Pan Filip V., majitel a provozní vedoucí jednoho z hradeckých trendy bister, které se vyznačuje následováním současných gastronomických trendů a klade velký důraz na čerstvost surovin.

1. **Filipe, jak vznikl koncept Vašeho bistra?**

   Pracoval jsem v teenagerském věku v jedné z provozoven sítě světoznámém fast foodu a od té doby jsem měl v hlavě, že bych chtěl dát lidem, něco opravdového, čerstvého a dělaného s důrazem na kvalitu a ne kvantitu. Nejdřív jsem měl otevřenou pouze kavárnu, byla však stále větší poptávka po doplňkovém zboží, jako jsou dezerty, sendviče, polévky. Kontaktoval jsem tedy kamaráda, o kterém jsem věděl, že se před nedávnem vrátil z poutě po světě, kdy vařil v Thajsku, na Filipínách, Novém Zélandu a dva roky v Japonsku. Sešli jsme se a vymysleli koncept našeho bistra. O rok později jsme otevřeli.

2. **Jak lidé reagovali na nový koncept bistra a jaká byla návštěvnost na začátku?**

   Lidé, kteří chodili předtím k nám do kavárny, si nás našli kvůli kávě i teď. Navíc jsme na výborném místě, kousek od centra, mezi středními a vysokými školami, takže lidé si k nám cestu našli. Pravda, divili se, že u nás nedostanou strojově dělané „espresso picollo“, že se spíše orientujeme na filtrované kávy, ale i tak se je postupem času naučili pít. Návštěvnost ale začala opravdu stoupat, když jsme zavedli pravidelné akce a brunche. Ty jsou hodně oblíbené.

3. **Znamená to tedy, že Vaše bistro je v podstatě fast food?**

   Tak to v žádném případě! Jak jsem již říkal, klademe důraz na kvalitu produktu, ne jeho kvantitu. Nemáme žádné předepsané gramáže, ani standardy, jak to ve fastfoodech bývá. Snažíme se nic nešidit. Chceme vše dělat tak, jako kdybychom to dělali sami pro sebe. A co si budeme nalhávat, vlastní pusu si člověk neošidí. Proto se často stane, že nějaký produkt přes den vyprodáme, ale už ho nedodělváme. Buď bychom jej museli na konci dne vyhodit, nebo ho prodávat druhý den, a to nechceme. Kdo má zájem, přijde si prostě druhý den. Člověk si u nás může jak v klidu posedět, tak si vzít kávu a něco malého sebou. U nás je možnost obojího, ale do fast foodu máme opravdu daleko.

4. **Vím, že v bistru je kladen velký důraz na čerstvost a kvalitu surovin. Jak ji zákazníkům zajišťujete?**

Základní suroviny vždy nakupuji sám. Nenechávám si je dovážet najednou. Mám své osvědčené dodavatele, u kterých vím, že by mi nikdy nepřivezli jinou než čerstvou zeleninu, nebo zkažené maso. Jsou to většinou malopodnikatelé z okolí.

5. **Vaše bistro je proslulé tím, že máte velký výběr i pro vegany a lidé s bezlepkovou dietou, jak jsi přišel na tento nápad?**

Moje manželka je veganka a má zároveň intoleranci na lepek. A takových lidí stále přibývá. Naše produkty jsme tudíž stavěli na tomto konceptu, již v dobách, když jsme vlastnili pouze kavárnu.

6. **Bezlepkové a veganské produkty jsou obecně označovány jako drahé a nejsou snadno k dostání. Jak jste si poradili s tímto nedostatkem na trhu?**

My bezlepkové a veganské produkty zásadně nekupujeme. Vše si vyrábíme sami. Kupujeme pouze základní suroviny. Pečeme si sami chléb na sendviče, muffiny a další dezerty jsou přímo z naší trouby. Nedávno jsme vyzkoušeli vytvořit i veganské bezlepkové raw tyčinky v rámci akce „Bezlepkový týden“ a ty se shledali s velikým úspěchem, že jsme je zavedli natrvalo.

