

HOREKA 112 opět na Moravě. Tentokrát zacílila na vzdělávání a personál

13. listopadu 2013, Clarion Congress Hotel Olomouc



Již poosmé se v České republice konal tento největší kongres pro restaurátory a hoteliéry, na Moravu zavítal podruhé. HOREKA 112 znovu bodovala.

V Olomouci představila odborníky, kteří povzbudili a přinesli spoustu nápadů.

HOREKA 112 je inspirativní půdou, na níž se setkávají provozovatelé gastronomických a ubytovacích zařízení. Díky ní si mohou dvakrát ročně nejenom vyměnit vzájemné zkušenosti, ale také získat informace, diskutovat a ptát se. Na kongresu HOREKA 112 nesměli chybět odborníci na slovo vzatí a všichni ti, kteří nehodlají usnout na vavřínech. Kongres byl rozdělen na restaurační a hotelovou část, dopolední sekce byla společná.

„HOREKA 112 nám dává přehled o segmentu, porovnání s konkurencí a dovidáme se, co pálí jiné. Kongres se posouvá od obecného přehledu ke konkrétním případům, které nás zajímají.“

František Nikl, Baráčnická rychta

Dopolední přednášky a diskuse byly mixem těch nejožehavějších témat, která trápí snad všechny v oboru. **Stanislav Zukal, gastronomický poradce**, mluvil o nejčastějších chybách restaurátérů a poradil, čeho se vyvarovat: „Menu za 65 Kč se ziskem?! To není restaurace, ale bufet.“ Také mluvil o možnosti založení družstevních restaurací, které dávají majitelům větší sílu při jednání s dodavateli.

Panelovou diskusi otevřely dvě úvodní přednášky. Té první se chopil **ředitel Střední odborné školy obchodu a služeb v Olomouci Ladislav Pochyla**. Během své řeči poukázal na to, že mince má dvě strany. Na tom, jací žáci vyjdou z gastronomických škol, se podílejí nejenom učitelé, ale také podniky, jež zajišťují jejich praxi.

Druhý řečník, **Jiří Roith, majitel restaurace Nad Jezerem**, mluvil o odlišnostech ve způsobu vzdělávání v zahraničí a u nás. „Největší rozdíl je v tom, že v zahraničí učí metodiku, receptury jsou pak na vás. Kuchařinu tam berou jako umění. Ze škol už vycházejí hotoví kuchaři. U nás tomu tak není a nedokážu pochopit, že po čtyřech letech věnování se oboru není žák hotovým kuchařem,“ hořekoval.

„Účast na kongresu beru jako sebevzdělávání. Pokud chci já sama někoho něco naučit, musím se vzdělávat a sledovat, co je v oboru nového. V průběhu dvou let jsme měli u nás v podniku samé patálie se zaměstnanci, proto pro mě byla přínosná panelová diskuse. A rozhodně mi debata pomohla.“

Ivona Mitrengová, Veranda pod Čantoryjí

Stanislav Zukal prorokoval vznik družstevních restaurací

„Provozovatelé se podílejí na vzdělání gastronomických studentů z 50 %.“

Ladislav Pochyla
ředitel Střední odborné školy
obchodu a služeb v Olomouci

Kuchařina je řehole.
Vzdělávat se musíte neustále

Mystery shopping odhalí
nedostatky ve vašem podniku

Knedlíková revoluce vypukla
na kongresu HOREKA 112

„Šedá ekonomika dosahuje
16 % HDP“

*Petr Mašek
senior manager tax and legal
services, PricewaterhouseCoopers*

„Marže na prodeji vámi
připravených nealkoholických
nápojů je vysoká. Vyplatí se je
ve vašem podniku nabízet.“

