několika podnicích v zahraničí. Technologie 3D tisku otevírá dveře k vytváření jedinečných dekorací na zmrzlinových dortech nebo k personalizaci tvarů dezertů. Dalším lákadlem budoucnosti mohou být experimentální příchutě, které kombinují umění a vědu, například zmrzlina s příchutí umami nebo molekulární gastronomické variace. Příklady robotického podávání zmrzliny se objevily například v Ja-

ponsku, kde jsou roboti v cukrárnách využíváni nejen pro servírování, ale také pro interakci se zákazníky. Další inovativní případy najdeme v USA nebo Jižní Koreji. V České republice se podobné technologie zatím příliš neujaly, ale vzhledem k rychlému rozvoji automatizace a inovací v gastronomii se může situace brzy změnit.

Gelato Europe Cup

Soutěž pořádaná společnostmi SIGEP World a Gelato e Cultura srl vybírá nejlepší evropské týmy z oboru zmrzlinářství a cukrářství.

Gelato Europe Cup je událost, která oslavuje řemeslnou dokonalost a připravuje půdu pro světový pohár Gelato World Cup, který se koná každé dva roky a je historickým vyvrcholením soutěže, na níž se 12 týmů z celého světa utká o titul mistra světa. Již 11. ročník Gelato World Cup se uskuteční v lednu 2026 během veletrhu Sigep v italském Rimini.

Do světového finále z evropských zemí postoupili zástupci z Německa, Francie, Itálie a Belgie. K nim se připojí 3 týmy vybrané loni v říjnu na Gelato Asia Cup (Japonsko, Singapur, Jižní Korea) a dalších 5 týmů bude vybráno tento rok na Gelato China Cup a na Gelato America Cup.



INZERCE



S MLÉKEM
TO UMÍME.

DOSÁHNĚTE PROFESIONÁLNÍCH VÝSLEDKŮ

Obchodní zástupce: Vít Bezrouk

Mobil: +420 725 443 341

E-mail: v.bezrouk@tatramleko.cz



WWW.TATRAMLEKO.CZ

Točené zmrzliny se prodá rok od roku víc

K letnímu osvěžení v parných dnech neodmyslitelně patří zmrzlina. V Česku je velice populární kopečková a hlavně točená, což potvrzuje i Globus. Ten zmrzliny nejen prodává, ale také vyrábí podle vlastních receptur přímo v každém z jeho patnácti hypermarketů. Stálíci jsou zmrzliny na mléčném základu, rostě zájem o sorbety osvěžujících chutí.

Kopečková zmrzlina se prodává v Café Globus a nabízí jí v šesti chuťových provedeních - vanilková, čokoládová, jogurtová, banánová, jahodová, citrónová. Tamtéž si mohou v pražských Štěrboholecích a na Černém Mostě dát zmrzlinu točenou. U dalších čtrnácti hypermarketů Globus pak jsou přímo speciální stánky pro prodej točené zmrzliny, zmrzlinových šejků a ledových tříští.

Sorbety X mléčné zmrzliny

Na počasí záleží nejen, kolik se zmrzlin prodá, ale také to, zda bude zájem víc o zmrzlinu na mléčném základu nebo o sorbet. Kdysi byl výrazný poměr ve prospěch mléčných. „Tak to ale už nyní není. Ve prospěch sorbetů hrají nejen vysoké venkovní teploty, ale také to, že mnoho lidí se mléčné vyhýbá kvůli laktóze ze zdravotních nebo z jiných stravovacích důvodů,“ vysvětluje Pavel Meduna z Globusu. Točené zmrzliny, a tedy i šejky z ní se zde prodávají v mléčných příchutích vanilková, jahodová, čokoládová, extra tmavá čokoládová, slaný karamel a lískový ořech. A ze sorbetů se vyrábí jahoda, malina, ananas, hruška a černý rybíz. „Kvalitní „smetanová“ zmrzlina má být na bázi mléka a smetany s přísadkou surovin dle příchutě. Naše ovocné zmrzliny jsou vždy vyrobené na základě vysokého podílu kvalitní ovocné složky a sorbety, které mají vzrůstající popularitu, vždy připravujeme zásadně s podílem ovocné složky minimálně 70%. Zákazníci kvalitu bezpečně poznají. Neocení a nevrátí se pro zmrzlinu, která není poctivá. Proto rok od roku zaznamenáváme neustálé nárůsty zájmu o zmrzlinu naší vlastní výroby,“ říká Pavel Meduna. Dodal, že jahodová zmrzlina má v sobě 40procentní podíl jahod a je z plnotučného mléka, vanilková je s příměsí extraktu z Bourbon vanilky a banánová je z čerstvých zralých banánů. Ty mimo chod do zmrzliny putují přímo z regálů hypermarketu. Další ovocné pasty pro výrobu sorbetů Globus odebírá od výrobce z Moravy. Standardně dle filozofie Globusu se zmrzliny zákazníkům nabízejí v ekologicky promyšlených baleních.

Nejoblíbenější mléčné zmrzliny Globus:

1. Vanilková, 2. Jahodová, 3. Čokoládová
4. Slaný karamel, 5. Lískový ořech

Sorbety si pak vedou v Globusu takto:

1. Malina, 2. Černý rybíz
3. Jahoda, 4. Hruška, 5. Ananas



FOTO: CUKRÁRNA MYŠÁK

Zmrzlinové kouzlo: Lukáš Pohl o sezónních lahůdkách a tajemství dokonalé chuti

V rozhovoru s Lukášem Pohlem, šéfcukrářem renomované cukrárny Myšák, se dozvíte, jak důležitou roli hrají sezónní suroviny při výrobě jejich unikátních zmrzlin. Lukáš prozradil, jaké nové příchuti, jako je zmrzlina z krvavých pomerančů, vzniká pod jeho rukama a co ho inspirovalo k jejich vytvoření. Kromě oblíbených ingrediencí, jako je vanilka a pistácie, se zaměří i na to, jak se mění nabídka zmrzliny v průběhu roku a jaké přání zákazníků se snaží splnit. Připravte se na sladký pohled do světa zmrzliny, kde kvalita a čerstvost surovin hrají klíčovou roli.

Vyrábíte k využití pro vaše dezerty vlastní zmrzliny? Pokud ano, jaké zvláštní příchutě zmrzliny jste v poslední době vytvořil a co vás k nim inspirovalo?

Zmrzlinu vyrábíme ze sezónních surovin, za kterými si stojíme. Naposledy jsme připravili zmrzlinu z krvavých pomerančů odrůd Moro a Tarocco, které pocházejí z úpatí Etny na Sicílii. Inspiroujeme se především chutí dané ingredience v její sezóně, tedy v době, kdy má nejlepší kvalitu a chutná tak, jak má.

Jaký je váš oblíbený recept na zmrzlinu a jaké ingredience považujete za klíčové pro dokonalou chuť a konzistenci?

Jednoznačně vanilka a pistácie. Právě u těchto dvou příchutí se vždy pozná, zda jde o skutečné kvalitní suroviny, nebo o jejich náhražky. Klíčovou roli hraje nejen kvalita ingrediencí, ale také přesný výpočet poměrů jednotlivých složek.

Tato matematika je při výrobě zmrzliny klíčová, aby měl výsledný produkt správnou konzistenci.

Jak se mění vaše nabídka zmrzliny v závislosti na ročním období? Jaké sezónní příchutě plánujete na nadcházející léto?

Řídíme se tím, co je v danou chvíli dostupné na trhu. Nakupujeme například v Holešovické tržnici, přičemž v létě pracujeme především s čerstvým českým ovocem. V zimě se potom zaměřujeme na ořechy a citrusy, které si necháme dovézt z Itálie.

Jaké jsou nejčastější přání vašich hostů, pokud jde o zmrzlinu? Jak se snažíte vyhovět jejich přání?

Snažíme se vždy nabízet jak smetanové zmrzliny, tak i ovocné sorbety. Samozřejmě se občas setkáváme s otázkou hostů, proč máme jen čtyři druhy zmrzlin, když jinde jich bývá třeba dvacet. Zákazníkům

se snažíme vysvětlit, že nám jde především o čerstvost a sezónnost. Když jim navíc dáme naši zmrzlinu ochutnat, obvykle náš přístup pochopí a jsou spokojení.

