

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

MAGISTERSKÉ KOMBINOVANÉ STUDIUM

2014 - 2016

## DIPLOMOVÁ PRÁCE

Tereza Kropáčková

Kulinářský cestovní ruch České republiky

Praha 2016

Vedoucí diplomové práce: Prof. PhDr. Hořčíčka Václav Ph.D.

JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE

MASTER, COMBINED PART TIME STUDIES

2014 - 2016

## DIPLOMA THESIS

Tereza Kropáčková

Culinary tourism of Czech republic

Prague 2016

The Diploma Thesis Work Supervisor:

Prof. PhDr. Hořčíčka Václav Ph.D.

## Prohlášení

Prohlašuji, že předložená diplomová práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracovala samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpala, v práci řádně cituji a uvádím v seznamu použitých zdrojů.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne .....

Tereza Kropáčková

## Poděkování

Tímto bych ráda poděkovala vedoucímu práce Prof. PhDr. Václavu Hořčíčkovi, Ph.D. za jeho vedení a poskytnutí užitečných rad, které mi pomohly při zpracování práce.

## Anotace

Diplomová práce se ve své teoretické části zabývá kulinářským cestovním ruchem České republiky. Představuje českého průvodce restauracemi Maurerův výběr Grand Restaurant a jeho představitele; gastronomické asociace České republiky; nejznámější festivaly jídla a vína. Dále seznamuje s žebříčkem deseti nejlepších restaurací dle Mauerova výběru Grand Restaurant a s Michelinskými hvězdami. Zjišťuje jak stát, samospráva podporuje kulinářský cestovní ruch.

Praktická část práce se zabývá pohledem osobností gastronomie na vývoj kulinářského cestovního ruchu v ČR a analýzou kulinářského cestovního ruchu v Pardubicích. Analýza kulinářského cestovního ruchu v Pardubicích se zaměřuje na festival jídla Prima Fresh festival, podporu samosprávy, žebříček restaurací dle Mauerova výběru Grand Restaurant a názory jejich provozovatelů na potenciál kulinářského cestovního ruchu ve městě. Poslední částí je dotazníkové šetření, které zjišťuje pohled účastníků na kulinářský cestovní ruch v Pardubicích.

## Klíčová slova

Cestovní ruch, festival, gastronomie, kulinářský cestovní ruch, Maurerův výběr Grand Restaurant, Michelinské hvězdy, restaurace, samospráva.

## Annotation

The Diploma Thesis deals with culinary tourism of Czech republic in its theoretical part. It introduces a Czech guide of restaurants Maurer's Selection Grand Restaurant and its representatives, gastronomic associations of Czech republic, the most famous food and wine festivals. Further it familiarizes top ten restaurants according to Maurer's Selection Grand Restaurant and Michelin stars. It finds out how state, self-government supports culinary tourism.

The practical part of thesis deals with perspective of gastronomical personalities on progress of culinary tourism in the Czech republic and with analysis of culinary tourism in Pardubice. The analysis of culinary tourism in Pardubice focuses on food festival called Prima Fresh Festival, on support of self-government, on scale of top restaurants Maurer's Selection Grand Restaurant and on opinions of their restaurant keepers concerning potential of culinary tourism in the town. Last part comprises a survey which surveys the view of participants of culinary tourism in Pardubice.

## Key words

Culinary tourism, festival, gastronomy, Maurer's Selection Grand Restaurant, Michelin stars, restaurant, self-government, tourism,

## OBSAH

ÚVOD.....	9
1 KULINÁŘSKÝ CESTOVNÍ RUCH .....	11
1.1 Cestovní ruch.....	11
1.2 Kulinářský cestovní ruch.....	12
1.1.1 Definice .....	13
1.2 Jídlo a pití jako součást cestovního ruchu .....	14
1.3 Členění kulinářského cestovního ruchu.....	17
1.4 Gastronomie na seznamu kulturního dědictví UNESCO .....	18
1.5 Podpora rozvoje gastronomického cestovního ruchu .....	20
2 GRAND RESTAURANT .....	21
2.1 Pavel Maurer .....	21
2.2 Grand Restaurant .....	21
3 GASTRONOMICKÉ ASOCIACE .....	24
3.1 Czech Specials.....	29
4 NEJZNÁMNĚJŠÍ FESTIVALY .....	30
4.1 Jídla.....	30
4.1.1 Foodparade.....	30
4.1.2 Prague Food Festival .....	31
4.1.3 Grand Restaurant Festival .....	33
4.1.4 Mňam Tour .....	34
4.1.5 Prima Fresh Festival (Appetit festival).....	35
4.1.6 Gastronomické slavnosti Magdaleny Dobromily Rettigové .....	35
4.2 Vína.....	37
4.2.1 Ze sklepa do sklepa, Velké Bílovice .....	37
4.2.2 Pardubický festival vína .....	38
4.2.3 Grand Jour de Champagne .....	40
5 ŽEBŘÍČEK RESTAURACÍ .....	41
5.1 Žebříček restaurací Grand Restaurant.....	41
5.2 Michelinské hvězdy .....	46
6 PODPORA SAMOSPRÁVY .....	49

6.1	Ministerstvo pro místní rozvoj .....	49
6.2	Kraje, města, obce .....	49
6.3	CzechTourism.....	50
7	OSOBNOSTI GASTRONOMIE A JEJICH POHLED NA VÝVOJ KULINÁŘSKÉHO CR V ČR .....	52
8	ANALÝZA KULINÁŘSKÉHO CR V PARDUBICÍCH .....	58
8.1	Festival jídla Prima Fresh Festival.....	59
8.2	Podpora samosprávy .....	61
8.3	Žebříček restaurací Maurerův výběr Grand Restaurant.....	62
8.4	Pohledy majitelů pardubických restaurací z Maurerova výběru Grand Restaurant .....	63
8.5	Pohled účastníků kulinařského CR ve městě Pardubice .....	68
8.5.1	Základní výzkumné otázky a hypotézy .....	68
8.5.2	Sběr informací a průběh šetření.....	70
8.5.3	Vyhodnocení výsledků.....	71
8.5.4	Shrnutí výsledků.....	87
	ZÁVĚR .....	89
	SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ .....	93
	SLOVNÍK POJMŮ.....	101
	SEZNAM OBRÁZKŮ, GRAFŮ A TABULEK.....	102
	SEZNAM PŘÍLOH .....	105



## ÚVOD

Cestovní ruch se v poslední době stal neodmyslitelnou součástí životního stylu. Řadí se mezi nejvýznamnější odvětví ekonomiky. Cestováním si mnoho z nás naplňuje své sny. V současné době se velmi rozšířil kulinářský cestovní ruch a zájem o gastronomii jako takovou. Čím dál tím více lidí se zajímá o to co jí a o kvalitu podávaných pokrmů. Začali jsme velmi často vyjíždět mimo svá bydliště na různé festivaly spojené s jídlem a pitím a i do vzdálenějších restaurací, za poznáním nových chutí a špičkové gastronomie. S tím jsou také provázané kuchařské osobnosti české kulinářské scény.

Téma diplomové práce, kulinářský cestovní ruch ČR, jsem si vybrala z důvodu oblíbenosti a pracovní orientace v oboru. K rozdělení diplomové práce na vybraná témata představení a zkoumání mě přivedla myšlenka zjištění povědomí lidí o kulinářském cestovním ruchu ČR a vědomí o nezávislém průvodci restauracemi ČR Maurerově výběru Grand Restaurant.

Cílem práce je představit a vysvětlit pojem kulinářský cestovní ruch České republiky, seznámit s ojedinělým průvodcem českou gastronomií Maurerův výběr Grand Restaurant. Zmínit asociace a projekt týkající se tohoto segmentu cestovního ruchu. Seznámit s nejnámějšími festivaly jídla a vína. Představit žebříček deseti nejlepších restaurací České republiky za uplynulých pět let dle Maurerova výběru Grand Restaurant a samozřejmě zmínit podporu samosprávy.

Cílem praktické části bylo zanalyzovat kulinářský cestovní ruch v ČR a především ve městě Pardubice. První část se týká zjištění pohledu na gastronomii a s ní spojený cestovní ruch v ČR očima osobností naší gastronomie. Druhá část se týká analýzy kulinářského cestovního ruchu ve městě Pardubice. Zaměřuje se na festival jídla Prima Fresh Festival, podporu samosprávy, žebříček restaurací dle Maurerova výběru Grand Restaurant a názory jejich provozovatelů na potenciál tohoto cestovního ruchu ve městě. Poslední část je dotazníkové šetření, které zjišťovalo pohled účastníků na kulinářský cestovní ruch v Pardubicích. Hlavním cílem práce bylo zjistit potenciál kulinářského cestovního ruchu, a jaké možnosti se nabízejí ve městě Pardubice.