*Achim Šipl
mistr světa v přípravě
nealkoholických koktejlů*

Wellness je přístup k životu

Sociální sítě pomohou vašemu
podnikání

Sales audit vyžene z vašeho
hotelu kostlivce ve skříni

S úsměvem jde všechno líp

Velké díky patří i partnerům

HOREKA 112 v číslech

Panelová diskuse o vzdělávání a personálu vzbudila na kongresu HOREKA 112 rozruch. Hlavními diskutéry byli **Ladislav Pochyla, ředitel Střední odborné školy služeb a obchodu v Olomouci, Jiří Roith, majitel restaurace Nad Jezerem, Zdeněk Pracný z ministerstva školství, Robin Hanák, ředitel Clarion Congress Hotelu Olomouc, a Marek Kříž, zakladatel Restjobs.cz**. Debata přinesla i svoje ovoce a návrh Jiřího Roitha vypracovat novou metodickou učební pomůcku pro kuchaře se setkal s pozitivní reakcí. Jeho nápad podpořili všichni aktéři.

Odpolední sekce pro restaurace nabídla dobře namíchaný koktejl informací. Zazněly rady, plodné diskuse, a hlavně vznikaly nápady. Pro ty, kteří chtějí pozvednout svůj byznys, byla jako stvořená přednáška o mystery shoppingu. **Viktor Kustein, interim konzultant, Awis Global Systems**, mluvil o lidských procesech rozhodování, jejichž znalost může napomoci ke zvýšení tržeb. **Petr Vopátek a Lubomír Urbančok, gastro partneři a konzultanti Awis Global Systems**, posluchačům přiblížili, jaké benefity mystery shopping přináší, a nevynechali ani příklady z praxe.

Zájem publika si získal **Zdeněk Hladík, člen představenstva AKC ČR a správní rady Společnosti pro výživu**. Na kongresu mluvil o knedlicích a novém způsobu pohledu na ně. „Kuchař je poloviční lékař. Ten ale často zdravotní potaz jídla nebere v úvahu. Za úspěchem stojí kvalita pokrmu, chuť servírovaného jídla a úprava na talíři,“ upřesňoval Zdeněk Hladík. Ve své přednášce tak odhalil nové receptury knedlíků, které myslí nejenom na chuť, ale také na vyváženost stravy. Návštěvníci se tak mohli seznámit a ochutnat tradiční českou přílohu v novém světle. Na kongresu HOREKA 112 se představily např. knedlíky s brusinkami, mákem a ořechy a mnoho dalších kombinací.

Petr Mašek, senior manager tax and legal services PricewaterhouseCoopers se ve své přednášce věnoval daňovým aspektům restauračního provozu. Mluvil se nejenom o daněch spropitného, ale také o švarcsystému, zaměstnávání na dohodu, o smlouvách s rodinnými příslušníky a o tom, co dělat, když se objeví manko.

Závěr restauračního odpoledne se nesl ve znamení nealka. Současný **mistr světa v přípravě nealkoholických nápojů Achim Šipl** předvedl, jak se dá s nealkoholickými nápoji pohrát, a vyzdvihl také jejich ziskovost: „Za džbán minerální vody s mátou si v restauraci účtujeme 60 korun, marže je tedy 200 %.“

Odpolední hotelová sekce byla plná famózních řečníků, kteří sál nejenom zaujali, ale také pobavili. O oblíbenosti wellness center mluvil **Rostislav Nyč, wellness & spa manager hotelu Augustiniánský dům ****superior**. Všem začínajícím radil: „Sebelepší technika a prostředí samo o sobě nezískají stálou klientelu. V každém případě by měl mít hotel jasnou vizi, jakým způsobem chce naplnit pojem wellness v jeho komplexním chápání.“

Snad nejvíce smíchu se sálem rozeznělo během přednášky **Adama Zbiejczuka, nezávislého konzultanta v oblasti sociálních médií**. Ten vtípnou cestou poukázal na to, že sociální sítě jsou pro váš byznys potřebné, jenom musíte vědět, jak na ně. Za vše mluví Adamem Zbiejczukem prezentovaný citát: „Sociální média jsou jako sex u mladistvých. Každý to chce zkusit, ale nikdo neví, jak na to. Když to konečně uděláte, zjistíte, že to není lepší.“

O tom, jak pracovat lépe než konkurence, se rozmluvil **Michal Vohralík, hospitality consultant ConsultPro**. Audit prodeje a marketingu dokáže přijít problému na kloub a úspěšně ho odstranit.