Jak vybíráte dodavatele surovin pro výrobu zmrzliny či samotné zmrzliny? Jakou roli hraje kvalita surovin v konečném produktu?

Kvalita surovin je tím prvním a zároveň nejdůležitějším krokem, a to nejen při výrobě zmrzliny, ale v celé naší cukrářské produkci. Snažíme se dbát na to, abychom znali původ surovin, jakým způsobem byly ošetřeny a jejich celkovou kvalitou, ve které se k nám dostanou. Ovoce, smetanu a mléko používáme výhradně české, čokoládu máme z Francie. Ořechy i citrusy jsme více než rok velmi pečlivě vybírali, aby přesně odpovídaly našim kritériím. Například pistácie odebíráme z Bronte na Sicílii, mandle z Avoly (také sicilské) a lískové ořechy zase z Piemontu.

Zvažujete zavedení zdravějších variant zmrzliny, jako jsou veganské nebo bezlaktózové možnosti? Jaké jsou vaše plány v této oblasti?

Toto kritérium za nás splňuje sorbet, který je jak bezlepkový, tak veganský. Jedná se v podstatě jen o čisté ovoce s cukrem.



FOTO: GLOBUS



CoachingWorld

Mezinárodní škola koučinku



Kurzy koučinku

Akreditované MŠMT
s certifikací CPC

Mezinárodně uznávané vzdělání v koučinku, které se opírá o nejnovější poznatky neurovědy. Akreditováno MŠMT, certifikace CPC. 80% praktických nácviků koučinku. Podpora zkušených mentorů po celou dobu studia koučinku a jeden rok po jeho ukončení. Individuální přístup ke koučinkovým klientům.

Firemní vzdělání

na míru

Naše rozvojové programy, kurzy a tréninky jsou určeny firmám, které chtějí zvyšovat svou konkurenceschopnost na trhu. Rádi pracujeme pro mladé a kreativní týmy.

NLP Akademie

Cílem NLP akademie je předat vám dovednosti vedoucí k dosažení dokonalosti a úspěchu ve vašem životě, a zároveň vás naučit, jak pomáhat ostatním, aby dosáhli téhož, co vy. Kurz NLP akademie vychází z nejnovějších vědeckých poznatků o fungování lidské mysli a mozku.

PROFESIONÁLNÍ KURZY KOUČINKU

pro jednotlivce i firmy akreditované MŠMT

Záměrem školy koučinku

COACHINGWORLD je poskytovat vysoce kvalitní vzdělání v oblasti **koučinku** jak jednotlivcům, tak skupinám z komerčního i nekomerčního sektoru, a to i široké veřejnosti. Naše **kurzy koučinku** jsou prakticky zaměřené a nabízejí širokou škálu nejnovějších poznatků v oblasti rozvoje lidského potenciálu.

V **COACHINGWORLD** klademe v rámci kurzů koučinku důraz na **profesionalitu**, jednoduchost, praktičnost a názornost, které přinášejí vysokou efektivitu a rychlou návratnost investice do vzdělání. **Koučink** je pro nás nástrojem, jak pomáhat lidem růst a dosahovat jejich cílů, ať už v osobním, nebo profesním životě.

Naše kurzy **koučinku** propojují osvědčený **Whitmorovský přístup** s **Ericksonovským koučinkovým modelem** a metodami **neuro-lingvistického programování (NLP)**. Při práci s lidmi se opíráme o nejnovější poznatky z oblasti **neurovědy** a rozvoje lidského potenciálu, což nám umožňuje nabízet **koučink**, který je efektivní a přizpůsobený individuálním potřebám každého účastníka.

www.coachingworld.cz



Jaroslav Kubalá: Od hotelového marketingu po řízení mezinárodní divize PREMIUM STAR HOTELS

Jaroslav Kubalá, CEO společnosti PREMIUM STAR HOTELS, se během své kariéry dokázal posunout od prvních zkušeností v hotelovém marketingu až po vedení rozsáhlých hotelových projektů na Slovensku i v Chorvatsku. V rozhovoru sdílí fascinující příběh své profesní cesty, přístup k vedení lidí a klíčové strategie rozvoje hotelového byznysu. Co považuje za svůj recept na úspěch a jaké změny čekají budoucnost hotelového průmyslu? Inspirativní názory, které vám přiblíží zákulisí práce v hotelnictví!

TEXT: KATEŘINA ŠTEVKOVÁ FOTO: PREMIUM STAR HOTELS

Co vás přivedlo k práci v oblasti pohostinství a jaká byla vaše cesta k pozici CEO v PREMIUM STAR HOTELS? Jaké byly klíčové momenty ve vaší kariéře, které vás formovaly jako lídra?

Musím sa priznať, že nie vždy som mal na 100% jasno v tom, čomu sa budem v mojom pracovnom živote venovať, no vždy som mal jasno v tom, že mám rád ľudí, zážitky, emócie, pozornosť a rád vidím výsledky práce. K tomu ešte pridám, že zbožňujem gastronómiu, sám často varím a mám rád kvalitné víno. Z týchto premenných mi to vyšlo tak, že som začal študovať cestovný ruch na Univerzite Mateja Bela v Banskej Bystrici. Mój prvý hotelový job začal po vysokej škole vo Vysokých Tatrách, kde som v jednom 4* wellness hoteli pracoval ako marketingový pracovník s presahom na recepciu. Pamätám si, že som neraz musel zaskakovať na nočné zmeny, ale neváhal som pomôcť aj na iných úsekoch v prípade, že nejaký kolega vypadol. Po roku som vďaka mojej otvorenosti a pracovitosti dostal možnosť nastúpiť na pozíciu F&B manažéra a po ďalších dvoch rokoch som sa stal zástupcom riaditeľa. V tomto hoteli som nadobudol veľa skúseností na všetkých úsekoch, a keď prišla ponuka riaditeľskej pozície v lyžiarskom stredisku Jasná, neváhal som. Vedel som, že ma čaká náročná skúška – zvýšiť obsadenosť a výkonnosť sezónneho Ski Boutique hotela. Už po roku a pol aktívnej obchodnej a prevádzkovej práce sa nám s tímom podarilo zvýšiť obrát o takmer 50%. V roku 2018 sa mi narodila dcéra a ja som si povedal, že potrebujem a chcem byť na nejaký čas viac

s rodinou, a tak som moje pôsobenie v Jasnej ukončil. Nakoniec som bol doma iba mesiac a dostal som ponuku, ktorú som nemohol odmietnuť. Nastúpil som ako Area Operations Head SK, kde som mal na starosti Salamandra Hotel, Rezort a Horský hotel Sliezsky dom. V priebehu mojej pracovnej cesty prichádzali rôzne výzvy, od Covidu, cez dramatické výkyvy cien energií, stále menší záujem o prácu v oblasti hospitality a mnohé iné. Každá ma však posunula ďalej a mnohému naučila. Aj vďaka tomu, že sme vždy dokázali rýchlo reagovať a „nepustiť do gátí“, z krízy sme vyšli s remízou alebo výhrou. Celý život sa držím hesla, že „náhody neexistujú“ a keď sa nad tým zamyslite a implikujete to do komplexného prístupu k práci, zistíte, že to má veľmi hlboký zmysel. Postupne som dostal od akcionárov možnosť uchopiť okrem slovenských prevádzok aj chorvátsku divíziu, kde manažujeme 4* hotel a dovolenkový rezort, ktorý je kombináciou real estate a prevádzky, keďže časť apartmánov rekonštruujeme a predávame v modeli „buy to rent“.

Jaký je váš prístup k vedení tímu a motivaci zaměstnanců v hotelnictví? Jaké výzvy jste musel překonat během své doby v pozici CEO a jak jste je zvládl?