K naplnění cíle práce bylo potřeba uskutečnit sběr, teoretických informací z odborné literatury, časopisů a webových portálů. Bylo použito e-mailového dotazování a empirický výzkum v podobě online dotazníkové šetření zaměřeného na město Pardubice a tím bylo zodpovězeno celkem pět stanovených hypotéz.

- 1) Zastoupení žen a mužů bude přibližně stejné, nejčastější věk 21-50 let, dosažené vzdělání středoškolské a nejčastějším bydlištěm bude Pardubický kraj.
- 2) Většina dotazovaných respondentů se zajímá o gastronomii a mají o ní povědomí.
- 3) Většina dotazovaných respondentů se někdy zúčastnila kulinářského cestovního ruchu v Pardubicích a myslí si, že město pořádá dostatek kulinářských akcí. Město se snaží být bohaté na zážitkovou gastronomii a mnozí návštěvníci jezdí do Pardubic kvůli gastronomii.
- 4) Většina dotazovaných respondentů se zúčastnila PRIMA FRESH FESTIVALU a 70 % z nich nezná průvodce restauracemi Maurerův výběr Grand Restaurant a ani počet restaurací v Pardubicích dle tohoto průvodce, ač restaurace někdy navštívili.
- 5) Většina dotazovaných respondentů označí, že za nejlepší restauraci považují Bonté.

V praktické části práce byl zjištěn aktuální pohled osobností české gastronomie na gastronomii a kulinářský cestovní ruch České republiky a byla provedena analýza potenciálu tohoto odvětví v Pardubicích.

# 1 KULINÁŘSKÝ CESTOVNÍ RUCH

## 1.1 Cestovní ruch

Cestovním ruchem se rozumí soubor činností zaměřených na uspokojování potřeb souvisejících s cestou a pobytem osob mimo místo trvalého bydliště, zpravidla ve volném čase, za účelem zotavení, poznání, společenského kontaktu, kulturního a sportovního vyžití, lázeňského léčení a pracovních cest. Značnou část těchto potřeb lze uspokojit i mimo rámec cestovního ruchu, ale právě účast na cestovním ruchu představuje vyšší stupeň jejich uspokojení. <sup>1</sup>

Patří k nejrychleji a nejdynamičtěji se rozvíjejícím odvětvím ekonomiky světa. V užším hledisku je definován jako „aktivity osob cestujících do míst mimo jejich obvyklé prostředí nebo pobývajících v těchto místech ne déle než jeden rok za účelem trávení volného času, podnikání či jiným záměrem. Rozšířené pojetí cestovního ruchu vychází z vnímání cestovního ruchu jako komplexního procesu, který zasahuje nejen jeho účastníky, ale také poskytovatele služeb, destinace, v nichž je cestovní ruch realizován, a tranzitní destinace“.<sup>2</sup>

Má na národní i regionální úrovni velmi příznivý dopad na hospodářský růst a zaměstnanost. V současné době se toto odvětví podílí na našem hrubém domácím produktu až 3 % a přímo zaměstnává přes 230 tis. osob.<sup>3</sup>

Představuje v moderním světě důležitou součást národních ekonomik. Pojí se s řadou hospodářských odvětví, významný je zejména díky kumulovanému rozvojovému potenciálu, tzv. multiplikačním efektům. Ekonomický přínos, při zohlednění efektů ve prospěch dalších odvětví, zachycuje satelitní účet cestovního ruchu (TSA).<sup>4</sup>

Objemem tržeb se řadí do čela světového obchodu spolu s obchodem s ropou a automobily. V 83 % zemí světa se toto odvětví řadí mezi pět s největším podílem na vývozu zboží a pro 38 % zemí světa pak představuje cestovní ruch největší zdroj

---

<sup>1</sup> ORIEŠKA, J.. *Technika služeb cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Idea servis, 1999, s. 5. ISBN 80-85970-27-9.

<sup>2</sup> PÁSKOVÁ, M. a J. ZELENKA: *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Linde Praha, 2012, 83 s. ISBN 978-80-7201-880-2.

<sup>3</sup> LEJSEK, Z. *Kolik vydělává tuzemský cestovní ruch?* [online]. [cit. 2015-09-28]. Dostupné z: <<http://www.statistikaamy.cz/2015/04/kolik-vydelava-tuzemsky-cestovni-ruch/>>.

<sup>4</sup> Tamtéž.

devizových příjmů. Po politických a ekonomických změnách v roce 1989 zaznamenal také v ČR progresivní změny a stal se významnou součástí české ekonomiky.<sup>5</sup>

## 1.2 Kulinářský cestovní ruch

Stravovací služby se řadí mezi tzv. základní služby cestovního ruchu (spolu s ubytováním a dopravou), je však zřejmé, že jídlo může být samo o sobě cílem cestovního ruchu. V zahraničí se v této souvislosti používá pojem Culinary tourism nebo Food tourism, méně často Gastronomy. V roce 2012 World Food Travel Association doporučila upustit od dřívějšího pojmu Culinary Tourism a používat širší označení Food Travel, cestování za jídlem.<sup>6</sup>

V české odborné terminologii se můžete setkat s označením „kulinářský cestovní ruch“ nebo „gastronomický cestovní ruch“, zřídka se vyskytuje „gurmánský cestovní ruch“.<sup>7</sup>

Český jazyk používá slovo „pohostinství“ pro souhrnné označení ubytovacích a stravovacích služeb. V současnosti toho slovo označuje poskytování gastronomických a ubytovacích služeb, které jsou předmětem podnikání v sektoru hotelnictví a gastronomie, jsou významnou součástí národních ekonomik řady států.<sup>8</sup>

Slovo gastronomie pochází z Řecka, z řeckého základu (gaster – žaludek a nomos – zvyk). Obecně se pod tímto pojmem rozumí způsob přípravy i konzumace jídla. Jde o celý komplex činností zahrnující nejen kuchařské umění, ale i výběr surovin, použití správné technologie přípravy pokrmů, použití odpovídajícího vybavení, inventáře, nádobí a přístrojů, způsob podávání jídel a nápojů i úroveň stolování.<sup>9</sup>

Pojem „kulinářský cestovní ruch“ (Culinary tourism) poprvé použila Lucy Long v článku Culinary Tourism – A folkloristic perspective on eating and otherness (Long, 1998).

Podle Lucy Long představuje mezinárodní objevitelskou účast na akcích týkajících se jídla, které zahrnují konzumaci, přípravu a prezentaci jídla, kuchyní, tradici stolování a

---

<sup>5</sup> RYGLOVÁ, K., BURIAN M. a I. VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2012, s. 15. ISBN 978-80-247-4039-3.

<sup>6</sup> KOTÍKOVÁ, H. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013, s. 37. ISBN 978-80-247-4603-6.

<sup>7</sup> Tamtéž, s. 37.

<sup>8</sup> Tamtéž, s. 38.

<sup>9</sup> Tamtéž, s. 38.

stravovací zvyky. Jednotlivec je vnímán jako aktivní prvek, který sám dodává význam své turistické zkušenosti a umožňuje estetické vnímání gastronomie.<sup>10</sup>

Wolf (2006) uvádí, že kulinářský cestovní ruch představuje rozvoj a propagaci připravovaného jídla-pití jako atraktivity pro návštěvníky. Mezinárodní asociace kulinářského cestovního ruchu definuje ho jako dosažení jedinečných a nezapomenutelných kulinářských zážitků všech druhů během cestování.<sup>11</sup>

Zkoumat svět pomocí chutí je velmi příjemné, duše každé společnosti se probouzí s vůní jejího jídla.<sup>12</sup>

### 1.1.1 Definice

*„Gastronomický/ kulinářský cestovní představuje takovou formu cestovního ruchu, u kterého je hlavním motivem gastronomie a kulinářské zážitky. Může se jednat o účast na specializovaných gastronomických akcích nebo zážitky spojené s konzumací, s přípravou a prezentací jídla, seznámení se s gastronomickými tradicemi v dané destinaci.“*<sup>13</sup>

*„Forma cestovního ruchu, jejíž účastníci jsou motivováni požitkem z konzumace, kultury stolování, testování a seznamování se s vybranými pokrmy a nápoji.“*<sup>14</sup>

Gastronomický zážitek také umocňuje i místo a atmosféra. Kulinářské cesty probíhají v historických centrech měst, u moře, v přírodě apod., a to ve všech ročních obdobích. Jedná se o moderní trend, ve kterém se kuchaři snaží přiblížit tradiční národní kuchyni zahraničním hostům. Pro tuzemské hosty může být zajímavá nabídka přípravy exotických pokrmů či návštěva gastronomických festivalů, masopustů, atd.<sup>15</sup>

---

<sup>10</sup> KOTÍKOVÁ, H. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013, s. 39. ISBN 978-80-247-4603-6.

<sup>11</sup> Tamtéž.

<sup>12</sup> FREEDMAN, P. *Jídlo – dějiny chuti*. 1. vyd. Praha: Mladá Fronta, 2008, s. 9. ISBN 978-80-204-1847-0.

