



Hospitality & Tourism Summit

Ingrediencie máme, máme aj chuť?

Dňa 14.10.2008 sa v hoteli Holiday Inn, Bratislava, konala konferencia Hospitality & Tourism Summit 2008. Cieľom konferencie je prinášať nové informácie a trendy v oblasti cestovného ruchu, hotelového a gastronomického trhu. Organizátorom konferencie je spoločnosť INCOMA Slovakia, spoluorganizátorom Zväz obchodu a cestovného ruchu SR. Záštitu nad konferenciou prevzalo Ministerstvo hospodárstva SR.

Kedy bude slovenská pohostinnosť znovu devízou?

Aj na túto otázku sa hľadali odpovede na konferencii Hospitality & Tourism Summit 2008. Čiastočná odpoveď, a zároveň výzva zaznela hneď v úvode, v príhovore ministra hospodárstva, Ľubomíra Jahnátka. „Slovensko je krajinou stvorenou na CR a turizmus. Máme štíty, hory, jaskyne, nížiny, lužné lesy, kultúrne a historické pamiatky, hrady, hámre, drevené kostolíky. A máme veľký potenciál v ľuďoch s ich pohostinnosťou. Toto sú najlepšie ingrediencie na rozvoj turizmu,“ uviedol vo svojom príspevku Ľ. Jahnátek. Strategickým cieľom MH SR je zvyšovanie konkurencieschopnosti turizmu pri lepšom využívaní jeho potenciálu, so zámerom vyrovnávania regionálnych disparít a tvorby nových pracovných príležitostí. Ťažiskovými formami CR na Slovensku sú letná turistika a pobyty pri vode, kúpeľný a zdravotný cestovný ruch, zimný cestovný ruch a zimné športy, mestský a kultúrno-poznávací cestovný ruch, vidiecky cestovný ruch a agroturistika.

Cestovný ruch a regióny

Rozvoj turizmu všade vo svete značne ovplyvňuje verejný sektor. Úspešnosť aktivít závisí od súdržnosti jednotlivých partnerov, aktívnej a účinnej podpory štátu a schopnosti prispôbiť sa meniacim podmienkam. Minister vo svojom príhovore pokračoval myšlienkou, že rozvoj produktov CR sa musí realizovať na dvoch úrovniach – centrálnej a regionálnej. „Úlohou centra je podporovať tie formy CR a jeho produkty, ktoré sú z hľadiska podpory zahraničnej návštevnosti krajiny prioritné. Produkt CR má však predovšetkým regionálny charakter. Pre-



to je dominantnou úlohou regiónov rozvíjať také produkty, pre ktorých ponuku a predaj majú najlepšie podmienky,“ dodáva Ľ. Jahnátek. Regionálne združenia majú pri rozvoji CR na Slovensku nezanedbateľný význam. Priestor vystúpiť na konferencii preto dostali i zástupcovia Regionálneho združenia cestovného ruchu horná Nitra a Klaster Liptov. Ich práca a snaha dokazuje, že v regiónoch už existujú podnikateľské subjekty, ktoré vedú, čo rozvoj CR znamená pre Slovensko i pre nich samotných. Je to cesta, ktorá vedie od spolupráce k úspechu.

Slovenské perly

Čo prináša spolupráca subjektov v regióne horná Nitra? Výsledky spolupráce, ale i existujúce prekážky prezentovala Lýdia Ondrejková, riaditeľka Turisticko – informačnej kancelárie mesta Prievidza.

Vo svojej prednáške zdôraznila, že práve regionálna spolupráca môže priniesť synergické efekty z rozvoja CR. „Región horná Nitra sa okrem iného zapája aj do spolupráce na celoslovenských projektoch CR, čo umožňuje osloviť a pritiahnúť do regiónu oveľa viac turistov, ako pri individuálnej propagácii, a zároveň dosiahnuť aj výraznejšie predĺženie ich pobytu. Región hornej Nitry má bohatý kultúrno-historický potenciál (Bojnický zámok, ZOO), bohatý prírodný potenciál a existujúce chránené územia, Bojnické kúpele známe aj na medzinárodnom trhu CR, sieť turistických a náučných chodníkov, cyklotrás a veľa rôznorodých rekreačných aktivít,“ opisuje región L. Ondrejková. Podnikateľské prostredie v regióne horná Nitra má všetky črty charakteristické pre podnikanie v CR na Slovensku. „Podnikateľské subjekty v CR