Pomenoval by som to tak, že ľudia a ich vedenie sú moja srdcová záležitosť. Mám rád ten pocit, keď vidím, že spokojný zamestnanec prispieva k vytvoreniu výnimočného zážitku pre hosťa. Mám rád, keď vnímam, ako u nás zamestnanci rastú, ako sa vzdelávajú a ako v čase rastie ich

pridaná hodnota. Mám rád, keď môžeme dať ľuďom šancu „zahviezdiť“. Popri práci som vyštudoval aj PhD v oblasti ľudských zdrojov, čo mi dodalo nadhľad a priestor prepájať oblasť vedy a výskumu s reálnou praxou. Svojím kolegom venujem veľa času, energie a úsmevu, a to najmä nad rámec bežných všedných dní plných pracovných povinností. V našom biznise zohráva ľudská práca kľúčovú úlohu a pracujeme najintenzívnejšie práve vtedy, keď si ostatní užívajú oddych. Naším cieľom je, aby sa u nás zamestnanci cítili dobre, aby sa do práce tešili, zdieľali svoju emóciu a pomohli nám aj v procese náboru nových kolegov. Nie je predsa nič lepšie, ako mať za kolegu niekoho, koho dobre poznám a s kým vychádzam aj v osobnom živote. Výzvy prichádzajú každú chvíľu, aj keď to nie je jednoduché, považujem za kľúčové sa im postaviť čelom a nevzdať sa. Ako príklad uvediem výzvu z oblasti ľudských zdrojov. V hoteli Trakosčan sme dlhodobo mali problém nájsť stabilného leadra na pozícii General Manager. Nakoniec to dopadlo tak, že som presvedčil riaditeľa hotela jednej medzinárodnej siete, kde som bol s rodinou na dovolenke. Nešiel som tam s tým zámerom, ale naše cesty sa stretli, dali sme si kávu, o pár mesiacov obed a dnes pre nás manažuje oba chorvátske projekty. Náhody neexistujú, však?...

Jaké jsou vaše hlavní cíle pro PREMIUM STAR HOTELS v následujících letech? Jak se společnost přizpůsobila změnám v odvětví, zejména po pandemii COVID-19?

Najbližšie roky sú pre PREMIUM STAR HOTELS kľúčové, aktuálne prechádzame obdobím zefektívňovania procesov a riadenia nákladov. Na druhej strane stále pracujeme na formáte rozvoja o ďalšie hotelové zariadenia, aby sme dokázali ešte lepšie využiť naše know-how a zároveň dosiahnuť vyššie úspory z rozsahu. Aktuálne manažujeme 5 ubytovacích zariadení v dvoch krajinách a bol by som osobne rád, ak by sa nám podarilo rozšíriť našu hotelovú sieť o cca 7 – 10 prevádzok v najbližšej dekáde. Niektoré z našich hotelov dosahujú aktuálne vrchol produkčných možností a po niekoľkých rokoch potrebujú opäť investície. Sme súčasťou skupiny Across Group,



ktorá má portfólio aktivít široko diverzifikované a náš rozvoj závisí aj od nastavenia prioritizácie jednotlivých oblastí pôsobenia. Zmena je nevyhnutná súčasť každého biznisu, vždy príde, len vy nikdy vopred neviete kedy. Ako som už spomínal, vždy sme ako skupina dokázali rýchlo reagovať. Počas pandémie sme takmer nikoho neprepustili, vždy keď bola možnosť, sme naše prevádzky otvorili a poskytovali hoci aj obmedzené služby, aby sme boli pripravení a rýchli, keď pandémia skončí. To sa nám aj podarilo a nábeh na nárast výsledkov sme mali veľmi pozitívny.

Co považujete za nejdůležitější aspekt zákaznického servisu v hotelovém průmyslu? Jaké inovace nebo nové služby plánujete zavést pro zlepšení zkušeností hostů?

Kvalitný zákaznícky servis a s ním spojená pozitívna zákaznícka skúsenosť sú úplne kľúčové pre dlhodobé fungovanie hospitality biznisu. Ja som na prístup ku hosťom veľmi náročný. Práve malé detaily robia v tomto prípade veľké rozdiely voči konkurencii. Naše hotely nie sú masové záležitosti a na tom máme aj strategicky postavený koncept starostlivosti o hosta. Je úplne iné, keď vás pri večeri čašník usadí s vetou „dobrý večer, pán XY, som rád, že ste opäť u nás“.

Aktuálne sa venujeme postupnej implementácii novej platformy pre CRM systém, na ktorú v dohľadnej dobe nadviaže systém pre CX.

Touto cestou centrálnie prepojíme našich hostí, a to aj tých, ktorí využívajú iba reštauračné služby v hoteli Albrecht alebo v našom novom bistro Aurial v národnom padelovom centre v Bratislave, ktoré otvárame do konca druhého kvartálu.

Jak vidíte budoucnost hotelnictví a jaké trendy trend, které by mohly ovlivnit toto odvětví? Jaké technologie považujete za klíčové pro budoucnost pohostinství?

Budúcnosť hotelierstva je citlivá, ale aktuálna téma. Naše odvetvie je extrémne závislé od veľkého množstva externalít. Dlhodobo klesá záujem ľudí pracovať v tomto odvetví, je preto nevyhnutné na jednej strane zatriaktívniť prácu pre potenciálnych uchádzačov (tak ako aj pre aktuálnych zamestnancov) a na druhej strane využívať technológie a implementovať procesy, ktoré nám pomôžu znížiť podiel ľudského faktora. Kombinácia zvýšenia atraktivity odvetvia a zefektívňovania procesu poskytovania služieb vďaka novým technológiám považujem za kľúč k dlhodobej udržateľnosti v odvetví cestovného ruchu.

Jaký je váš osobní recept na úspěch v oblasti hotelnictví? Jaké hodnoty jsou pro vás nejdůležitější při řízení hotelové sítě?

Môj osobný recept na úspech je kokteilmom troch/štyroch elementárnych ingrediencií: pokora, úcta a autentickosť (plus samozrejme tajná ingrediencia). Celú moju kariérnu cestu

sa mi vždy osvedčilo vážiť si ľudí bez rozdielu, či ide o majiteľa hotela, akcionára, chyznú alebo pomocnú silu v kuchyni. Keď ste k ľuďom autentickí, cítia to. Keď vám uveria, dôverujú vám. A práve vtedy ste skutočný líder.

Jak rád trávíte svůj volný čas? Co při svých cestách v hotelech oceníte nejvíce? Dáváte přednost luxusnímu ubytování a komfortu či rád cestujete za dobrodružstvím?

Volný čas je pre mňa veľmi vzácny, keďže v práci a na jednotlivých hoteloch trávim veľa času. Aby som dokázal byť v práci výkonný, aktívne a veľa športujem, môj bežný deň začína o 6:00 ráno tréningom boxu a pokračuje pracovnou agendou do večera. Strážim si súkromie pre čas s rodinou, ktorá ma najviac dobíja a dáva mi životný zmysel, keď vidím na mojich deťoch, akí skvelí ľudia z nich rastú. Veľa sa na pracovných, ale aj súkromných cestách inšpirujem, snažím sa vždy si niečo priniesť (občas aj kolegu /smiech/). Rád testujem rodné hotely, ale keď mám priestor, doprajem si aj luxusnejšie ubytovanie a pokoj. Najviac ocením, keď vidím, že ľudí v hoteloch ich práca baví, keď vidím a cítim, že žiadna požiadavka alebo očakávanie nie sú pre daný hotel a najmä ľudí, čo v ňom pracujú, prekážkou.

“

Pomenoval by som to tak, že ľudia a ich vedenie sú moja srdcová záležitosť. Mám rád ten pocit, keď vidím, že spokojný zamestnanec prispieva k vytvoreniu výnimočného zážitku pre hosta. Mám rád, keď vnímam, ako u nás zamestnanci rastú, ako sa vzdelávajú a ako v čase rastie ich pridaná hodnota. Mám rád, keď môžeme dať ľuďom šancu „zahviezdiť“.



Moderní hotelové koupelny: Kombinace komfortu, stylu a udržitelnosti



FOTO: PIXABAY

Koupelny hrají klíčovou roli v hotelovém oboru, jelikož představují důležitý prvek komfortu a luxusu, který mohou hosté očekávat. Moderní trendy v designu a vybavení hotelových koupelen se neustále vyvíjejí, aby nabídly hostům co nejlepší zážitek během jejich pobytu. V tomto článku se podíváme na současné trendy, technologie a inovace v oblasti hotelových koupelen.