<sup>13</sup> KOTÍKOVÁ, H. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013, s. 39. ISBN 978-80-247-4603-6.

<sup>14</sup> PÁSKOVÁ, M. a J. ZELENKA: *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Linde Praha, 2012, 101 s. ISBN 978-80-7201-880-2.

<sup>15</sup> KOTÍKOVÁ, H. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013, s. 39-40. ISBN 978-80-247-4603-6.

Kulinářský turismus je cestováním za unikátními a pozoruhodnými kulinářskými zkušenostmi všeho druhu. V současnosti jsou běžně organizovány kulinářsky zaměřené dovolené po celém světě a cestovní kanceláře se snaží realizovat veškerá přání svých klientů, včetně návštěv místních trhů, lekcí vaření, nákupu místních kuchařek, kulinářských veletrhů, degustací místních pokrmů, pív, vín a destilátů.<sup>16</sup>

## 1.2 Jídlo a pití jako součást cestovního ruchu

Zájem o kulinářský cestovní ruch neustále roste. Především zájem o autentické zájezdy během cestování. Také díky jídlu je možné se během cestování seznámit s místní historií, kulturou a tradicemi. Kulinářský cestovní ruch je pokládán za součást kulturního cestovního ruchu, protože gastronomie i způsob stravování jsou projevem kultury. Dalším důvodem pro rostoucí popularitu je zvýšený zájem o zdravý způsob stravování. Pojmy, které se s gastronomií spojují, se označují zkratkou F.L.O.S.S. Zkratka obsahuje první písmena slov *fresh*- svěží, čerstvý, *local* – místní, *organic* – organický, „bio“, *seasonal* – sezónní a *sustainable* – udržitelný. Tyto pojmy se uvádějí zejména v souvislosti s farmářskými trhy. Zákazníci je stále více zajímají o to, co konzumují, zajímá je kvalita a původ surovin i způsob přípravy jídel. V gastronomické terminologii se objevuje termín „pomalé jídlo“ – Slow food jako protiklad k často kritizované „rychlé formě stravování“ – Fast food. To všechno jsou důvody pro nárůst zájmů o kulinářský cestovní ruch. Stravování věnuje část společnosti stále více své pozornosti. Roste počet osob, které zajímá, co jedí a jaký je původ surovin a způsob přípravy. Nezdravé jídlo bývá hanlivě označováno jako *junk food*.<sup>17</sup>

Stravování v současnosti značně ovlivňuje multikulturalismus. Ve stravovacích prioritách a ve způsobu stravování se stále častěji začíná objevovat tzv. zákaznická konvergence, to znamená, že zákaznické chování se v celém světě začíná sblížovat. K jevu také mohou přispět zkušenosti spotřebitelů, které získali během cest.<sup>18</sup>

---

<sup>16</sup> ORSÁKOVÁ, Š a E. OBŮRKOVÁ. *Ochutnejte Českou republiku*. Brno, 2004, s. 22. ISBN 978-80-87222-12-6.

<sup>17</sup> KOTÍKOVÁ, H. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013, s. 40-41. ISBN 978-80-247-4603-6.

<sup>18</sup> KOTÍKOVÁ, H. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013, s. 41. ISBN 978-80-247-4603-6.

Velký vliv na způsob stravování mají také televizní pořady o vaření. Řada kuchařů prostřednictvím svých televizních pořadů činí určitou osvětu v oblasti přípravy pokrmů, popularizuje ji, a rozšiřuje tak gastronomické znalosti diváků. Někteří z těchto kuchařů se sami stávají díky účinkování v televizi celebritymi. Průkopnickým byl pořad *The French Chef* s Julii Child, který byl uváděn v USA od roku 1963. Velkou popularitu v zahraničí získaly britské kuchařské pořady, díky nimž se po celém světě stali populárními např. Jamie Oliver, Gordon Ramsay nebo Nigella Lawson. V České republice mezi nejpopulárnější „televizní“ kuchaře patří např. Zdeněk Pohlreich a Emanuele Ridi.<sup>19</sup>

*„Mezinárodní asociace kulinářského cestovního ruchu (International Culinary Tourism Association – dnes World Food Travel Association) uvádí šest důvodů, které určují význam kulinářského cestovního ruchu:*

- *Každý účastník cestovního ruchu se nějak stravuje. Na rozdíl od jiných služeb je stravování službou nezbytnou.*
- *Stravování se týká všech etnických skupin bez výjimky.*
- *Zájem o kulinářský cestovní ruch zahrnuje všechny věkové skupiny.*
- *Stravování se týká obou pohlaví.*
- *Výsledky průzkumů ukazují, že zájemci o kulinářský cestovní ruch mají vyšší vzdělání než účastníci cestovního ruchu v průměru.*
- *Účastníci kulinářského cestovního ruchu pocházejí z různých příjmových skupin – nabídka kulinářského cestovního ruchu může být velmi variabilní.“*<sup>20</sup>

Trendy v zájmu o kulinářský cestovní ruch:

- rostoucí blahobyt, dopad na spotřebitelské výdaje,
- výdaje se liší dle věkových skupin a typu domácnosti,

---

<sup>19</sup> Tamtéž, s. 41-42.

<sup>20</sup> Tamtéž, s. 42.

- individualismus, jedinečnost,
- multikulturalismus,
- vliv televizních pořadů,
- zdravý životní styl.<sup>21</sup>

Michael Hall rozlišuje 4 typy turistů kulinářského cestovního ruchu:

- gurmán (labužník) – profesionál, který má vysoký zájem o gastronomii;
- gurmán (amatér) – vysoký až střední zájem o gastronomii;
- „potravinový“ turista – nízký nebo příležitostní zájem o gastronomii;
- znalec potravin – nízký nebo příležitostní zájem o potraviny.<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup> YEOMAN, I. Hospitality. *Why food tourism is becoming more important?* [online]. [cit. 2015-10-18]. Dostupné z: <<http://www.hospitalitynet.org/news/4037197.html>>.

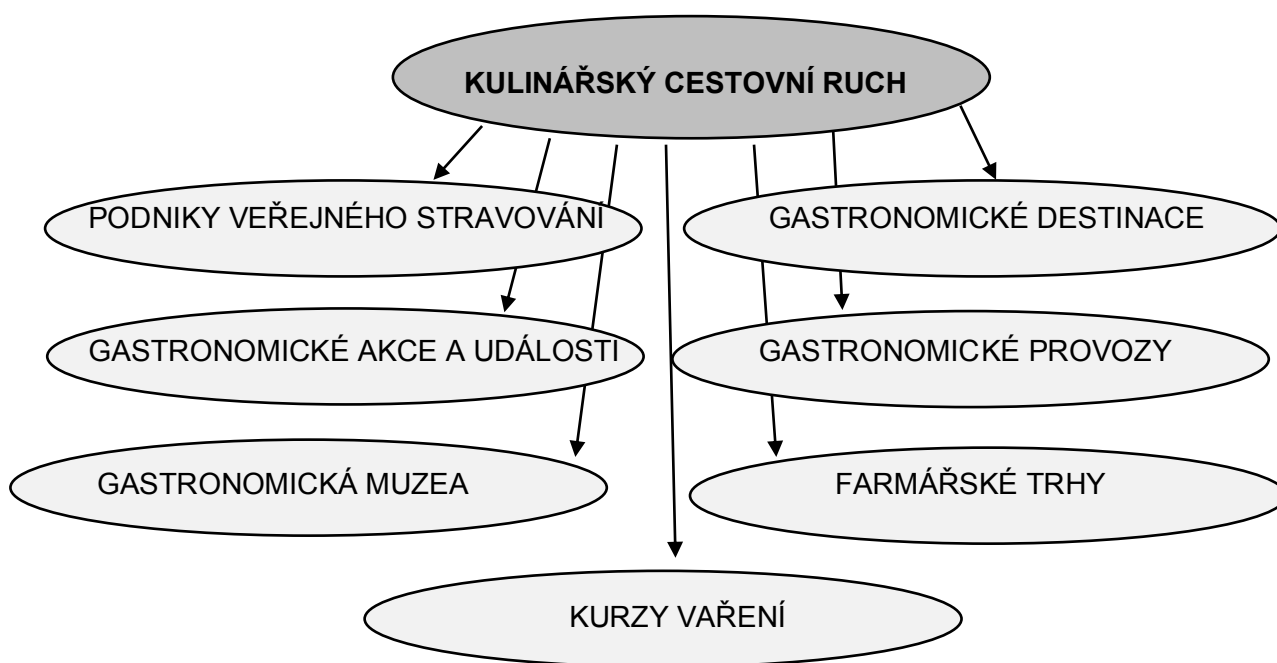
<sup>22</sup> VANÍČEK, J. *Gastronomie a cestovní ruch*. [online]. [cit. 2016-02-21]. Dostupné z: <<http://slideplayer.cz/slide/2962714/>>.



