

Scénář řízeného rozhovoru

Slečna M.S. projektová manažerka Agentury B***y**, která pořádá různé kulturní a společenské, outdoorové i indoorové akce. V Hradci Králové pravidelně organizuje gastronomické setkání Hradecké nábřeží gurmánů.

1. Jaké jsou podle Vás aktuální trendy v gastronomii a stravovacích službách?

- Důraz na kvalitní potraviny i přes vyšší cenu
- Ochutnávání nových nepoznaných pokrmů
- Mezinárodní a exotická gastronomie

2. Jak dlouho se Vaše agentura zabývá konáním gastronomických setkání a festivalů?

Agentura působí na trhu již dvanáctým rokem a od té doby uspořádala nespočet kulturních a společenských akcí. Vzhledem k trendu v této oblasti jsme začali pořádat gastronomické festivaly před pěti lety. Prvním gastronomickým festivalem byla Chut' Itálie.

3. Jaké food festivaly a gastronomicky orientované akce pořádá Vaše agentura kromě Hradeckého nábřeží gurmánů?

Již zmíněný pilotní projekt CHUŤ ITÁLIE, který se konal nejen v Hradci Králové, ale také v Českém Krumlově, Brně, Praze a Poděbradech. Dále jsme v tomto roce začali s projekty ART AND FOOD FESTIVAL, který spojuje gastronomii, design, ale také hudební odvětví. Pak je to SWEET AND ICE CREAM FESTIVAL zaměřený na sladké pochutiny a zmrzlinové produkty. U každé akce se snažíme zaměřit na jinou cílovou skupinu.

4. Můžete nastínit jak organizačně náročné je zmanagovat takovýto street food festival?

Samotná příprava akce trvá rok. Od vyhledání vhodného termínu, příprav zboru pozemku, psaní žádostí, hledání partnerů, oslovování všech účinkujících a prodejců. Většinu účastníků oslovujeme my, ale díky tomu, že se Hradecké nábřeží gurmánů stalo největším food festivalem v Hradci Králové, někteří zájemci se ozývají i z vlastní iniciativy. Dále je důležité zajistit a nasmlouvat všechny dodavatele, technické záležitosti a dostatečnou propagaci. Když se blíží „den D“, začínají se ladit všechny detaily, časové

harmonogramy, rozmístění stánkařů a všechny záležitosti, které v průběhu příprav nastanou.

5. Kolik vystavovatelů se účastní takového festivalu a máte kladnou odezvu na organizační stránku?

Tento rok se Hradeckého nábřeží gurmánů na Chuti jara a Chuti podzimu účastnilo přes 150 vystavovatelů a prodejců. Spolupracujeme také s Chilli festival Mechov a i díky tomu bylo hradecké nábřeží zaplněno minimálně ještě o 50 dalších prodejců. Co se týká organizační stránky, vždy se snažíme získávat co největší zpětnou vazbu. Za dobu konání akce máme kladné odezvy a reakce na organizační zajištění z naší strany, které si velmi vážíme.

6. Hradecké nábřeží gurmánů se těší velké oblibě a vysoké návštěvnosti. Je pravda, že návštěvnost s každou akcí stoupá?

Pokud ano, či spíše ano:

- Které gastronomické trendy podle Vás návštěvníky lákají nejvíce a proč si myslíte, že tomu tak je?

Chceme nabídnout návštěvníkům opravdu velký výběr - od teplých jídel, nápojů až po kvalitní farmářský sortiment, který si zakoupí domů. Akce se účastní nejen profesionální kuchaři, ale také amatéři, kteří na víkend uvaří či napečou a jedou ve svůj volný čas na naši akci.

- Které gastronomické trendy jsou podle Vás neaktuálnější a které nejvíce diskutované?

Velkým trendem je stále fast food občerstvení, ale i my se díky této akci snažíme ukázat, že se nejedná jenom o smažené pokrmy v přepáleném oleji, ale o poctivá a chutná jídla. Fast food získává v dnešním světě už trochu jiný rozměr.

~~Pokud ne, či spíše ne:~~

- ~~• Čemu připisujete menší návštěvnost?~~
- ~~• Jsou nějaké aktuální trendy ve stravování, které se na Váš festival nedostanou?~~

7. Jak se vůbec zrodil nápad pořádat Hradecké nábřeží gurmánů?

Vznikl úplnou náhodou při naší služební cestě, kdy jsme přemýšleli jak efektivně oživit krásné prostředí hradeckého nábřeží. A to si myslím, že se povedlo na jedničku.

8. Jak často a odkdy tuto akci Vaše agentura pořádá?

Akce se koná dvakrát ročně a již nyní plánujeme jeho třetí ročník.

9. Na co se mohou návštěvníci například těšit?

Cílem je, aby se akce účastnilo co nejvíce návštěvníků bez ohledu na věk. To znamená, aby celé rodiny včetně pejsků strávili pohodový den v krásném prostředí. Akce je také o doprovodném programu pro děti, přednáškách a hudebních vystoupeních.