TEXT: KATEŘINA ŠTEVKOVÁ FOTO: FIREMNI

PLÁNOVÁNÍ A DESIGN KOUPELNY

Plánování a design koupelny v hotelu vyžaduje pečlivé zvážení několika faktorů, aby byla zajištěna maximální funkčnost a estetika. Výběr správného rozvržení a velikosti koupelny pro hotelové pokoje a apartmány je klíčový. Při plánování je důležité brát v úvahu úložný prostor, pohodlí a praktičnost. Využití barev, materiálů a osvětlení může výrazně přispět k vytvoření příjemné atmosféry a zároveň zajistit, že koupelna bude esteticky přitažlivá.

ZÁKLADNÍ VYBAVENÍ KOUPELNY

Sanitární zařízení: Umyvadlo, WC a bidet jsou základními prvky každé koupelny. Je důležité vybírat zařízení, která jsou ergonomická a pohodlná pro použití hosty. Kvalitní umyvadlo s dostatečnou hloubkou a šířkou, WC s tichým splachováním a bidet s jednoduchým ovládáním mohou výrazně zvýšit komfort hostů.

Vana nebo sprchový kout: Vana i sprchový kout mají své výhody a nevýhody v hotelových podmínkách. Vana poskytuje hostům luxusní relaxaci, zatímco sprchový kout je praktičtější a úspornější. Je vhodné zvážit, která z těchto možností lépe vyhovuje cílové skupině hotelu a jeho celkovému konceptu.

Volba správných baterií a armatur: Výběr kvalitních vodovodních baterií a armatur je klíčový pro zajištění dlouhodobé spolehlivosti a pohodlí pro hosty. Doporučuje se vybírat produkty s moderním designem, snadnou údržbou a úspornými funkcemi, které zajišťují minimální spotřebu vody.

DALŠÍ DOPLŇKY A VYBAVENÍ

Úložné prostory: Skříňky, police a koše na prádlo jsou nezbytné pro udržení pořádku a pohodlí v hotelové koupelně. Je důležité, aby byly dostatečně prostorné a praktické, aby hosté měli kam uložit své osobní věci.

Zrcadla: Zrcadla hrají významnou roli v hotelové koupelně. Kromě jejich základní funkce odrážet obraz mohou také opticky zvětšovat prostor a přidávat na eleganci koupelny. Ideální je zvolit zrcadla s LED osvětlením, které zlepší viditelnost a vytvoří příjemnou atmosféru.

Doplňky: Háčky, držáky na ručníky a toaletní papír jsou detaily, které přispívají k celkovému komfortu hostů. Tyto prvky by měly být snadno dostupné a prakticky umístěné tak, aby usnadňovaly použití a udržení pořádku v koupelně.

Pohled do designového ráje: Rozhovor s Daliborem Novákem z Aparthotelu Svatý Vavřinec

V srdci malebné krajiny Krkonoš se nachází Aparthotel Svatý Vavřinec, místo, kde se snoubí komfort, design a přírodní krása. V rozhovoru s Daliborem Novákem se dozvíte o unikátním konceptu tohoto designového hotelu. Zina nám odhalí, jaké kosmetické produkty jsou k dispozici v koupelnách apartmánů, jakým způsobem se hotel snaží udržet estetickou čistotu, a jaké designové styly mohou očekávat. Připojte se k nám na cestě za poznáním, jak Aparthotel Svatý Vavřinec vytváří nezapomenutelné zážitky pro své návštěvníky.



Jaké typy vybavení nabízíte ve vašich koupelnách?

Aparthotel Svatý Vavřinec je označován jako designový hotel. Dbáme na detail nejen v koupelnách, ale také v interiérech, apartmánech a okolí hotelu. V Aparthotelu Svatý Vavřinec je 90 apartmánů ve 4 designových stylech a různých velikostech, lze tak s nadsázkou říct, že žádné dvě koupelny tu nejsou stejné. Převážná většina je vybavena sprchovými kouty, v několika prémiových ale hosté najdou také vany, případně hydromasážní vany. Aby byl zážitek z pobytu

ještě dokonalejší, jsou některé apartmány vybavené také privátní vírivkou na terase a finskou saunou, či infrasaunou v koupelně. Ve všech apartmánech Svatého Vavřince mají hosté v koupelnách k dispozici kosmetické produkty značky Rituals.

Jakým způsobem se snažíte zajistit, aby koupelny byly nejen funkční, ale také esteticky příjemné?

Podoba Svatého Vavřince vzešla z architektonické soutěže a hosté mohou vybírat z apartmánů ve čtyřech designových stylech – glamour, skandinávský, moderní a krkonošský. Za designem interiérů stojí architekti z OVA a také ze studia EDIT! a měsíce inten-

zivního vzorkování i vybírání těch nejlepších dodavatelů. Například koupelnová lampička, kterou mají nyní hosté v apartmánech typu Glamour, je v pořadí až 20. vzorkem. V apartmánech Krkonošského stylu zaujme ručně malované umyvadlo. V koupelnách ve Skandinávském stylu jsou stěny obloženy ručně skládanou mozaikou. Ve všech koupelnách si hosté všimnou na první pohled také gravírovaného loga Svatého Vavřince na umyvadlových a sprchových bateriích, vyšitého loga na ručnicích, županech a dalších doplňcích. Klademe obrovský důraz na detail.

Máme za to, že právě estetická a designová čistota prostor přispívá k autentickému zážitku ze Svatého Vavřince a může to být jedním z důvodů, proč se k nám hosté opakovaně vrací.

Jak často provádíte kontroly a údržbu koupelnového vybavení?

Hotelový provoz je náročný a intenzivní, proto jsme hned od začátku volili kvalitní materiály a vhodný design. Aparthotel Svatý Vavřinec se údržbě věnuje na denní bázi.

Představení stylů

Glamour styl

Pro milovníky luxusu a elegance. Glamour styl kombinuje tradiční horské prvky s moderním designem. Masivní dřevěný obklad, stylový nábytek a rafinované detaily vytvářejí atmosféru horské chaty s nádechem luxusu.

Skandinávský styl

Světlé dřevo, severské dekorace a jemné barvy dodávají apartmánům ve skandinávském stylu pocit vzdušnosti a útulnosti. Minimalistický design a funkční prvky vám zaručí klidný a pohodový pobyt.

Moderní styl

Moderní styl sází na jednoduchost, funkčnost a praktičnost. Čisté linie, neutrální barvy a moderní vybavení vytvářejí ideální prostor pro relaxaci po dni stráveném na sjezdovce.

Krkonošský styl

Tradiční krkonošské prvky a dekory v kombinaci s moderním interiérem vytvářejí autentickou atmosféru horské chalupy. V apartmánech v krkonošském stylu si užijete útulný a stylový pobyt s nádechem místní tradice.

TECHNOLOGIE A INOVACE
V KOUPELNÁCH

Chytré technologie: Chytré zrcadlo, sprchové systémy s termostatickou regulací a senzory jsou inovace, které mohou výrazně zvýšit komfort hostů. Tyto technologie umožňují přesné nastavení teploty vody, sledování spotřeby, a dokonce i přístup k informacím a zábavě během pobytu v koupelně.

Ekologické a energeticky úsporné vybavení: Vodovodní baterie s nízkou spotřebou, LED osvětlení a další energeticky úsporné prvky jsou důležité pro udržitelný provoz hotelu. Tato opatření nejenže šetří náklady na provoz, ale také přispívají k ochraně životního prostředí.

AKTUÁLNÍ TRENDY V DÁRCÍCH
A KOSMETICE PRO HOSTY

Personalizované dárky – Hotely stále více nabízejí dárky přizpůsobené individuálním preferencím hostů, například personalizované kosmetické sady nebo suvenýry s monogramem.

Udržitelnost – Ekologické produkty, jako jsou opakovaně použitelné lahve na vodu, bambusové kartáčky na zuby nebo kosmetika bez plastových obalů, jsou velmi populární.

Lokální produkty – Hotely často nabízejí dárky od místních výrobců, například regionální potraviny, ručně vyráběné suvenýry nebo přírodní kosmetiku.

Wellness a relaxace – Dárky zaměřené na pohodu hostů, jako jsou aromaterapeutické

oleje, relaxační čaje nebo poukazy na wellness služby, jsou stále oblíbenější.

Technologické vychytávky – Některé hotely nabízejí moderní dárky, jako jsou přenosné nabíječky, sluchátka nebo chytré zařízení.