### 1.3 Členění kulinářského cestovního ruchu

Kulinářský cestovní ruch je stále populárnější a v poslední době se stává módní záležitostí. Jedná se o nezbytnou součást cestovního ruchu, která je velmi rozmanitá. Obecně je možné do kulinářského cestovního ruchu zahrnout aktivity, které spočívají v návštěvě následujících objektů a akcí:<sup>23</sup>

**Obrázek 1:** Klasifikace kulinářské cestovního ruchu



Zdroj <sup>24</sup>

<sup>23</sup> KOTÍKOVÁ, H. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013, s. 43. ISBN 978-80-247-4603-6.

<sup>24</sup> Tamtéž, s. 43.

## 1.4 Gastronomie na seznamu kulturního dědictví UNESCO

Že je gastronomie autentickou a tradiční součástí kulturního dědictví, dokládá skutečnost, že se dostala i na Reprezentativní seznam nehmotného kulturního dědictví lidstva. Tento seznam UNESCO existuje od roku 2001 a zahrnuje nemateriální složky kulturního dědictví jako např. kulturní události, tradice, zvyky, dovednosti, které se dědí z pokolení na pokolení a které by neměly být zapomenuty.<sup>25</sup>

*„V roce 2010 byly na seznam zapsány francouzská kuchyně, mexická kuchyně, středomořská strava (2013 Unesco.org) a perníkářství v severním Chorvatsku.“<sup>26</sup>*

Francouzská gastronomie je společenský rituálem, kterým se oslavují důležité okamžiky v životě jedinců a skupin např. narození dítěte, oslavy narozenin, svatby, úspěchy. Gastronomické jídlo spojuje lidi dohromady, zdůrazňuje jednotnost, potěšení z chuti a rovnováhu mezi lidmi a produkty z přírody. Důležitými prvky jsou pečlivý výběr receptu, nákup surovin – nejlépe lokálních, snoubení jídla s vínem, úroveň stolování. Jídlo má pevnou strukturu, menu se skládá z několika chodů ve stanoveném pořadí: předkrm, ryba nebo maso se zeleninou, sýr, dezert, nápoje: od aperitivu po likér. Gastronomický zážitek posiluje sociální vazby.<sup>27</sup>

Tradiční mexická kuchyně zahrnuje zemědělství, rituální praktiky, letité dovednosti, kulinářské techniky a rodové zvyky komunity a chování. To je možné díky kolektivní účasti v celém potravinovém řetězci: od pěstování a sklizně k vaření a stravování. Základem je: kukuřice, fazole a chilli; jedinečné zemědělské metody, jako je Milpas a Chinampas. A také jedinečné nástroje, jako jsou mlecí kameny a kamenné hmoždíře. Dalšími důležitými ingrediencemi jsou rajčata, tykve, avokádo, kakao a vanilka. Tradiční mexická kuchyně udržuje tradice a je nedílnou součástí zejména ve státě Michoacán. Znalosti a techniky vyjadřují komunitní identitu, posilují sociální vazby a budují silnější místní, regionální a národní identitu. Toto úsilí v Michoacánu také zdůrazňuje význam tradiční kuchyně jako prostředek trvale udržitelného rozvoje.<sup>28</sup>

---

<sup>25</sup> KOTÍKOVÁ, H. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013, s. 48. ISBN 978-80-247-4603-6.

<sup>26</sup> Tamtéž, s. 48.

<sup>27</sup> UNESCO. *Gastronomic meal of the French*. [online]. [cit. 2015-10-18]. Dostupné z: <<http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?RL=00437>>.

<sup>28</sup> UNESCO. *Traditional mexican cuisine – ancestral, ongoing community culture, the Michoacán paradigm*. [online]. [cit. 2015-10-18]. Dostupné z: <<http://www.unesco.org/culture/ich/en/RL/00400>>.

Středomořská strava zahrnuje soubor dovedností, znalostí, rituálů, symbolů a tradic týkající se plodin, sklizně, rybaření, chovu zvířat, uchování, zpracování, vaření a zejména sdílení a spotřeby potravin. Společná konzumace jídla je základem kulturní identity a kontinuity komunit po celém Středomoří. Středomořská strava klade důraz hodnoty pohostinství, sousedských vztahů, mezikulturní dialogy a kreativity a způsobu života. Zahrnuje řemeslné zpracování a výroba tradičních nádob pro dopravu a uchování potravin, včetně keramických talířů a šálků. Ženy hrají významnou roli při předávání znalostí o středomořské stravě, chrání si své techniky, při slavnostních událostech předávají své znalosti nových generacím. Zahrnuje: Španělsko, Řecko, Itálii a Maroko.<sup>29</sup>

Perníkářství v severním Chorvatsku. Tradice perníku se objevila v některých evropských kláštorech během středověku a přišla do Chorvatska, kde se stala řemeslem. Perníkářství se objevovalo spolu s výrobou medu a svíček v oblasti severního Chorvatska. Proces výroby perníku vyžaduje zručnost a rychlost. Recept je stejný pro všechny tvůrce: mouka, cukr, voda a jedlá soda, perníkové koření. Každý perníkář zdobí perníčky svým způsobem. Perníkové srdce je nejčastějším motivem. V rodinách se perníkářské řemeslo dědí po staletí z generace na generaci, původně se mu věnovali muži, v poslední době stále častěji také ženy. Perník se stal jedním ze symbolů identity Chorvatska. Dnes jsou perníkari nezbytnou součástí místních slavností, akcí a setkání.<sup>30</sup>

---

<sup>29</sup> UNESCO. *Mediterranean diet*. [online]. [cit. 2015-10-18]. Dostupné z: <<http://www.unesco.org/culture/ich/RL/00884>>.

<sup>30</sup> UNESCO. *Gingerbread craft from Northern Croatia*. [online]. [cit. 2015-10-18]. Dostupné z: <<http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?RL=0035>>.

## 1.5 Podpora rozvoje gastronomického cestovního ruchu

Rozvoj a význam kulinářského cestovního ruchu byl důvodem pro založení Mezinárodní asociace kulinářského cestovního ruchu (International Culinary Tourism Association - ICTA) v roce 2003. V roce 2012 se tato organizace transformovala na World Food Travel Association. WFTA je přední mezinárodní organizací svého druhu, která sdružuje řadu členů. Činnost této organizace se zaměřuje na tři oblasti. Je to výzkum a vzdělávání v oblasti kulinářského cr, podpora rozvoje kulinářského cestovního ruchu a marketing (zejména propagace) kulinářského cr.<sup>31</sup>

Gastronomický cr v České republice má dobré předpoklady pro rozvoj gastronomického cestovního ruchu. Dlouholetou tradici má pivovarnictví a vinařství a jsou zde také tradiční národopisné oblasti se svými speciálními pokrmy podle originálních receptů. Podporující organizace Asociace hotelů a restaurací České republiky, Asociace kuchařů a cukrářů České republiky, Czech Tourism.<sup>32</sup>

V oblasti gastronomie se pořádají v České republice specializované festivaly. Mezi nejznámější a největší patří Prague food festival, který se každoročně pořádá známý Pavel Maurer (vydavatel nezávislého průvodce restauracemi v České republice) na jaře v Praze. Maurer je pořadatel i Grand Restaurant Festival, do kterého se zapojuje více než 100 vyhlášených restaurací z celé republiky.<sup>33</sup>

---

<sup>31</sup> KOTÍKOVÁ, H. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013, s. 49-50. ISBN 978-80-247-4603-6.

<sup>32</sup> Tamtéž, s. 51.

<sup>33</sup> Tamtéž, s. 52.

## 2 GRAND RESTAURANT

### 2.1 Pavel Maurer

\* 1959

Pavel Maurer, propagátor kvalitního stravování, nemilosrdný kritik úrovně českých restaurací a milovník dobrého jídla a pití, pravidelně na Radiožurnálu glosuje úroveň gastronomie v Čechách.<sup>34</sup>

Je zakladatelem a vydavatelem jediného nezávislého průvodce pro našich tuzemských restaurací, nazvaného Maurerův výběr Grand Restaurant. Jeho každoroční vyhlašování deseti vítězných restaurací je prestižní událostí, na kterou se netrpělivě čeká. Svou osobností a vlivem přispívá k tomu, že se dobré a kvalitní jídlo v příjemném prostředí čím dál více stává součástí životního stylu české společnosti. Mnoho let pracoval v reklamním byznysu, v současné době se výhradně věnuje svým aktivitám v gastronomii a také přednáší marketingovou komunikaci na FAMU. Vydal také několik knih v oboru gastronomie.<sup>35</sup>

Hlavní myšlenka Pavla Mauera v Grand Restaurantu je obrana proti špatnému jídlu a nepříjemným číšníkům.<sup>36</sup>

### 2.2 Grand Restaurant

Předchůdce tohoto projektu byl Gurmán, průvodce českými restauracemi založen v roce 1997. V roce 2002 byla založena publikace Maurerův Výběr Grand Restaurant.<sup>37</sup>

---

<sup>34</sup> PALMKNIHY. *Nejezte blbě!* [online]. [cit. 2015-10-29]. Dostupné z: <[http://www.palmknihy.cz/elektronicke-knihy/nejezte-blbe-1.html?a\\_box=udex6cb4#details](http://www.palmknihy.cz/elektronicke-knihy/nejezte-blbe-1.html?a_box=udex6cb4#details)>.

