

Emoční zážitek a stravování, jde to dohromady? aneb Gastronomie v Čechách



Dvě třetiny Čechů charakterizují svůj vztah k jídlu jako velmi pozitivní, radostný, otevřený.

Dvě třetiny Čechů charakterizují svůj vztah k jídlu jako velmi pozitivní, radostný, otevřený. Jídlo pro nás představuje potěšení, které si chceme užít. Polovina lidí dbá a sleduje, co jí. Během všedního dne máme „svých“ 35 minut na oběd. V rámci obědové pauzy jsou Češi ochotni čekat ve frontě nebo na objednávku jídla v průměru 5 minut. Od restaurace obecně vyžadujeme klidné prostředí, individuální přístup k návštěvníkům, stabilní obsluhu a adekvátně velké porce. Chování obsluhy je klíčový aspekt toho, zda se do restaurace znovu vrátíme, či nikoli. Vyplývá to z odpovědi tisícovky Čechů, kteří se zúčastnili reprezentativního výzkumu mezi českou populací ve věku 18–65 let. Výzkum provedla výzkumná agentura Ipsos v září 2010.

FUNKČNOST, NEBO EMOCE?

Klasické restaurace a hostince stále patří mezi nejvyhledávanější místa, kde se Češi stravují, a splňují tak základní biologickou potřebu, utišit hlad. Pětina Čechů sem zavítá jedenkrát týdně nebo častěji. Mezi další frekventovaná místa patří stánky rychlého občerstvení, které nabízí např. párek v rohlíku (12 %). Oblíbené jsou i restaurace rychlého občerstvení, celosvětově rozšířené, které mají standardizované menu, podobný design, poskytují garanci,

že objednané jídlo bude chutnat stejně v Praze, Hradci Králové, Bratislavě nebo New Yorku. Jsou to místa, od kterých očekáváme jednotný přístup, stejnou kvalitu, stejné stolování. Ve většině případů tam chodíme účelově a předem víme, že se rychle najíme, v klidném, čistém prostředí, bez dalších očekávání a emocí. Jsou to řetězce, kde za pultem objednáme a na servírovacím tácu obdržíme objednaný „standardizovaný“ pokrm, vyobrazený na světelných menu, např. KFC, McDonald's nebo Burger King.

Vlastní invenci a zapojení vyžadují některé řetězce rychlého občerstvení, např. bageterie typu Subway, kde si každý návštěvník může sám vybrat velikost, příchuť, způsob přípravy bagety a její náplň. Rozšiřující se forma „stravování“ tak hravou formou vyzývá své zákazníky, aby se spolupodíleli na vytváření svého „pokrmu“.

ZÁŽITKOVÉ RESTAURACE

Oproti tzv. funkčnosti některých restauračních zařízení se začíná objevovat poněkud nový fenomén, a to restaurace, kde mají zákazníci možnost vedle jídla prožít něco neobvyklého, např. přípravu jídel před zraky zákazníka, speciální interiér, živou hudbu, taneční vystoupení, specifický způsob



Zážitek je pro hosty baru Cloud9 na střeše hotelu Hilton Prague jejich Ice Bar. Ovšem jen když mrzne.

obsluhy, tematické večery, ochutnávku vín atp. „Nový koncept zážitkových restaurací dnes láká k návštěvě 60 % Čechů,“ uvádí Lenka Harmon z agentury Ipsos (viz graf na vedlejší straně). „Touha poznat něco nového, nepoznaného, snaha po změně, připomenout si dobu strávenou v zahraničí, splnit si sen“ jsou důvody, které vedou Čechy

k návštěvám zážitkových restaurací, říká Jaroslav Tamchyna, ředitel Českého institutu pro franchising. „V ČR je stále prostor pro růst zážitkových restaurací. V USA jsou např. restaurace stylu habachi, které nabízejí naprosto unikátní způsob přípravy japonských jídel přímo před hosty. Dále v USA existují restaurace typu Rainforest

Cafe, ve kterých jste obklopeni tropickou vegetací, vodopády a napodobeninami zvířat z tropů. Oba typy jsou velmi oblíbené jak mezi dospělými, tak dětmi, “ dodává k současné nabídce zážitkových restaurací v Čechách Ilona Bergquist, ředitelka divize Ipsos Consulting, která 14 let žila a pracovala v USA.