Mnoho hotelů přechází od malých jednorázových balení kosmetiky k větším dávkovačům, které jsou ekologičtější. Tento přístup nejen snižuje množství plastového odpadu, ale také podporuje udržitelnost v hotelnictví. Dávkovače umožňují hostům používat kosmetiku podle potřeby, aniž by se plýtvalo obaly.

ESTETIKA A STYL KOUPELNY

Minimalistický, skandinávský, rustikální a luxusní styl: Volba stylu koupelny by měla odpovídat celkovému konceptu hotelu a preferencím hostů. Minimalistický styl je charakteristický čistými liniemi a jednoduchostí, skandinávský styl přináší světlé barvy a přírodní materiály, rustikální styl klade důraz na tradiční prvky a teplé tóny, zatímco luxusní styl zahrnuje prvky elegance a sofistikovanosti.

Personalizace koupelny: Dekorace a textilie, jako jsou ručníky, koberečky a závěsy, mohou zlepšit zážitek hostů a dodat koupelně osobitý ráz. Je důležité volit kvalitní a dobře sladěné prvky, které harmonizují s celkovým stylem koupelny.

HOTELY STÁLE VÍCE ZAVÁDĚJÍ
EKOLOGICKÉ INICIATIVY, KTERÉ

PODPORUJÍ UDRŽITELNOST
A OCHRANU ŽIVOTNÍHO PROSTŘEDÍ.

ZDE JE NĚKOLIK PŘÍKLADŮ:

Omezení plastového odpadu – Některé hotely, jako Marriott Hotel Prague, přestaly používat plastové lahve a přešly na skleněné, čímž ročně ušetří tisíce plastových lahví.

Úspora vody – Instalace spořičů vody, které výrazně snižují její spotřebu, je dalším krokem k udržitelnosti.

Ekologické čisticí prostředky – Nahrazení tradičních čisticích prostředků ekologickými alternativami.

PÉČE A ÚDRŽBA KOUPELNY

Tipy na pravidelnou údržbu a čištění: Pravidelná údržba a čištění koupelny jsou klíčové pro zajištění hygieny a pohodlí hostů. Je vhodné používat kvalitní čisticí prostředky a věnovat pozornost detailům, jako jsou spáry mezi dlaždicemi a vodovodní baterie.

Používání ekologických čisticích prostředků: V souladu s udržitelnými praktikami hotelu je vhodné používat ekologické čisticí prostředky, které šetří životní prostředí a zároveň zajišťují vysokou úroveň čistoty a hygieny.

MODERNÍ MATERIÁLY
TOALETNÍCH PAPIRŮ

Moderní toaletní papíry se vyrábějí z různých materiálů, které zajišťují pohodlí a šetrnost k životnímu prostředí. Mezi nejčastěji používané materiály patří:

- Recyklovaný papír: Šetrný k životnímu pro-

středí, ale může být méně měkký.

- Bambus: Ekologický a rychle obnovitelný zdroj, který je měkký a pevný.
- Celulóza: Tradiční materiál, který je pevný a měkký.

MATERIÁLY RUČNÍKŮ

- Ručníky se vyrábějí z různých materiálů, které mají specifické vlastnosti:
- Bavlna: Nejčastěji používaný materiál, který je měkký, savý a odolný.
- Bambus: Má vynikající savost, je antibakteriální a rychle schne.
- Mikrovláknno: Umělý materiál, který je lehký, rychle schne a je velmi savý.

NEJČASTĚJI VYUŽÍVANÉ
DLAŽBY V HOTELECH

V hotelových koupelnách a wellness centrech se často používají dlažby, které kombinují estetiku a praktičnost:

- Keramické dlažby: Odolné, snadno udržovatelné a dostupné v široké škále designů.
- Porcelánové dlažby: Vysoce odolné proti opotřebení a vlhkosti, ideální pro frekventované prostory.
- Mozaiky: Používají se pro dekorativní účely a často ve wellness centrech pro jejich estetický vzhled a protiskluzové vlastnosti.

Rozhovor s Kristinou Boniatti o vybavení koupelen v HOTELU HORAL

V rozhovoru s Kristinou Boniatti, Sales Managerem, se zaměřujeme na vybavení koupelen, které hrají důležitý aspekt v zážitku hostů. Od různých typů koutů a van až po ekologické produkty a inovativní design, Kristina sdílí, jak se hotel snaží poskytnout nejen funkční, ale i esteticky příjemné prostředí. Dozvíte se také o údržbě, zpětné vazbě a aplikaci trendů, které tvoří moderní koupelňové prostory v hotelovém sektoru.



Jaké typy vybavení nabízíte ve vašich koupelnách? (např. sprchové kouty, vany, umyvadla)

Vybavení koupelen se liší podle typu pokoje.

Některé pokoje mají sprchový kout, jiné vanu,

a některé kombinují obojí. Standardní pokoje mají koupelnu se sprchovým koutem a jedním umyvadlem, zatímco apartmány jsou vybaveny vanou, rohovým sprchovým koutem a dvěma umyvadly pro větší komfort.

Jaké produkty používáte v koupelnách, jako jsou toaletní potřeby a kosmetika?

Všechny koupelny jsou vybaveny kosmetikou od Rituals, kolekci Jing, což je jeden z aspektů, které si hosté obzvlášť pochvalují. Kosmetika odpovídá atmosféře našeho wellness. K dispozici jsou produkty jako tekuté mýdlo na ruce, sprchový gel, šampon a kondicionér, a také tělové mléko. Používáme znovuplnitelné obaly, abychom minimalizovali ekologickou stopu. Kromě kosmetiky je v koupelnách k dispozici také vanity set, a v pokojích vyšší kategorie je navíc dental set.

Jaký styl a design preferujete pro koupelny ve vašem resortu? Jaký dojem by měly vyvolávat?

Koupelny mají minimalistický design. Hlavní důraz klademe na čistotu a svěžest. Používáme

tyčinkové difuzéry, které zanechávají příjemnou vůni, jež hosty provází i po jejich odjezdu.

Jakým způsobem se snažíte zajistit, aby koupelny byly nejen funkční, ale také esteticky příjemné?

Estetiku koupelen podtrhuje velkoformátový obklad a dlažba. Doplnky jsou pečlivě sladěny s barvou a materiálem baterií. Nástěnné fény postupně vyměňujeme za skrytější varianty, které jsou umístěny ve skříňkách. Podsvícení zrcadel dodává koupelnám elegantní a příjemný efekt.

Jakým způsobem zajišťujete údržbu a čistotu koupelen pro své hosty?

Každodenní úklid je pro nás samozřejmostí, a o koupelny se staráme stejně pečlivě, jak bychom se starali o tu vlastní doma.

Jak často provádíte kontroly a údržbu koupelňového vybavení?

Kontroly probíhají na několika úrovních. Nejčastější kontrolu zajišťuje Housekeeping Manager, ale máme systém „provozní slepoty“, kdy si občas vyměníme role a vzájemně kontrolujeme pokoje a následně zajišťujeme údržbu.

Jak reagujete na zpětnou vazbu hostů ohledně vybavení koupelen? Jaké změny jste na základě jejich komentářů zavedli?

Specifické zpětné vazby přímo k vybavení koupelen nejsou běžné. Hosté obvykle hodnotí celkový dojem z pobytu, přičemž koupelna bývá zmíněna v rámci celkového hodnocení.

Jaké jsou nejčastější požadavky nebo přání hostů týkající se koupelen?

Nejčastějším požadavkem je koupelna s vanou.

Zohledňujete ekologické aspekty při vybavování koupelen? Používáte například ekologické produkty nebo úsporné zařízení?

Ano, ekologické aspekty jsou pro nás důležité. Používáme ekologické produkty a zařízení, jako jsou úsporné splachovače, a nabízíme hostům možnost zvolit si, zda si přejí vyměnit froté prádlo každý den, nebo jej nechat na pokoji déle.

Jaké kroky podnikáte k minimalizaci odpadu a šetření vody v koupelnách?

Jak bylo zmíněno výše, používáme ekologické produkty, znovuplnitelné obaly a šetříme vodou pomocí úsporných zařízení. Snažíme se také minimalizovat množství odpadu, napří-

klad prostřednictvím nabídky výběru u výměny prádla.