<sup>35</sup> DATABÁZE KNIH. *Pavel Maurer*. [online]. [cit. 2015-10-29]. Dostupné z: <<http://www.databazeknih.cz/zivotopis/pavel-maurer-16495>>.

<sup>36</sup> GRAND RESTAURANT. *O publikaci*. [online]. [cit. 2015-10-29]. Dostupné z: <<http://www.grandrestaurant.cz/o-publikaci>>.

<sup>37</sup> GRAND RESTAURANT. *Historie*. [online]. [cit. 2015-10-29]. Dostupné z: <<http://www.grandrestaurant.cz/historie>>.

Jedná se o publikaci a především webovou aplikaci Mauerův výběr Grand Restaurant. Výběr nejlepších a nejzajímavějších restaurantů ČR. Hodnocení vzniká na základě nezávislých a dobrovolných hodnotitelů, kteří tyto podniky tajně navštěvují za své peníze a následně hodnotí.<sup>38</sup>

V současné době je tento průvodce jediný a nejlepší v této zemi. V Čechách je tato značka již stálicí. Hlavním cílem je nezávisle hodnotit restaurace a přinášet tak ověřené informace a zaručené tipy. Grand Restaurant má svůj okruh hodnotitelů (cca 700), který se každým rokem zvyšuje. Lidé zasílají hodnocení, jak poštou, tak přes internet nebo sms zprávami.<sup>39</sup>

Jedná se o celostátní anketu, která probíhá na základě názorů, návštěv a známek, které udělují dobrovolně a tajně hodnotitelé z vlastní vůle. Výsledné známky u restaurací jsou statistickým průměrem všech platných hodnocení. Restaurace se hodnotí známkami 1 – 5 (jako ve škole) a to podle kvality jídla, obsluhy a interiéru.<sup>40</sup>

*1 - excelentní*

*2 - velmi dobré*

*3 - dobré*

*4 - snesitelné*

*5 - vyhněte se*<sup>41</sup>

Je uváděna též průměrná cena, která se může utratit za kompletní večeři a pití. Výsledky hodnocení se nezveřejňují průběžně, ale pouze jedenkrát za rok na oficiálním vyhlášení výsledků a také v médiích. Jsou pak platné po celý následující rok až do vyhlášení následujícího ročníku.<sup>42</sup>

Hodnotitelé, jsou lidé, kteří tajně a na svoje náklady hodnotí restaurace. Mezi sebou se neznají a patří do různých sociálních a profesních skupin. Zároveň to jsou však odborníci z mnoha dalších zajímavých profesí. Hodnotitelé se rádi vracejí do této pozice, protože si jsou po letech spolupráce vědomi, že jejich názory a hodnocení skutečně ovlivňují výběr nejlepších a nejzajímavějších restaurantů. Hodnotitelem může být každý, kdo se na stránkách Grand Restaurantu zaregistruje a bude posílat své hodnocení.

---

<sup>38</sup> GRAND RESTAURANT. *O publikaci*. [online]. [cit. 2015-10-29]. Dostupné z: <<http://www.grandrestaurant.cz/o-publikaci>>.

<sup>39</sup> Tamtéž.

<sup>40</sup> Tamtéž.

<sup>41</sup> Tamtéž.

<sup>42</sup> Tamtéž.

Hodnotitelé ovlivňují gastronomii v České republice a ti nejaktivnější jsou každoročně zváni na největší gurmánskou party v zemi.<sup>43</sup>

Publikace Maurerův Výběr Grand Restaurant vychází každý rok na začátku prosince. Kde je zpracováno hodnocení a žebříčky TOP 10 restaurací absolutních, TOP 10 v jídle, TOP 10 v obsluze, TOP 10 v interiéru, TOP 10 nejlacinějších a další hodnocení.<sup>44</sup>

**Obrázek 2:** Logo Grand Restaurant 2016



Zdroj <sup>45</sup>

---

<sup>43</sup> GRAND RESTAURANT. *O publikaci*. [online]. [cit. 2015-10-29]. Dostupné z: <<http://www.grandrestaurant.cz/o-publikaci>>.

<sup>44</sup> Tamtéž.

<sup>45</sup> GRANDRESTAURANT. *Média*. [online]. [cit. 2015-10-29]. Dostupné z: <<http://www.grandrestaurant.cz/media>>.

### 3 GASTRONOMICKÉ ASOCIACE

#### Asociace hotelů a restaurací České republiky o. s. (AHR ČR)

Obrázek 3: Logo AHR ČR



Zdroj <sup>46</sup>

Vznikla v roce 2007, sloučením profesních sdružení HO.RE.KA a Národní federace hotelů a restaurací. Jedná se o občanské sdružení, profesní a nepolitická organizace. Sdružuje majitele a provozovatele hotelů, penzionů, restaurací, odborných škol, ale i partnerů nabízejících pro ubytovací či restaurační provozy. Prostřednictvím krajských sekcí má svá zastoupení po celé České republice. V současné době má členská základna 1250 členů. Je stabilní a více jak 70 % kolegů jsou členy organizace déle než pět let. Hlavním cílem organizace je podpora podnikatelů v oboru hotelnictví a gastronomie. Pracuje především v oblasti legislativy a lobbingu, při přípravě nových zákonných opatření prosazuje úpravy, které mohou přispět k lepšímu podnikatelskému prostředí. AHR ČR je otevřené dobrovolné sdružení, podnikajících v oblastech pohostinství, cestovního ruchu a navazujících odvětví, členství je zpoplatněno. Každý člen každoročně platí za své členství, výše se odvíjí dle typu organizace Kč 2.100 – 188.000,--.<sup>47</sup>

---

<sup>46</sup> AHR ČR. [online]. [cit. 2016-01-02]. Dostupné z: <<http://www.ahrcr.cz/>>.

<sup>47</sup> AHR ČR. *O asociaci*. [online]. [cit. 2016-01-02]. Dostupné z: <<http://www.ahrcr.cz/o-asociaci/>>.



## Asociace kuchařů a cukrářů České republiky (AKC ČR)

Obrázek 4: Logo AKC ČR



Zdroj <sup>48</sup>

Předchůdcem AKC ČR byla od roku 1903 organizace Svaz kuchařů. Asociace československých kuchařů a cukrářů obnovila svoji činnost v roce 1990 a rozdělení republiky se v roce 1997 konstituovala pod názvem Asociace kuchařů a cukrářů České republiky. AKC ČR je dobrovolnou nepolitickou, zájmovou organizací. V současné době asociace sdružuje v osmi regionálních pobočkách přes 800 kuchařů a cukrářů z celé České republiky. Společenství navazuje na historickou tradici, zabývá se gastronomií i v jejích širších souvislostech a podporuje veškeré formy spolupráce, které vedou k naplňování hlavních cílů asociace. Organizace mimo jiné pořádá pro své členy i veřejnost gastronomické akce- odborné přednášky, semináře a tréninky, celonárodní soutěže, ale i soutěže s mezinárodní účastí, apod. Svou tradici mají soutěže jako je Kuchař roku, Cukrář roku, Gastro Junior či Gastro Hradec. Národní reprezentační týmy (seniorský a juniorský) a regionální týmu AKC ČR, se úspěšně pravidelně účastní mezinárodních kuchařských a cukrářských soutěží a v celosvětovém hodnocení si dlouhodobě drží 16. místo. Asociace je také členem WACS – Světové federace kuchařských sdružení, rozvíjí aktivní činnosti i v zahraničí. Hlavní cíle AKC ČR: zabývat se problematikou kulinářství a gastronomie ČR; chránit a podporovat zájmy svých členů; podílet se na tvorbě a novele právních předpisů souvisejících s gastronomií; soustřeďovat, analyzovat a zpracovávat důležité poznatky z gastronomie doma i v zahraničí; zasazovat se o zvýšení autority a prestiže oborů kuchař a cukrář i pohostinství jako celku; navazovat vztahy; zúčastňovat se a organizovat gastronomické akce, soutěže, atd.; jako člen WASC vyvíjet aktivní činnost; napomáhat k plnění úkolů. Členem se může stát fyzická osoba starší 18 let, vyučení v oboru kuchaři, cukráři, absolventi odborných škol a další osoby zabývající se v přítomnosti, minulosti či

---

<sup>48</sup> AKC. [online]. [cit. 2016-01-02]. Dostupné z: <<http://akc.cz/>>.

budoucnosti gastronomickou činností, kolektivy škol, podniky a instituce. Členské příspěvky se pohybují od Kč 200 – 5.000,-- ročně.<sup>49</sup>