7. **Kupují si tyto produkty i zákazníci, kteří nemají bezlepkovou dietu a nejsou vegané?**

Občas se nám stane, že se někdo podiví nad cenou sendviče, nebo dezertu a zdá se mu to hodně. Nebudu lhát, pár takových lidí se i otočilo a odešlo, protože ty peníze za naše produkty nechtěli utratit, i když jsme jim vysvětlili složení a proč je cena vyšší.
Většina ale mávne rukou nad vyšší cenou a naopak se podiví nad tím, že na to z čeho produkty jsou, je to ještě docela laciné a rádi se k nám vrací. Hodně dbáme na osobní přístup. Naším mottem je, že úsměv a dobrá nálada nic nestojí.

8. **Říkal jste, že uspořádáváte pravidelné gastronomické akce, jaké to jsou?**

Nejsou jen gastronomické akce, nedávno jsme zavedli projekt „bez kelímku“ a ten se těší velké oblibě. Kdo si přijde pro kávu sebou a má vlastní nádobu, dostává automaticky 10,-Kč slevu. Nás to nic nestojí a šetříme tím životní prostředí.

Také pravidelně pořádáme tematické večery, ať už jsou to turnaje ve společenských hrách, hudební vystoupení, nebo autogramiády knih, které právě vychází.

Jak jsem říkal na začátku, každý týden v sobotu děláme brunche, které jsou hodně oblíbené a z nabídky, která se každý týden mění, si vybere opravdu každý. Dále pořádáme ochutnávky různých národních kuchyní. Nejlepší odezvu u nás má stále japonská kuchyně, ta lidi asi baví nejvíc.

9. Děláte i gastronomické akce, které jsou zaměřené výhradně na nápoje?

Ale ovšem. Káva, ochutnávání jejích druhů a různé síly pražení vždy bylo a je mou vášní. Baví mě lidi učit, jak si vybrat správný a kvalitní druh kávy. Pořádáme tedy jednou za čtvrtletí ochutnávky káv, kde představujeme jak stálice z našeho nápojového lístku, ale i kávy z malých pražíren, které nás moc baví. Návštěvníkům pak ukazujeme i různé přípravy kávy od obyčejného filtrování až po batchbrew a cold brew.

10. Zajímáte se i o jiné nápojové trendy než o ty zaměřené na kávu?

Ano, zajímáme. Nabízíme oblíbenou tibi limonádu, která se vzniká kvašením díky tibi krystalům a proces její výroby je často zdlouhavý a náročný, obzvlášť když se snažíme stále přicházet na nové příchutě. Dále je u nás k dostání kombucha, což je lehce perlivý nápoj ze zeleného nebo černého čaje, který také vzniká fermentací.
Pak samozřejmě i taková ta zajetá klasika, jako jsou domácí limonády z ovoce a ledové čaje.

Z alkoholických nápojů jsme již pořádali ochutnávky piv z minipivovarů a často také ochutnávky vín z malých vinařství.
Baví nás tak nějak všechno, kde se můžeme trochu odlišit od masy a zajetých zvyků.

11. Máte ve Vašem podniku stále jídelní menu? Nebo to pokládáte za přežitek?

Je to jak říkáte. Stálý jídelní lístek u nás nehledejte. Nebyli bychom schopni doručit v každé roční období stejně kvalitní jídlo. Proto máme sezónní nabídky. Ty se týkají jak snídaní, tak obědových menu i doplňkového prodeje. Máme pokaždé něco jiného. Oblíbené pokrmy pak samozřejmě opakujeme, případně na ně děláme i speciální akce.

Chceme tak dosáhnout toho, že suroviny budou vždy čerstvé, svěží, plné chuti a hlavně nám tento koncept přišel od začátku zajímavý. Nechceme naše zákazníky ani sebe nudit.