Jaké trendy v oblasti koupelen sledujete? Zvažujete například chytré technologie nebo wellness prvky?

Máme již implementovány wellness prvky střední úrovně. Hosté mají k dispozici župan, pantofle, froté prádlo na použití v pokoji i v wellness, a wellness tašku. Samozřejmě se stále zajímáme o další inovace, které by mohly zpříjemnit pobyt hostů.

Plánujete zavést nějaké inovace v koupelnách, které by mohly zlepšit zážitek hostů?

V rámci připravované rekonstrukce pokojů plánujeme zavést nové inovace, jako například podsvícená zrcátka s kosmetickým zrcátkem v jednom, což určitělepší zážitek hostů.



FOTO: HOTEL HORAL



Skupina Czech Inn Hotels zahájila revoluci v komunikaci s cizinci

Moderní technologie ovlivňují náš život. Zatímco třeba v cestování již elektronické mapy a systémy zcela vytlačily papírovou navigaci, na cestách je stále někdy potíží se domluvit v cizím jazyce.

Poslední dekáda však nabídla hned několik různých variant v překládání ze všech světových jazyků, které nyní do služeb nově zařazuje na recepcích svých hotelů skupina Czech Inn Hotels.

Recepční v hotelích obvykle hovoří česky a anglicky, řada z nich ještě dalším jazykem. Nicméně mnoho hostů mluví výlučně ve svém rodném jazyce, nejčastěji španělsky, francouzsky, korejsky nebo rusky. Komunikace s nimi je pak často obtížná. Společnost Czech Inn Hotels, největší hotelová skupina v České republice, která ubytovala v roce 2024 více než 2 miliony hostů, zavedla na recepcích několika svých nejlepších hotelů technologii on-line překladače pro vylepšení komunikace.

Překladač Vasco Translator V4 přináší revoluci v komunikaci se zahraničními hosty. Přístroj pomocí umělé inteligence v reálném čase hlasově překládá například z češtiny do korejštiny a zpět, s naprosto minimální chybovostí.

Hosté i recepční jsou nadšení

V Grand hotelu International byla první pracovníci recepční Veronika Iatsenko, která si systém nemůže vynachválit. S úsměvem na rtech si užívá technologii a na rozdíl od jiných novinek, které zaměstnanci zpočátku odmítají, z překladače panuje skutečné nadšení. „Tak tohle se opravdu povedlo,“ hodnotí technologii Veronika a dodává: „Podle mě můžeme směle nasadit tuto technologii ve všech hotelech. Opravdu výrazně usnadňuje práci.“

Majitel společnosti Czech Inn Hotels Jaroslav Svoboda neskrývá nadšení a říká: „Například moje maminka nechtěla nikdy jet do Maďarska (a obecně ciziny), neboť nemluví dobře žádným cizím jazykem. Tato technologie pomůže i takovým hostům, nic je nestojí.“



#svethoreca



Nový standard v oblasti komfortu a inovací v pohostinství

Společnost Accor s potěšením oznamuje závěrečnou fázi komplexní renovace hotelu Novotel Praha Wenceslas Square. Modernizace probíhá od ledna 2024 a je součástí širší vize skupiny zaměřené na inovaci svých hotelových objektů a poskytování výjimečných zážitků hostům z celého světa. Rekonstrukce zahrnuje kompletní renovaci hotelových pokojů a modernizaci společných prostor s cílem vytvořit inspirativní a funkční prostředí pro všechny cestovatele.

Hotel očekává, že své hosty přivítá v nových prostorách na začátku léta 2025 pod značkou Novotel & ibis Praha Wenceslas Square. „Naším cílem je vytvořit prostředí, které odpovídá očekáváním moderních cestovatelů – od elegantního designu po maximální funkčnost s důrazem na udržitelnost. Tato rekonstrukce přinese vylepšený zážitek nejen obchodním cestujícím, ale také rodinám a turistům, kteří hledají komfortní a stylové ubytování. Nemůžeme se dočkat, až všechny hosty přivítáme v našich nových prostorech,“ uvedl Sebastian Marona, generální ředitel hotelu Novotel & ibis Praha Wenceslas Square.

Založen v roce 1967, Novotel jako první představil koncept cenově dostupného komfortu, zaměřeného na rodiny i obchodní cestující. Díky inovacím v hotelovém sektoru se Novotel vyvinul v celosvětově uznávanou značku s téměř 600 hotely ve více než 60 zemích a dalšími 180 hotely ve výstavbě. Novotel klade důraz na vyvážený životní styl – nabízí flexibilní pracovní prostory podporující produktivitu i relaxační společné zóny, ideální pro rodinné či přátelské setkání. Každý detail je navržen tak, aby hosté odjížděli svěží a plní energie. Značka ibis vznikla v roce 1974 jako první hotelová

sít v Evropě, která zpřístupnila kvalitní a pohodlné ubytování široké veřejnosti. Již 50 let tak ibis demokratizuje cestování a dnes je vedoucí globální značkou v segmentu ekonomických hotelů s více než 2 500 hotely v 79 zemích. Sít zahrnuje tři značky – ibis, ibis Styles a ibis budget, které spojuje závazek ke komfortu, dostupnosti a vysoké kvalitě služeb.

Ambiciózní renovace

Od ledna 2025 probíhá rozsáhlá renovace hotelu Novotel & ibis Praha Wenceslas Square, která představuje komplexní modernizaci klíčových prostor s cílem zvýšit komfort, estetiku a funkčnost. Tento ambiciózní projekt zahrnuje kompletní rekonstrukci 181 pokojů hotelu ibis a 146 pokojů hotelu Novotel, stejně jako modernizaci společných a relaxačních zón.

Renovace se zaměřuje na revitalizaci lobby obou hotelů, redesign restaurace v hotelu Novotel a vylepšení fitness centra, bazénu a wellness zóny. Součástí projektu je také modernizace konferenční místnosti, která nabídne hostům inspirativní prostředí pro obchodní jednání i společenské události. Práce probíhají postupně a veškeré úpravy by měly být dokončeny do května 2025. Tento pro-



Sebastian Marona

jekt odráží závazek skupiny Accor poskytovat špičkové hotelové služby a neustále zvyšovat standardy ubytování pro hosty z celého světa.

„Tato renovace je součástí naší dlouhodobé strategie neustálého zvyšování kvality služeb. Chceme, aby naši hosté zažili maximální komfort, ať už cestují za prací, nebo za odpočinkem. Nejedná se pouze o investici do budov, ale především o investici do spokojenosti našich hostů. Moderní design, nové technologie a vylepšené vybavení zajistí, že se k nám budou hosté rádi vracet. Věříme, že tato rekonstrukce nejen posílí naši pozici na trhu, ale také pozvedne úroveň pohostinství na novou úroveň,“ dodává Sebastian Marona.

Díky této modernizaci si hotely Novotel a ibis upevňují svou pozici mezi předními poskytovateli ubytování a potvrzují svůj závazek nabízet špičkové služby v souladu s filozofií skupiny Accor. Díky těmto inovacím se hotely ibis a Novotel v Praze stanou ještě atraktivnější volbou pro cestovatele hledající kvalitní ubytování v srdci Evropy.

Nový portál Hotely.cz chce v Česku konkurovat Bookingu

Tři úspěšné portály pro on-line rezervace ubytování se slučují pod značku Hotely.cz. Stojí za ní největší střeoevropský hráč v oboru, maďarská Szallas Group. Zároveň ale nabízí hostům i ubytovatelům podporu lokálního českého týmu.

Rezervační portály hotel.cz, penzion.cz a hotely.cz se slučují pod jednu značku – Hotely.cz. Ta od března nabízí všechny dosavadní služby pod jednou střechou a s vylepšeným komfortem pro uživatele z řad cestovatelů i ubytovatelů. A neskrývá velké ambice – chce být silnou konkurencí pro globální hráče a propracovat se na pozici jedničky tuzemského rezervačního trhu. Na webu Hotely.cz najdou lidé nabídku na více než 83.000 ubytování nejen

v Česku, ale i v dalších zemích střední Evropy jako je Maďarsko, Polsko, Slovensko nebo Chorvatsko. A zároveň ubytovatelé mohou oslovit díky silné regionální přítomnosti Szallas Group i hosty z těchto zemí.