## Asociace číšníků Česká republika (ASCIS ČR)

Obrázek 5: Logo ASCIS ČR



Zdroj<sup>50</sup>

Asociace číšníků České republiky vznikla registrací stanov na Ministerstvu vnitra ČR v roce 2000 a stává se právním subjektem. Cílem je sdružovat profesně zaměřené pracovníky a zviditelnit obor, který se stal v posledních letech opomíjený, zachovat tradici českého pohostinství, snaha zkvalitnit výuku na gastronomických školách. K naplnění tohoto cíle Asociace: dobrovolně sdružuje profesní pracovníky hotelů a restaurací, učitelů odborných předmětů, mistry odborné výchovy, kolektiv pedagogických pracovníků odborných škol; spolupůsobí při zpracování učebních osnov; přispívá ke zvyšování profesní úrovně pořádáním metodických komisí, seminářů, předváděcích akcí, tím zabezpečuje vzájemnou informovanost a výměnu zkušeností svých členů; zabezpečuje publicity a informovanost veřejnosti o činnosti Asociace; sjednocuje a obhájí zájmy členů; dbá na plnění povinností členů Asociace, vyplývajících ze stanov; dbá na dodržování mravních a etických principů při výchovné činnosti; zastupuje zájmy členů Asociace ve vztahu k dalším orgánům a institucím; pořádá nebo se stává garantem soutěží odbornosti oboru číšník a spolupracuje při barmanských a sommelierských soutěžích; dbá, aby veškeré zkoušky měly potřebnou

<sup>49</sup> AKC. *Kdo jsme*. [online]. [cit. 2016-01-02]. Dostupné z: <<http://akc.cz/kdo-jsme.php>>.

<sup>50</sup> GOOGLE. *Obrázky. Asociace číšníků*. [online]. [cit. 2016-01-02]. Dostupné z: <[https://www.google.cz/search?q=asociace+%C4%8D%C3%ADsn%C3%ADk%C5%AF&biw=1366&bih=670&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwi9iKjrs4vKAhUcKSwKHWNmChEQ\\_AUIBigB#imgrc=wucM-iMxF2j7RM%3A](https://www.google.cz/search?q=asociace+%C4%8D%C3%ADsn%C3%ADk%C5%AF&biw=1366&bih=670&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwi9iKjrs4vKAhUcKSwKHWNmChEQ_AUIBigB#imgrc=wucM-iMxF2j7RM%3A)>.

úroveň; v případě zájmu zakládá regionální pobočky. Členství v asociaci je dobrovolné, členem se může stát každý profesní pracovník starší 18 let, odborný učitel, mistr odborné výchovy, ale i kolektivní členy/ gastronomické školy. Výše členských příspěvků se pohybuje od Kč 100 – 3.000,-- ročně.<sup>51</sup>

## Česká barmanská asociace (CBA)

**Obrázek 6:** Logo CBA



Zdroj <sup>52</sup>

CBA je právnickou osobou zapsanou ve spolkovém rejstříku, je samostatný, dobrovolný a otevřený svazek členů, jenž je nezávislý, nepolitický a odborný. Je spolkem fyzických osob působících v oblasti gastronomie a cestovního ruchu. Účelem CBA je: udržovat a podporovat vztahy mezi členy, zprostředkovávat výměnu informací, podporovat a prezentovat aktivitu členů; zasadit se o prosazování správnosti technologie přípravy nápojů; zajišťovat aplikaci nových poznatků; prosazovat, obhajovat a ochraňovat zájmy členů; podporovat, utvářet, zvyšovat úroveň a zlepšovat dobré jméno a pověst gastronomických oborů; napomáhat vytváření podmínek pro zvyšování kvalifikace v gastronomických oborech; aktivně se zasazovat o zdravý životní styl, propagaci nápojů, připravovaných zásadně z kvalitních surovin; podporovat aktivity vedoucí k boji pro alkoholismu a užívání návykových látek. Hlavní činnost spolku směřuje k naplnění výše jmenovaných účelů prostřednictvím: organizování akcí odborného a společenského charakteru, barmanských soutěží, soutěží baristů, sommeliérů, teatenderů a jiných gastronomických soutěží; spolupráce v rámci vzdělávání a propagace oboru s ostatními odbornými spolky a sdruženími v oblasti gastronomie a cestovního ruchu v ČR a zahraničí; zatupuje členy; shromažďování, analyzování, zpracování a zpřístupnění relevantních informací, doporučení a důležitých poznatků a zkušeností; poskytování poradenské činnosti pro členy CBA; nakupování, získávání,

---

<sup>51</sup> ASCISCR. *Stanovy*. [online]. [cit. 2016-01-02]. Dostupné z: <<http://www.asciscr.cz/stanovy>>.

<sup>52</sup> CBA. [online]. [cit. 2016-01-02]. Dostupné z: <<http://www.cbanet.cz/>>.

pronajímání, prodávání či spravování věcí, které mohou být pokládány za nutně prospěšné k dosažení účelu CBA; vytváření a realizování vzdělávacích programů a systémů; vedení seznamu členů; poskytování informací členům; snahy vyvolávat svoji činností zájem o členství v CBA. Členem CBA se může stát osoba starší 18 let, CBA má dva druhy členství řádné (aktivně pracující osoba v gastronomii) a čestné (může být uděleno prezidentem asociace významným osobnostem z oboru gastronomie, je doživotní). Výše členského příspěvku činí Kč 2.000,-- ročně.<sup>53</sup>

## Asociace sommeliérů Česká republika (AS ČR)

Obrázek 7: Logo AS ČR



AS ČR vznikla v roce 1997, v roce 1998 byla ve Vídni přijata do Mezinárodní asociace sommeliérů (ASI). Asociace je dobrovolná, cechovní, nepolitická zájmová organizace, která sdružuje fyzické i právnické osoby, zastřešuje profesionální sommeliéry, pracovníky v gastronomii, milovníky vín, hotelové školy, gastronomická zařízení. Úkoly AS ČR: zabývat se problematikou sommeliérství, vinařství, degustace a harmonie vín a pokrmů jako celku v ČR i ve vztahu k zahraničí s cílem zvyšovat úroveň na profesní bázi; hájit a podporovat společné zájmy členů; podílet se na tvorbě a na novele právních předpisů související s obory; soustřeďovat, analyzovat a zpracovávat důležité poznatky a zkušenosti z oboru sommeliérství z doma i v zahraničí; poskytovat členům odborné

<sup>53</sup> CBA. Stanovy. [online]. [cit. 2016-01-02]. Dostupné z: <[http://www.cbanet.cz/cba\\_stanovy](http://www.cbanet.cz/cba_stanovy)>.

<sup>54</sup> GOOGLE. Obrázky. *Asociace sommeliérů*. [online]. [cit. 2016-01-02]. Dostupné z: <[https://www.google.cz/search?hl=cs&site=img&tbm=isch&source=hp&biw=1366&bih=670&q=asociace+sommeli%C3%A9r%C5%AF&oq=asociace+somme&gs\\_l=img.3.0.0i24l2.1155.5803.0.6928.18.12.2.4.6.0.220.1290.1j7j1.9.0....0...1ac.1.64.img..6.12.1303.LVpKBOrpErU#imgrc=RLqdWXqBf0jdKM%3A](https://www.google.cz/search?hl=cs&site=img&tbm=isch&source=hp&biw=1366&bih=670&q=asociace+sommeli%C3%A9r%C5%AF&oq=asociace+somme&gs_l=img.3.0.0i24l2.1155.5803.0.6928.18.12.2.4.6.0.220.1290.1j7j1.9.0....0...1ac.1.64.img..6.12.1303.LVpKBOrpErU#imgrc=RLqdWXqBf0jdKM%3A)>.

informační, konzultační a poradenské služby; zasazovat se o zvýšení autority a prestiže oboru sommeliér i pohostinství a gastronomie jako celku; navazovat vztahy s obdobnými gastronomickými asociacemi apod.; zúčastňovat se a organizovat gastronomické akce, soutěže, výstavy apod.; jako člen ASI vyvíjet aktivní činnost i na mezinárodním poli; zvláštní pozornost věnovat výchově a vzdělávání mládeže; napomáhat k plnění úkolů a k informovanosti svých členů i další odborné veřejnosti; vydávání publikací podle platných právních norem; propagace tuzemských nápojů a vín z ČR ve světě. Členem se může stát kdokoli, kdo zapadá do některého typu z členství. Výše členského příspěvku se odvíjí od typu členství Kč 1.500 – 100.000,-- / ročně.<sup>55</sup>

### 3.1 Czech Specials

**Obrázek 8:** Logo Czech Specials



Zdroj <sup>56</sup>

*„Czech Specials je partnerským projektem agentury Czech Tourism, Asociace hotelů a restaurací a Asociace kuchařů a cukrářů České republiky. Projekt si klade za cíl zvýšit povědomí o regionální gastronomii České republiky a vznikl s cílem podpořit restaurace, jež nabízejí tradiční českou poctivou gastronomii v moderním pojetí. Prezентuje českou kuchyni jako rozmanitou v rámci jednotlivých regionů, plnou jedinečných pokrmů, širokého spektra způsobů jejich příprav. České restaurace jsou místem, kde turisté mohou počítat s kvalitními službami. Czech Specials je zároveň certifikační značkou, jež má zajistit, že právě v takto certifikované restauraci hosté dostanou tradiční české pokrmy v odpovídající kvalitě.“ <sup>57</sup>*

---

<sup>55</sup> Asociace sommeliérů Česká republika. Statut. [online]. [cit. 2016-01-02]. Dostupné z: <<http://www.sommeliers.cz/content/statut-asociace-sommelier%C5%AF-%C4%8Dr>>.