môžu v rozhodujúcej miere ovplyvniť rozvoj CR, a to ako v pozitívnom, tak aj v negatívnom smere. V dávnej histórii priradili k mestu Prievidza, centru hornej Nitry prívlastok „perla hornej Nitry“. Snahou je, aby sa región hornej Nitry stal v blízkej budúcnosti perlovým náhrdelníkom, ktorý vytvorí perly aktivít a produktov CR hornej Nitry, a ktorý budú obdivovať nielen domáci, ale aj zahraniční turisti,“ končí svoju prezentáciu L. Ondrejková.

Nové trendy v HoReCa segmente

Nové trendy v HoReCa segmente odrážajú celkové trendy v spoločnosti. „Jedným z dlhodobých trendov je presun stravovania do HoReCa segmentu /reštaurácie, fast food, jedálne kútiky v rámci nákupných centier, čerpacích staníc, hypermarketov atď./ . Výber závisí od toho, či chceme kvalitu alebo lacné a rýchle jedlo,“ vysvetľuje Libor Mašek, marketing manager zo spoločnosti Nestlé Česko. Trendom sú už dlhšie i biopotraviny. Biopotraviny predstavujú nový postoj k životnému prostrediu a životnému štýlu, a tiež nové obchodné príležitosti. „Biopotraviny sú v gastronómii novou šancou, treba len vedieť ako ju využiť. Objavujú sa v reštau-

ráciách a hoteloch, v rýchlych občerstvení, v školách i vo verejnom stravovaní. USA, Nemecko, Veľká Británia, Taliansko, Francúzsko, Rakúsko sú krajiny, kde majú biopotraviny v gastronómii už svoje stále miesto. Na Slovensku je rozvoj tejto oblasti na začiatku. Svetlým príkladom je prvá BIO reštaurácia na Slovensku, v Bratislave,“ uvádza Tom Václavík, riaditeľ spoločnosti Green Marketing.

Molekulárna kuchyňa a convenience v modernej gastronómii

Čo je convenience v gastronómii? „Sú to polotovary i potraviny s pridanou hodnotou. Existujú rôzne stupne convenience. Závisí od stupňa predprípravy potraviny. Convenience nenahrádza kuchára, ale zvyšuje jeho produktivitu. Skracuje čas prípravy, šetrí energiu, šetrí miesto /v sklade, v kuchyni/, zvyšuje hygienu prevádzky, znižuje množstvo odpadu, zabezpečuje štandardnú kvalitu a garantuje zdravotnú nezávadnosť. Convenience, v neposlednom rade, znižuje náklady,“ vysvetľuje ďalej L. Mašek. Začiatok 90. rokov priniesol novinku v gastronómii v podobe molekulárnej kuchyne. Avantgardná molekulárna kuchyňa využíva biochemické a fyzikálne chemické proce-



Na konferencii predviedla svoje barmanské umenie víťazka regionálneho kola súťaže - Ukáž, čo vieš! Máš na to? Študentka Zuzana Dřevojánková zo Združenej strednej školy vo Zvolene miešala svoj víťazný long drink s názvom - POWER PLUM. Jej víťazstvo má na svedomí odborný výcvik pod vedením pani Viery Mydlovej.

sy ku zmene textúry potravín a nápojov. Vytvára nové a neočakávané kombinácie chutí. Ukážky molekulárnej gastronómie predviedol na konferencii šéfkuchár spoločnosti Metro Cash&Carry Slovakia, Vojtech Artz. Molekulárna kuchyňa vyžaduje obrovské teoretické znalosti kuchára, a samozrejme neobmedzenú kreativitu.

Jana Kuklová

Snímky: Valéria Zacharová

The world of fresh produce



Nové výstavné dni od r. 2009!
Streda - Piatok

FRUIT LOGISTICA

Berlín, 4. – 6. február 2009

Medzinárodný veľtrh marketingu v obchode s ovocím a zeleninou

www.fruitlogistica.com



FRUCHTHANDEL
MAGAZINE