„Potěšila mě přednáška o propagaci a auditech v hotelech. Chceme být lepší než konkurence a na kongresu HOREKA 112 jsme našli inspiraci.“

Radek Šimek, Hotel Hit

O intuitivním marketingu se rozmluvil uznávaný odborník **Miloš Toman**, jenž nabídl nový pohled na hotely. Ty podle něj nesmíme vnímat jako továrny a mluvil také o tom, jak se vyrovnat s nezdařem.

Osmé pokračování kongresu HOREKA 112 se opět těšilo značné podpoře partnerů. Kongres umožnili zrealizovat zlatí partneři ALIMPEX FOOD, Kofola, MAKRO Cash & Carry ČR, Plzeňský Prazdroj; stříbrný partner InterGast a bronzoví partneři Ardo Mochov, Douwe Egberts Professional, KARLOVARSKÉ MINERÁLNÍ VODY a MONTYCON gastro. Partnerem vaření byla společnost Vitana a speciálními partnery byly společnosti Vinařství Chateau Lednice, Vabico a WAU! Studio. Mediálně kongres podporuje časopis HOREKA.

Kongres se jako již tradičně těšil velké účasti gastronomických profesionálů, letos jsme přivítali 305 účastníků. Oborově zastupovalo 48 % účastníků hotely, 22 % hostů reprezentovalo restaurace, dodavatelé ze segmentu HoReCa se zúčastnili ze 16 %. Nejvíce účastníků (71) bylo z Jihomoravského kraje a tvořilo 23 % účastníků.

kofola ✨
nápoje. život. emoce.

makro
Partner profesionálů

PHILADELPHIA
výhradní distributor
alimpex

Piževský Prazdroj

InterGast
COOKING EQUIPMENT SPECIALIST

ardo

D-E **DOUWE EGBERTS**
PROFESSIONAL

MATTONI
GRAND MINERAL WATER

moderní úsporné
MONTYCON
gastronomické technologie

Vitana

VINÁŘSTVÍ
CHATEAU LEDNICE
The oldest winery in the world

TRUE TEA
Pravda a přísada vítězí

wau!
studio

HOREKA

Kongres HOREKA 112 je největším a nejoblíbenějším setkáním hoteliérů a restaurátérů. Každý půlrok o jeho přípravách informují také newslettery, které společnost Atoz pravidelně rozesílá před každým jarním a podzimním kongresem. Přihlásit se k odběru newsletteru můžete na adrese diana.vavrikova@atoz.cz.

Další kongres HOREKA 112 se uskuteční 27. května 2014 v Praze.

Vše o akci najdete na www.horeka112.cz.

NEJLEPŠÍ INGREDIENCE NA PODPORU POHOSTINSTVÍ ZE SPOLEČNOSTI ATOZ

HOREKA

- nejčtenější časopis pro odborníky z gastronomie a hotelnictví
- 7000 výtisků v distribuci auditované ABC
- praktické a nezávislé informace 6 x ročně

HOREKA Digital

- nezávislý elektronický magazín
- přes 7000 odběratelů z řad profesionálů
- horké novinky a zajímavosti z trhu každé dva týdny

HOREKA Masters Day

- golfový turnaj pro majitele a manažery hotelů a restaurací
- networking, sport a relaxace na nejlepších hřištích v ČR
- příští turnaj: 17. 9. 2014, Beroun Golf Resort

HOREKA 112

- kongres s čerstvou dávkou inspirace pro profesionály
- aktuální témata a hosté, kteří mají co říci
- příští kongres: 27. 5. 2014, Praha

Pro další informace prosím kontaktujte:

Diana Vavřiková,
project manažer HOREKA 112
mobil: + 420 739 467 783
e-mail: diana.vavrikova@atoz.cz

Jana Dorčáková,
editor
tel.: +420 246 007 212
mobil: +420 734 135 509
e-mail: jana.dorcakova@atoz.cz