<sup>56</sup> CzechSpecials. Média. [online]. [cit. 2016-01-02]. Dostupné z: <<http://www.czechspecials.cz/special-pages/media/download/>>.

<sup>57</sup> CzechSpecials. Představení projektu. [online]. [cit. 2016-01-02]. Dostupné z: <<http://www.czechspecials.cz/about-us/>>.

## 4 NEJZNÁMNĚJŠÍ FESTIVALY

### 4.1 Jídla

Festival jídla, jedná se o přehlídku gastronomických zařízení, které předvádějí své nejlepší kulinářské umění veřejnosti, společně na jednom místě.

Stávají se velmi populárními a vyhledávanými, proto se také zvyšuje jejich počet a po celé republice přibývají stále nové a nové.

V diplomové práci jsou vybrány nejznámější a velmi navštěvované festivaly jídla, které mají již svoji tradici.

#### 4.1.1 Foodparade

**Obrázek 9:** Logo Foodparade



Zdroj <sup>58</sup>

Foodparade je festival jídla a pití, který má tradici již 5 let. V zahradách Trojského zámku v Praze, je o víkendu, každoročně v měsíci září, rozprostřeno desítky stánků plných kuchařů známých luxusních restaurací i nadšenců z menších kuchyní. Každá restaurace představí své připravené degustační menu, aby návštěvníkům zprostředkovala nejlepší zážitek z jejich kuchyně. Akce je spojena s bohatým doprovodným programem, kde panuje uvolněná atmosféra. Dvoudenní bohatý program se skládá především z Kuchařských show a ukázek nových trendů.<sup>59</sup>

- 5. ročník, 5. – 6. září 2015, hostilo návštěvníky 25 restaurací.<sup>60</sup>

<sup>58</sup> FOOTPARADE. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <<http://www.foodparade.cz/>>.

<sup>59</sup> FOOTPARADE. *O Foodparade*. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <<http://foodparade.cz/cs/o-foodparade2015.php>>.

<sup>60</sup> FOOTPARADE. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <<http://www.foodparade.cz/>>.

- Cena jednodenní vstupenky pro dospělého, platné celý den. Vstupenka, v předprodeji stojí 300 Kč (100 Kč vstupné + 200 Kč konzumace), na místě stojí 350 Kč (150 Kč vstupné + 200 Kč konzumace).<sup>61</sup>
- Degustační menu si můžete koupit za festivalovou měnu „chef“, kterou si proměníte při vstupu. 1 chef má hodnotu 20 Kč. <sup>62</sup> Ceny degustačních pokrmů se pohybují od 2 až 15 chefů.<sup>63</sup>
- Při 5. ročníku se konal 6. ročník MAKRO Mistrovství ČR ve filetování čerstvého lososa, které mohli návštěvníci shlédnout.<sup>64</sup>
- Doprovodný program festivalu, internetová soutěž I LOVE FOOD pro amatérské kuchtíky o hodnotné ceny.<sup>65</sup>

#### 4.1.2 Prague Food Festival

**Obrázek 10:** Logo Prague Food Festival



Zdroj <sup>66</sup>

Prague Food Festival se koná na Pražském hradu v Královských zahradách a přilehlé Míčovně, každoročně v květnu.<sup>67</sup> **V roce 2007 byl historicky prvním gastronomickým**

<sup>61</sup> FOOTPARADE. *Vstupenky*. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <[http://foodparade.cz/cs/vstupenky\\_2015.php](http://foodparade.cz/cs/vstupenky_2015.php)>.

<sup>62</sup> FOOTPARADE. *O Foodparade*. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <<http://foodparade.cz/cs/foodparade2015.php>>.

<sup>63</sup> FOOTPARADE. *Co ochutnáte*. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <<http://foodparade.cz/cs/co-ochutnate2015.php>>.

<sup>64</sup> FOOTPARADE. *Program*. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <<http://foodparade.cz/cs/program2015.php>>.

<sup>65</sup> FOOTPARADE. *Soutěž*. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <<http://foodparade.cz/cs/soutez2015.php>>.

<sup>66</sup> PRAGUEFOODFESTIVAL. *Média*. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <<http://www.praguefoodfestival.cz/media>>.

<sup>67</sup> PRAGUEFOODFESTIVAL. *Kudy k nám*. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <<http://www.praguefoodfestival.cz/kudy-k-nam>>.

**festivalem v České republice.** Festivalu se zúčastňuje výběr těch nejlepších a nejzajímavějších restaurací z celé České republiky podle průvodce Maurerův výběr Grand Restaurant. Festival se řídí v duchu motto „Nejezte, nepijte ani nežíjte blbě“.<sup>68</sup> Patronem a zakladatelem festivalu je již zmiňovaný milovník jídla Pavel Maurer.

- 9. ročník, 29. - 31. května 2015, hostilo návštěvníky 42 degustačních stánků.
- Návštěvnost festivalu přesáhla 17 tisíc návštěvníků za tři dny.<sup>69</sup>
- Cena základního vstupné činí v předprodeji 450 Kč (150 Kč vstup + 300 Kč balíček 10 Grandů na degustaci), na místě 500 Kč (200 Kč vstup + 300 Kč balíček 10 Grandů na degustaci).
- Festivalové platidlo 1 Grand = 30 Kč, za které si můžete koupit degustační menu. Ceny degustačních pokrmů se pohybují od 2 až 10 Grandů.<sup>70</sup>
- „*Novinkou byl doprovodný program v Míčovně: „Zdravá cesta“ spojený s cooking show, degustacemi a workshopy.*“<sup>71</sup>
- Jubilejní plánovaný 10. ročník vzdá hold slavnému českému králi a římskému císaři Karlu IV., letos uplyne 700 let od jeho narození.<sup>72</sup>

---

<sup>68</sup> PRAGUEFOODFESTIVAL. *O festivalu.* [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <<http://www.praguefoodfestival.cz/o-festivalu>>.

<sup>69</sup> Tamtéž.

<sup>70</sup> PRAGUEFOODFESTIVAL. *Vstupenky.* [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <<http://www.praguefoodfestival.cz/zpusob-platby>>.

<sup>71</sup> PRAGUEFOODFESTIVAL. *O festivalu.* [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <<http://www.praguefoodfestival.cz/o-festivalu>>.

<sup>72</sup> PRAGUEFOODFESTIVAL. *Restaurace a menu.* [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <<http://www.praguefoodfestival.cz/restaurace-seznam-pff>>.



#### 4.1.3 Grand Restaurant Festival

Obrázek 11: Logo Grand Restaurant Festival



Zdroj <sup>73</sup>

Původní myšlenka festivalu Grand Restaurant Festival byla jednoduchá: „*Dát lidem možnost ochutnat vysokou gastronomii za přijatelnou cenu v klidných povánočních měsících!*“ Každoročně jsou vybírány restaurace nejlepší a nejzajímavější z celé republiky dle Maurerova výběru Grand Restaurant 2015, aby připravili speciální degustační menu, které je předem stanoveno a jež si může každý zájemce přes internet objednat dopředu za zvýhodněné festivalové ceny.

- 6. ročník, leden-únor 2015, 85 hostitelských restaurací v 32 městech po celé ČR. Návštěvnost festivalu byla 27.831 hostů, největší zájem byl v Praze, Jihomoravském a Moravskoslezském kraji.
- Nejnavštěvovanějším podnikem tohoto ročníku byla secesní Francouzská restaurace Art Nouveau v Obecním domě, její menu ochutnalo 1771 hostů.<sup>74</sup>
- Festivalové menu: „*Gastronaut – objevujeme nové chutě*“  
„*Inspirace – ochutnejme tradiční recepty*“  
„*Terroir – budme v rovnováze s přírodou*“<sup>75</sup>
- Festivalové ceny za ochutnávky:  
Základní ochutnávka: 1 jídlo dle výběru + 1 láhev přírodní vody, 250 Kč

---

<sup>73</sup> GRANDRESTAURANTFESTIVAL. *Média*. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <[http://www.grandrestaurantfestival.cz/data/files/logo\\_GRF.jpg](http://www.grandrestaurantfestival.cz/data/files/logo_GRF.jpg)>.

<sup>74</sup> GRANDRESTAURANTFESTIVAL. *Historie*. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <<http://www.grandrestaurantfestival.cz/historie>>.