„Českému trhu chybí úspěšná on-line rezervační služba, trhu naprosto dominuje Booking.com. A my věříme, že to s Hotely.cz dokážeme změnit. Chceme vybudovat novou a moderní značku, která přinese poskytovatelům ubytování lokální český servis, uživatelsky přívětivý extranet a zároveň zázemí silného regionálního hráče,“ uvádí Michal Drahoš - obchodní ředitel Hotely.cz pro Česko a Slovensko.

Český servis, mezinárodní dosah

Provozovatelem Hotely.cz je úspěšná maďarská firma Szallas Group, největší hráč v oblasti on-line ubytovacích portálů ve střední Evropě. V domovském Ma-

ďarsku má třetinový podíl domácího cestovního trhu a nyní expanduje na další střeoevropské trhy včetně Česka. Ročně se přes jejich 12 online produktů ubytuje 2,5 milionu hostů, celková roční hodnota transakcí dosahuje 250 milionu eur.

„Maďarský a český trh jsou si z hlediska trendů v cestovním ruchu poměrně podobné. Například v obou zemích hrají výraznou roli rodinné dovolené, převážně tuzemské. Silně roste také zájem o dovolené v sousedních zemích. A proto věříme, že dokážeme naše regionální zkušenosti zužitkovat v českém prostředí a vytvořit úspěšnou a sebevědomou značku. Na rozdíl od globální konkurence nabízíme ubytovatelům přímý kontakt na český tým a podporu v češtině. Díky mezinárodní působnosti naší skupiny pak zároveň dovedeme efektivně promovat konkrétní hotely i celé regiony v blízkém zahraničí,“ říká Lampros Zolotas - Chief Operating Officer Szallas Group.

Portál Spa.cz hlásí úspěšný rok

Rezervační portál Spa.cz, který nabízí wellness pobyty v Česku a střední Evropě, odbavil v minulém roce 130 tisíc poptávek v celkovém objemu 1,8 miliardy korun. Z jeho statistik vyplývá, že Češi preferují spíše kratší víkendové wellness pobyty. A zamilovali si Maďarsko.

Online portál Spa.cz, který se specializuje na lázeňské a wellness pobyty, v uplynulém roce dále rostl. Odbavil objednávky v celkovém objemu 1,8 miliardy korun, což je meziroční růst o 12,5%. Průměrná hodnota objednávky vzrostla o 5%. Stablně, tedy od 2%, rostly také odbydlé rezervace a provize.

„V minulém roce jsme významně investovali do reklamy, marketingu a dalších aktivit podporující naši expanzi na českém trhu, což se projevilo na mírném poklesu hrubého provozního zisku. Nicméně právě nárůst objemu objednávek je pro nás klíčový ukazatel, který potvrzuje stoupající zájem ubytovatelů i hostů o naše služby,“ komentuje výsledky Lukáš Václavěk, Marketing Manager Spa.cz.

Rostl zájem o Poděbrady a Jeseníky

Z hlediska českých cílových destinací loni rostl na Spa.cz zájem o lázeňské a wellness ubytování v Poděbradech a také v západních Čechách. V lednu 2025 pak v souvislosti s vládní podporou ubytovatelů skokově vyskočil zájem o Jeseníky. Stablní pozici drží také Lednice a Luhačovice. „Stejně jako v minulých letech je největší zájem Čechů o krátkodobé tuzemské wellness pobyty. Ve dvou tře-

tinách případů jde o pobyty na 1-3 noci, pokud jde o wellness ubytování mimo lázeňské oblasti, tak dokonce až 90% pobytů je takto krátkých. Pouze v západočeských lázních je poměr krátkodobých a dlouhodobých pobytů zhruba půl na půl,“ doplňuje Lukáš Václavěk.

Maďarsko v centru zájmu

U pobytů ve střeoevropském regionu skokově vyrostlo Maďarsko – rezervace tamních wellness pobytů se na portálu Spa.cz za rok zdesetinásobila a Maďarsko tak v tomto ohledu předehalo Polsko.

Dlouhodobé pobyty na 4-6 nocí jsou pak nejpobulárnější na Slovensku. Stablní je zájem o Piešťany, skokově rostou Rajec-ké Teplice, Bešeňová, Malé Bielice a wellness pobyty mimo tradiční lázně.

V Polsku zatím převládá zájem o krátkodobé wellness ubytování.



FOTO: MELIA HOTELS INT.

Meliá Hotels International a Huawei zahajují globální prezentaci chytrých hotelů

Na veletrhu MWC v Barceloně zahájily společnosti Huawei a Meliá Hotels International v hotelu Torre Melina Gran Meliá, luxusní značce skupiny Meliá, globální prezentaci chytrých hotelů. Tento projekt podporuje inovace v oblasti konektivity a infrastruktury chytrých hotelů a urychluje digitálně-inteligentní transformaci celosvětového hotelového průmyslu.

Vzhledem k tomu, že umělá inteligence a internet mění podobu hotelového sektoru, kladou hotely důraz na inteligentní služby, orientaci na klienty, udržitelný provoz a efektivní provoz a údržbu. Infrastruktura ICT se mění z podpůrného nástroje na hlavní hnací sílu inovací v celém odvětví.

Řešení Smart Hotel společnosti Huawei drží s tímto trendem krok díky špičkové hotelové konektivitě a infrastruktuře. Hotely tak získávají výhody v podobně komfortních personalizovaných služeb pro hosty, vyšší provozní efektivitu a nižší spotřeby energie.

David Shi, viceprezident oddělení marketingu a prodeje řešení ICT společnosti Huawei, uvedl: „Huawei a hotel Torre Melina Gran Meliá neustále spolupracují na další optimalizaci provozu a zlepšování komfortu hostů. Využili řešení Huawei Smart Hotel s inovativní architekturou IP+POL k vybudování komplexních chytrých hotelových systémů na vysokorychlostní, inteligentní a ekologické síti, což přináší lepší služby pro hosty a vyšší provozní efektivitu.“

Tomeu Fiol, globální ředitel hotelových technologií společnosti Meliá Hotels International, uvedl: „Společnost Meliá Hotels International se snaží nabízet hostům dokonalou kombinaci moderního designu a výjimečného komfortu a zároveň nově definovat jejich zážitky prostřednictvím digitálních inovací. Řešení Huawei Smart Hotel, které využíváme v hotelu Torre Melia Gran Meliá, nám umožňuje efektivněji poskytovat bezproblémové a inteligentní služby a zároveň zajišťuje vysokorychlostní, stablní a spolehlivé pokrytí sítěmi ve všech našich objektech.“

INZERCE

Tachlovice u Prahy

Zajímavá nemovitost

- Nabízíme k **dlouhodobému pronájmu administrativní budovu s výrobní halou (skladem)** v lukrativní lokalitě.
- K nastěhování již od **července 2025**.
- **Vlastní oplocený pozemek** s rozsáhlým **parkovištěm** uzavřený pojezdovou bránou.
- Perfektní stav.

VÍCE INFORMACÍ:

gsm: +420 775 757 576 ■ 602 332 060

e-mail: hterm.dobric@seznam.cz



Amazing Places představuje unikátní projekty krajanů v zahraničí

Amazing Places, cestovatelský projekt, který loni oslavil již 10 let existence, dávno překročil hranice České republiky i hranice našich nejbližších sousedů. Speciální kategorií vybraných zahraničních destinací jsou Češi ve světě.

Zázitky nemají hranice a za leckterým zahraničním kouzelným místem stojí coby majitelé podnikaví a odvážní Češi. Jejich vlastní příběhy jsou inspirativní stejně, jako místa, která provozují.

„Od začátku Amazing Places mě fascinují příběhy lidí, kteří s vášní budují výjimečná místa. Čím dál častěji jsme naráželi na inspirativní projekty Čechů v zahraničí a uvědomili si, že si zaslouží svou vlastní kategorii. Češi ve světě je naše pocta těm, kteří se nebáli vydat za hranice České republiky a vytvořit tam něco jedinečného. Chceme jejich příběhy sdílet a inspirovat další cestovatele k objevování nejen krásných míst, ale i lidí, kteří za nimi stojí,“ vysvětluje motivaci založení speciální kategorie Petr Kotík, zakladatel Amazing Places.

