

*Příčiny stagnace lokální produkce: přednáškový cyklus pro Českou zemědělskou univerzitu
autoři: Šárka Dittrichová, Klub bio zpracovatelů, Rezonance - projekt na podporu domácí produkce,
AČKC*

Garant projektu: sdružení Spodek, ČZU

*Vedoucí projektu: Petr Jiskra, mluvčí: Tomáš Psota , produkce: Kateřina Součková a Barbora
Chmelová*

Termín: Únor až květen 2009

Místo: Kruhová hala ČZU, Suchdol,



Organic food in „Fine Dinning“

Místní, čerstvé, faremní,
tradiční, originální

Host přednášky č.4, okruh: produkt



Miroslav Kubec:

- ▣ Šéfkuchař hotelu InterContinental
- ▣ Prezident české pobočky mezinárodní Asociace kuchařů a cukrářů

Obsah

- ▣ 1. Organic food ve vrcholové gastronomii - móda, marketing, nebo dokonce podvod?
- ▣ 2. Co je pro nás Bio?
- ▣ 3. Jak nakupovat Bio?
- ▣ 4. Jak já nakupuji Bio.
- ▣ 5. Bio znamená originál: Vztah dodavatel - restaurace - klient
- ▣ 6. Produkt s přidanou hodnotou.
- ▣ 7. BIO Promotion
- ▣ 8. Gastronomické BIO směry
- ▣ 9. Farmy z kterých odebíráme
- ▣ 10. Malá procházka dnešním večerem

1. Organic food ve Fine Dinning

- ❑ **Mé začátky s bio**
- ❑ **Poptávka po ORGANIC produktech ze strany hostů**
- ❑ **Bio - integrální součástí surovin, z kterých kuchař připravuje originální jídlo na přání klienta.**
- ❑ **Garance pravosti**
- ❑ **Bio musí být v současné době a v náročném managementu hotelových restaurací tak trochu fandovstvím**

2. Co je pro nás bio?

- ❑ Bio je pro nás jednoznačně čerstvý místní produkt s tradiční recepturou.
- ❑ Preferované výrobky
- ❑ Nedostatky v nabídce pro gastronomické provozy
- ❑ Invaze někdy tzv. „nových bioproducentů“ – pozitivní i negativní zpráva

3. Jak nakupovat bio?

- ❑ **Není to jednoduché.**
- ❑ **Základní seznamy bioproducentů mají své výhody a nevýhody – příklady uvedeny v detailní prezentaci**

4. Jak já nakupuji bio?

- ❑ **Kontakty přes Klub ekologických farmářů zpracovatelů**
- ❑ **v daném regionu se navzájem znají a doporučují jeden druhého, je možné domlouvat společnou dopravu....**
- ❑ **Nutnost přehledu aktuálního stavu certifikátů.**

5. Bio znamená originál

- ❑ **Vztah dodavatel, odběratel a klient je budován na každodenní spolupráci.**
Společně posouváme hranice mezi surovinou, produktem, recepturou a hotovým jídlem. Je to dlouhodobá a systematická práce a na jejím konci stojí originál.
- ❑ **Na základě našich požadavků a ladění receptur, gramáží, obalů a logistiky například vzniknul originální uzený sýr z farmy ing. Králové, který v roce 2007 získal ocenění jako výrobek roku.**
- ❑ **Naši dodavatelé jsou dnes schopni vyhovět naší poptávce po speciálním vykrmení hus nebo kuřat, zasejí nám “naše” bylinky nebo vyrobí speciální gramáž párků. Jedná se o malou kusovou výrobu a znovu je zde kladen důraz na osobní kontakt mezi farmou a kuchařem, který je založen na vzájemné důvěře a spolehlivosti.**

6. Produkt s přidanou hodnotou

- **Nabídka místních čerstvých bio produktů může mít mnoho podob:**
mohou být zařazeny do speciálních menu, mohou mít podobu sezónních nabídek, konkrétních akcí, mohou být trvale na jídelním lístku, ale mohou tvořit i součást snídaňové nabídky. Jsou hotely, které používají jenom bio koncept, náš hotel pracuje na přeměně restaurace Primátor a Zlatá Praha na koncept tradičních a českých receptur s použitím bio produktů.
- Speciální nabídkou, kterou v poslední době úspěšně realizují jsou mnou pojmenované **“Večeře pro život”**.

7. Bio Promotion

- ❑ **Podpora a zvyšování povědomí jak uvnitř gastronomického oboru tak i u našich klientů**
- ❑ **Vzdělávací akce Asociace kuchařů a cukrářů České republiky**
- ❑ **Cyklus přednášek pro naše učně na téma bio produktů ve fine dinning s ochutnávkami a prezentací farem. Součástí maturit v roce 2008 byla i kompletní bio nabídka.**
- ❑ **Přednáškový cyklus o místní produkci na České zemědělské univerzitě**

8. Gastronomické BIO směry

- ❑ **Medová snídaňová restaurace – nový snídaňový projekt, jehož součástí bude vedle Bio snídaní kout pro dodavatele medu v BIO kvalitě**
- ❑ **Zařazování lokálních produktů z prověřených farem do stálého jídelního lístku naší restaurace Zlatá Praha.**
- ❑ **Gastronomický směr poslední doby je jasný podpora a rozvoj lokálních produktů, tradičních receptů v moderním pojetí, já to vylepšuji ještě o bio potraviny**

9. Farmy z kterých odebíráme

- ❑ Eko farma FILOUN – Josef Šourek – kravské mléčné produkty
- ❑ Eko farma Pěňčín – Josef Pulíček – produkty z kozího mléka, jehněčí maso
- ❑ Eko farma Pavel Kýr – vejce
- ❑ Eko farma Miroslav Strachota – zelenina, králičí maso
- ❑ Eko farma Emílie Cittebartová – produkty z kozího mléka
- ❑ Eko farma Sasov – uzeniny
- ❑ Eko farma Josef Aberle- víno

Děkuji za pozornost

*A nezapomeňte Bio je
moderní, ale hlavně
dobré*