Majitel řecké taverny Delphi v Praze, Jorgos Ilios, k charakteru své restaurace uvádí: „Mnoho našich návštěvníků si zde připomene dovolenou v Řecku. Pestrost, lehká stravitelnost, neobvyklý kulinářský a kulturní zážitek, povědomí o chutné zdravé kuchyni lákají do naší restaurace stále více Čechů, pouze 10 procent návštěvníků tvoří rodilí Řekové. Češi si k nám našli cestu, ať už kvůli kuchyni, nebo zážitkovým akcím, které pravidelně pořádáme. Velice oblíbené jsou Řecké večery s živou hudbou, kdy se každý host může zapojit a zatancovat si s námi. Populární jsou také ochutnávky řeckých vín a oliv, včetně prezentace řeckých tradičních tanců a hudby.“

Petr Vlastník, operační ředitel společnosti Rosinter Czech Republic, která provozuje řetězec restaurací TGI Friday's v ČR, k tomuto tématu dodává: „My se spíše orientujeme na atmosféru. Zážitek již nabízíme naším interiérem, uniformami, zpracováním jídelníčku a hlavně odlišností našich jídel od běžných restaurací. V TGI Friday's se nejvíce prodávají jídla typu Jack Daniel's Grill (žebra, steaky, pravé hamburgery, kuřecí křídla). Typickým návštěvníkem

naši restaurace je člověk, který je již unavený neustále podobnou nabídkou jídel v běžných restauracích. Člověk, který touží po kvalitním koktejlu a jiném zážitku z jídla, než který měl doposud.“ Max Munson, majitel restaurace Jáma, která má v Praze tři různé pobočky, uvádí: „Pro mnoho Čechů je americká kuchyně vlastně pouze a jenom ‚fastfood‘, např. McDonald’s. Nicméně, americká kuchyně, to jsou hlavně kvalitní americké hamburgery, Caesar salát, nejružnější sendviče, žebra, steaky a kuřecí křídla. Když jsem tu otevřel první restauraci v roce 1994, byl zde enormní zájem vyzkoušet naši kuchyni, zažít přátelskou atmosféru, pořádat večírky typu Halloween, Den nezávislosti, ale třeba i řecké večery. Zájem neopadá, zvláště večere v tomto duchu zůstávají a večírky se pořádají i nadále. Nicméně v dnešních dnech dochází k mírnému posunu, a to během obědů, kdy se naše polední menu vrací spíše k české klasice, jako je např. svíčková nebo španělský ptáček.“ „Je to otevřenější vztah k zákazníkovi, více zábavy, americké kuchyně. Záleží, zda čeští zákazníci mají zkušenost ze zahraničí, či nikoli,“ vysvětluje Vladislav Svoboda, předseda představenstva společnosti Na Zdraví Ventures, která je výhradním vlastníkem franšízy Hooters pro ČR a SR. „Hooters je chápána jako zážitková restaurace, je hodně odlišná od standardních restaurací, obsluhu zajišťují pohledné slečny v jednotném přílehlavém úboru.

SPONTÁNNÍ ASOCIACE ČECHŮ, KDYŽ SE ŘEKNE
AMERICKÁ KUCHYŇ.

Čím větší nápis, tím daná položka je důležitější, čteněji zmíněná.



Zdroj: Ipsos Tambor, omnibusová studie, únor 2011.

Pravidelně jsou přenášeny živé sportovní přenosy, pro zákazníky jsou pořádány soutěže, organizovány oslavy narozenin, rozlučkové párty (např. před svatbou), večery s animacemi (Halloween, Hawajská párty, Pirátská párty).“

Jak vyplývá z aktuálního průzkumu agentury Ipsos (leden 2011), převážná většina Čechů asociuje americkou kuchyni jednoduše s hamburgery a hranolky (viz grafika se shlukem slov na této straně).

POVĚDOMÍ O ZÁŽITKOVÝCH RESTAURACÍCH

Z rozhovorů s majiteli restaurací
i s marketingovými odborníky

vyplyvá, že nabídka zážitkových restaurací je v Praze spíše nedostatečná a určitě by mohla být větší. Stejně tak povědomí o kuchyni jednotlivých zemí, ať už se to týká americké, řecké či jiné.

Z výsledků výzkumu Ipsos Tambor (září 2010) je zřejmé, že Češi spíše neví, co zážitkové restaurace nabízí, a s tím souvisí i fakt, že 50% Čechů žádnou zážitkovou restauraci ještě nikdy nenavštívilo. Nicméně, alespoň jednou do měsíce tato místa navštíví 10% Čechů. Deklarovaný zájem o návštěvu je 60%, a proto se nabízí myšlenka spojit více zážitkových restaurací a uspořádat festival, představit různé kuchyně, typy stolování a propagovat, vzdělávat širší populaci v tomto ohledu. Jednou z příležitostí může být nadcházející Festival americké kuchyně s vysvětlením krajových zvláštností a samozřejmě ochutnávkou.

„Je zřejmé, že pouhý emoční zážitek bez kvalitního jídla ale nemůže obstát, právě jejich kombinace přináší zážitkovým restauracím spokojené návštěvníky,“ dodává Lenka Harmon z agentury Ipsos.