Češi ve světě momentálně zahrnují devět míst; první z nich byla před třemi lety chorvatská Villa Roca. Do Asie se projekt rozšířil před dvěma lety díky dnes už legendární Bábě na Bali. Ubytování pod taktovkou Míši a Jindry Láznovských patří setrvale k nejoblíbenějším ve své kategorii.

Zatím poslední novinkou kategorie Češi ve světě je Casa Amara v historickém městečku Scicli na Sicílii.

„Amazing Places dlouhodobě sleduji a líbí se mi jejich cit pro výjimečná místa s příběhem. Když jsem se dozvěděl o možnosti prezentovat Casu Asmaru v kategorii Češi ve světě, neváhal jsem a rád se stal součástí. Věřím, že stejně jako mě kdysi inspirovaly příběhy jiných, může i ten můj inspirovat ostatní na cestě k jejich splněnému snu,“ říká Matěj Tomek, majitel Casa Asmara.



FOTO: AMAZING PLACES



#svethoreca

[illegible]

FOTO: SILVIEČNÍ | ÁZNĚ | LUHAČOVICE

Luhačovice vítězem prestižní soutěže Lázeňská inspirace 2025

Známe vítěze soutěže Lázeňská inspirace 2025! Hlavní cenu získaly Luhačovice se svým projektem Sluneční lázně, který je skutečným etalonem (ztělesněnou mírou) pro Lázeňskou inspiraci. Kombinuje v sobě inovativních řešení, relativně udržitelné provedení, a především vytváří kvalitní veřejný prostor. Citlivě pracuje s místním geniem loci a přirozeně se integruje do prostředí. Má potenciál stát se ikonickým prvkem celého regionu, nejen městského prostoru. Odborná porota složená ze zástupců CzechTourism, Sdružení lázeňských míst ČR a dalších expertů ocenila také jeho citlivé propojení historie s moderním přístupem k lázeňské tradici.

Soutěž motivuje k rozvoji lázeňských míst

Cena Lázeňská inspirace si klade za cíl ocenit a podpořit projekty, které přispívají k rozvoji lázeňské infrastruktury v Česku. Cenu vyhlašuje Sdružení lázeňských míst ve spolupráci s agenturou CzechTourism. Letošní ročník byl pod záštitou ministra pro místní rozvoj Petra Kulhánka.

Porota složená z odborníků na oblast veřejných prostor a zástupců vyhlášovatelů hodnotila zejména inovativnost, kvalitu provedení, ekologický přístup, dopad na veřejný prostor a přínos k propagaci destinace.

Soutěž v prvním ročníku přilákala celkem čtrnáct soutěžících z širokého spektra projektů z různých lázeňských míst. Projekty se zaměřovaly na revitalizaci VEŘEJNÝCH PROSTRANSTVÍ, historických areálů, na rozvoj k přírodě šetrných KRAJINNÝCH realizací, nebo modernizaci lázeňské INFRASTRUKTURY. Všichni členové poroty se shodli, že úvodní ročník lze hodnotit jako překvapivě rozmanitý s možným inspiračním dopadem na další lázeňská místa v České republice.

„Těší nás kvalita a nápaditost projektů, které přihlašovaní účastníci představují. Ukazuje se, že lázeňská místa nejen chrání svou tradici, ale zároveň hledají nové cesty, jak oslovit moderního návštěvníka,“ sděluje Jan Trejbal, předseda poroty Lázeňská inspirace 2025.

Hlavní cenu prvního ročníku Ceny Lázeňská inspirace 2025 a finanční odměnu ve výši 100 000 získaly: Lázně Luhačovice, a.s. - Sluneční lázně

Autor projektu obnovy areálu Ing. arch. Petr Všečka, který spolupracoval s kolegy Karlem Menšíkem a Robertem Václavíkem z ateliéru TRANSAT architekt.

Investorem tohoto projektu byla akciová společnost Lázně Luhačovice, a.s.,

za přispění dotace z Integrovaného regionálního operačního programu (IROP).

Čestné uznání v rámci prvního ročníku Ceny Lázeňská inspirace 2025 v kategorii s názvem VEŘEJNÝ PROSTOR: Město Hodonín - Dům přírody Hodonínské Dúbravy

Investor: Město Hodonín. Autor architektonické podoby Domu přírody: Studio Létařáci inženýři, Ing. arch. Tomáš Havlíček. Autor projektu expozice: Studio TheBüro architekti, Ing. arch. Roman Strnad, Ing. arch. Jan Vrbka, Ing. arch. Jiří Jurenka. Autor projektu zahrady: Studio Létařáci inženýři, Ing. arch. Tomáš Havlíček ve spolupráci s ateliérem Per Partes, Ing. Lukáš Lattenberg.

Projekt „Dům přírody Hodonínské Důbravy“ představuje inovativní přístup k rozvoji lázeňského místa s důrazem na propojení přírodního dědictví a vzdělávání. Vysoké hodnocení originality odráží jedinečný koncept propojující ochranu přírody a veřejné vzdělávání. Významný dopad na veřejný prostor a genius loci je podpořen rekonstrukcí po živelných pohromách, čímž se projekt stává nejen architektonicky, ale i symbolicky klíčovým prvkem obnovy Hodonína. Kvalita provedení se odráží také v zahradních úpravách.

Čestné uznání v rámci prvního ročníku Ceny Lázeňská inspirace 2025 v kategorii s názvem KRAJINA: Statutární město Karviná - Zatraktivnění vodních ploch Moravskoslezského kraje - KARVINÁ, Karvinské moře - plovoucí molo

Investor: Statutární město Karviná, Moravskoslezský kraj. Pro Moravskoslezský kraj projektovala společnost MV projekt spol. s r.o., hlavní projektant Ing. Valečka. Studie: Ing. arch. Jiří Halfar. Realizaci prováděla, na základě výběrového řízení, společnost PONTONY s.r.o., a úpravu břehů včetně přístupu na molo

a zpevnění mola realizovala společnost
DK – PLANT zahradnické služby.

Projekt přináší kvalitní zásah do krajinného prostoru, který obohacuje rekreační nabídku a podporuje propojení veřejnosti s vodním živlem. Inovativnost spočívá v elegantním a funkčním návrhu mola, který však nepřináší zcela nový přístup.

Čestné uznání v rámci prvního ročníku Ceny Lázeňská inspirace 2025 v kategorii s názvem INFRASTRUKTURA: Schrothovy léčebné lázně s.r.o., Lipová-lázně: Slezský dům

Investor: CLITIA, a.s. Architektonický návrh dřevostavby Kolonády s kavárnou a stavebních dispozic Slezského domu: Ing. arch. Helena Dařbujánová. Design interiéru recepcce a hotelových pokojů, včetně textilií, nábytku, svítidel a výběru lustru Herbarium: Interiérová designérka Jitka Janíčková.

Projekt Slezský dům v Lipové-lázních představuje významnou rekonstrukci lázeňského objektu, který nyní slouží jako hlavní vstupní brána do lázní. Nová recepcce s ikonickým lustrem od Lasvitu propojuje moderní design s přírodními motivy, což podtrhuje ekologický přístup lázní. V budoucnu prostor doplní dřevostavba kavárny a kolonády, čímž se posílí lázeňská atmosféra. Projekt vyniká inovativností, kvalitním provedením a přínosem pro propagaci lázní.

Lázeňství jako součást zdravotního systému i ekonomiky

Lázeňství hraje v České republice klíčovou roli nejen ve zdravotnictví, ale i v cestovním ruchu. Jde o významný segment poskytující efektivní léčbu a prevenci civilizačních chorob, rehabilitaci po operacích i regeneraci pro širokou veřejnost.

„Česká republika si udržuje své výsadní postavení v oblasti lázeňství, což potvrzuje dlouhodobý zájem návštěvníků. Jsme hrdí na naše lázeňské tradice a jedinečné přírodní zdroje, avšak nesmíme usnout na vavřínech. Abychom si tuto prestiž udrželi do budoucna, je nezbytné neustále investovat do rozvoje a inovací v lázeňství, v cestovním ruchu a zvyšovat kvalitu nabízených služeb, a proto jsme si vyhlásili tuto cenu, abychom na zajímavé projekty upozornili,“ uvádí Andrea Pfeffer Ferklová, předsedkyně Sdružení lázeňských míst České republiky.