10. Co podle Vás vyhledávají lidé na Hradeckém nábřeží gurmánů nejvíce?

Takhle obecně se na tuto otázku nedá odpovědět. Vzhledem k široké nabídce si každý najde to své.

11. Hradecké nábřeží gurmánů bývá spojeno i s Chilli festivalem Mechov. Tuto akci také pořádá Vaše agentura?

~~Pokud ano, nebo spíše ano:~~

- ~~• Jedná se o nějakou formu spolupráce, nebo je Chilli festival Mechov mateřinou akcí Hradeckého nábřeží gurmánů?~~
- ~~• Kdy a jak se zrodil tento nápad spolupráce?~~
- ~~• Domníváte se, že si ostrá kuchyně získává v České republice čím dál tím více zastánců?~~

Pokud ne, nebo spíše ne:

- Odkud se znáte se společností, která pořádá tyto chilli slavnosti?
Manželé, kteří festival pořádají, nás sami s návrhem na spolupráci oslovili.
- Přijde Vám koncept ostré kuchyně lákavý a zajímavý?
Určitě ano, spousta návštěvníků ocení tento koncept, jelikož vyzkouší nové chutě, které například neznají.
- Myslíte si, že chilli, a ostrá kuchyně obecně, je také jedním z aktuálních gastronomických trendů?
Ano, na akci si mimo hotových produktů mohou návštěvníci zakoupit i sazeničky papriček a sami si je doma vypěstovat.

12. Potvrdila nebo vyvrátila byste hypotézu, že Češi v gastronomii neradi experimentují, drží se svých zvyků a neradi zkouší něco nového?

Velmi obecně řečeno, mladí lidé se v dnešní době už nebojí experimentovat vůbec a je to na akcích vidět. Je to dáno i tím, že více cestují a s tím poznávají i nové kuchyně. Ale každý člověk je jiný a my jsme rádi, když každý návštěvník našich akcí ochutná alespoň jednu věc, kterou ještě nikdy neochutnal.

13. S jakým největším gastronomickým extrémem z oblasti stravovacích trendů jste se prozatím na food festivalech setkala?

Hmyzový catering, hadi apod.

14. Vyzkoušela/ ochutnala jste sama tento trend? Jak na Vás zapůsobil?

Ochutnala jsem, ale není to můj šálek kávy.

15. Doporučila byste jej ostatním?

Každý ať ochutná a sám uzná za vhodné. ☺

16. V čem se podle Vás nejvíce stravovací služby změnily za poslední 3 roky? Na co je nejvíce kladen důraz?

a. V čem se zlepšily?

V kvalitě nabízených pokrmů a surovin, ze kterých pokrmy připravují.

b. V čem se zhoršily?

Některým restauracím chybí inovace a zákazníci to v dnešní době poznají.

c. A jak si to vysvětlujete?

Velkým problémem je nedostatek personálu v pohostinství.

17. Jaký velký vliv podle Vás mají na současné stravování a gastronomii sociální média?

Určitě velký. Spousta známých osobností podporuje různé značky potravin, restaurací, obchodů, vznikají gastronomické TV programy, vypadá se mnoho kuchařek i průvodců a i to je důvod, proč se lidé více zajímají o gastronomii.

18. Které sociální médium podle Vás nejvíce ovlivňuje způsob fungování stravovacích služeb?

Všechny sociální sítě (FB, IG, LinkedIn, Pinterest atd.), které lákají formou fotografií a lákavé nabídky.

Mimo sociální sítě to jsou také osobní doporučení.

19. Jaký styl stravování a provozování stravovacích zařízení podle Vás restaurace aktuálně preferují? Slow Food nebo Fast Food? Setkáváte se někdy i se stylem přípravy jídla Raw food?

Určitě jak jsem zmiňovala, v dnešní době je velmi oblíbený fast food. Spousta kancelářských center již tento koncept provozuje ve svých provozech například místo jídelen. Pokud se jedná o poctivý fast food, určitě to není na škodu. Ve větších městech už je trend vegetariánských restaurací, slow i raw food a pomalu si razí cestu jako alternativu ke „klasickému stravování.“

20. Jak velký vliv si myslíte, že mají v dnešní době recenze zákazníků na jednotlivé provozovny stravovacích zařízení?

Jelikož existuje spousta aplikací, které fungují a jsou hodnoceny na základě recenzí předchozích zákazníků, tak bych řekla, že opravdu velký. V dnešní době také lidé dají na osobní doporučení.

21. Jak Vy osobně hodnotíte projekt Czech Specials?

Nemám bohužel žádnou zkušenost s tímto projektem, který spravuje agentura Czech Tourism, i přesto, že jsme se v minulosti s agenturou pokoušeli zkontaktovat.