<sup>75</sup> GRANDRESTAURANTFESTIVAL. *O festivalu*. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <<http://www.grandrestaurantfestival.cz/o-festivalu>>.

Dvouchodová degustace: 2 jídla dle výběru + 1 sklenka vína nebo 1 sklenka piva + 1 láhev přírodní vody, 500 Kč

Tříchodová degustace: 3 festivalová jídla + 2 sklenky vína nebo 2 sklenky piva + 1 láhev přírodní vody, 600 Kč.<sup>76</sup>

#### 4.1.4 Mňam Tour

Obrázek 12: Logo Mňam Tour



Zdroj <sup>77</sup>

Mňam Tour je netradiční forma festivalu spojená s výpravou za kulinářským zážitkem.

Filosofií Mňam Tour je pořádat výpravy max. 10 – 15 osob, pro foodie, gurmány a gastronomy, kterým představí kuchaře, farmáře, vinaře, pivaře, pekaře, uzenáře, koňakáře. Nejedná se o návštěvu hvězdičkami oceněných restaurantů, ty si může najít každý sám. Mňam Tour poskytuje nevídaný zážitek a vždy bude osobně přítomen Pavel Maurer nebo někdo z jeho týmu, kdo zná danou destinaci.<sup>78</sup>

*„Smyslem Mňam Tour je objevovat nenápadné rodinné restauranty, zapadlé kvalitní hospůdky, vinice, o nichž se nezmiňuje žádný velký průvodce, vesnická tržiště, skvělé lokální producenty, na které nenarazíte v žádném supermarketu.“<sup>79</sup>*

<sup>76</sup> GRANDRESTAURANTFESTIVAL. *O festivalu*. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <<http://www.grandrestaurantfestival.cz/o-festivalu>>.

<sup>77</sup> MNAMTOUR. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <<http://www.mnamtour.cz/uvodni-strana/>>.

<sup>78</sup> MNAMTOUR. *O nás*. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <<http://www.mnamtour.cz/o-nas/>>.

<sup>79</sup> Tamtéž.

„Gastronomické výpravy za kulinářskými zážitky probíhají jak po celé ČR v podobě Mňam busů, Mňam vlaků, Mňam balíčků či dalších Mňam zážitků, tak po světě, kde objevujeme a ochutnáváme tamní zvyklosti a tradice.“ Již navštívené zahraniční destinace: Sevilla, Andalusie; cyklistický výlet Loira – Chinon, Francie; Maledivy; Mauricius; Zell im Zillertal, Rakousko; Burgenland, Rakousko.<sup>80</sup>

#### 4.1.5 Prima Fresh Festival (Apetit festival)

Festival bude blíže představen v kapitole 8.1

#### 4.1.6 Gastronomické slavnosti Magdaleny Dobromily Rettigové

**Obrázek 13:** Logo Gastronomických slavností M. D. Rettigové



Zdroj <sup>81</sup>

Festival setkání gourmetů a milovníků dobrého jídla a pití s kuchaři, odborníky na moderní gastronomii a výrobcí kvalitních potravin, na litomyšlském Smetanově náměstí, aby vzdali hold Magdaleně Dobromile Rettigové, průkopnici české kuchyně. Tato národní buditelka, básnička, spisovatelka a především autorka slavné Domácí kuchařky v Litomyšli pobývala posledních 11 let svého života a je na zdejším hřbitově pochována. Slavnosti jsou konané k počtě Rettigové a jsou inspirovány zejména jejím stále moderním přístupem, když hospodyňka učila, aby ve vaření nepodléhaly stereotypu, experimentovaly, radovaly se z pečlivého servírování a vaření se stalo jejich zálibou.

---

<sup>80</sup> MNAMTOUR. *Historie*. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <<http://www.mnamtour.cz/vypravy>>.

<sup>81</sup> GASTROSLAVNOSTI. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <<http://www.gastroslavnosti.cz/>>.

„Chut' a estetika, tradice a experiment v gastronomii podle Magdaleny Dobromily Rettigové“<sup>82</sup>

- 4. ročník, květen 2015, Litomyšlské náměstí plné stánků
- Bez vstupného, bez festivalové měny, degustační pokrmy a výrobky si můžete libovolně zakoupit.
- Dvoudenní gastrofestival s rozmanitým doprovodným programem.
- Soutěž odborných škol.
- Soutěž o nejlepší svíčkovou.
- Soutěž o kotlík starosty Litomyšle.
- Soutěž jedlíků.
- Soutěž o nejlepší bábovku.
- Slavnosti probíhají ve spolupráci s Asociací kuchařů a cukrářů České republiky (AKC ČR)
- Slavnosti jsou pod záštitou Ing. Jany Pernicové, náměstkyně hejtmana Pardubického kraje.<sup>83</sup>

---

<sup>82</sup> GASTROSLAVNOSTI. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <<http://www.gastroslavnosti.cz/>>.

<sup>83</sup> Tamtéž.

## 4.2 Vína

Milovníci vína se mohou zúčastňovat mnoha festivalů, které jsou pořádány v České republice v malém i ve velkém rozsahu. Cílem festivalů je představení vinařů a jejich produktů, požitekova degustace s příjemnou atmosférou, která k vínu neodmyslitelně patří.

### 4.2.1 Ze sklepa do sklepa, Velké Bílovice

**Obrázek 14:** Logo Velkobílovičtí vinaři



Zdroj <sup>84</sup>

Největší tuzemská akce typu otevřených vinných sklepů. Místní vinaři ji pořádají od roku 2006. Akce se koná v malé vinařské vesničce Velké Bílovice se sítí vinařských uliček, podél kterých stojí téměř 650 soukromých sklepů sloužící především malovinařům. Vedle tradiční sklepních staveb zde vyrůstají i moderní vinařství. <sup>85</sup> V 10. ročníku bylo otevřeno 50 sklepů. <sup>86</sup>

- 10. ročník, 28. 3. 2015, 11 – 19 hod.
- Největší putování v České republice.

---

<sup>84</sup> GOOGLE. Obrázky. *Velkobílovičtí vinaři*. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <[https://www.google.cz/search?hl=cs&site=img&tbm=isch&source=hp&biw=1366&bih=670&q=velkob%C3%ADlovi%C4%8Dt%C3%AD+vina%C5%99i&oq=velkob%C3%ADlovi%C4%8Dt%C3%AD+vina%C5%99i&gs\\_l=img.3..0i24.554.554.0.1022.1.1.0.0.0.162.162.0j1.1.0....0...1ac..64.img..0.1.162.rOrsmJQ7VNs#imgrc=H\\_1mz49iDqL58M%3A](https://www.google.cz/search?hl=cs&site=img&tbm=isch&source=hp&biw=1366&bih=670&q=velkob%C3%ADlovi%C4%8Dt%C3%AD+vina%C5%99i&oq=velkob%C3%ADlovi%C4%8Dt%C3%AD+vina%C5%99i&gs_l=img.3..0i24.554.554.0.1022.1.1.0.0.0.162.162.0j1.1.0....0...1ac..64.img..0.1.162.rOrsmJQ7VNs#imgrc=H_1mz49iDqL58M%3A)>.

<sup>85</sup> STEZKY. *Doporučené otevřené sklepy*. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <<http://www.stezky.cz/Akce/Otvorene-sklepy/Jizni-Morava/Doporucene-akce.aspx>>.

<sup>86</sup> ČESKÉ VÝLETY. *Ze sklepa do sklepa*. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <[http://www.ceskevylety.cz/slavnosti.php?kod=3847\\_ze-sklepa-do-sklepa-velke-bilovice](http://www.ceskevylety.cz/slavnosti.php?kod=3847_ze-sklepa-do-sklepa-velke-bilovice)>.

- Vstupné pro rok 2015 bylo: 1.100 Kč, v ceně vstupenky je nákup vína v hodnotě 600 Kč, kapsička, sklenička, katalog, mapa, propiska, degustace, kulturní program, doprava, voda.<sup>87</sup>
- Sobota: Ze sklepa do sklepa.
- Neděle: nákup vín u vinařů.
- Program: otevřené sklepy, cimbálová muzika, stánky s občerstvením, večerní program na náměstí.
- Akci navštívilo 5680 návštěvníků.<sup>88</sup>
- Autobusové svozy mezi vinařskými trasami.
- Online rezervace vstupenek.
- Registrace probíhá vždy v den festivalu v kulturním domě.

#### 4.2.2 Pardubický festival vína

**Obrázek 15:** Logo Pardubického festivalu vína



Zdroj <sup>89</sup>

Pardubický festival vína je svátkem nejen dobrého pití, ale i chutného jídla, které v 18. ročníku nabídl Irský restaurant St. Patrick. Milovníci vína mohli na zámku degustovat, ale také i rovnou nakupovat vítězné vzorky. Příjemnou atmosféru dotvářely moravské lidové písně. Vzhledem k výbornému jménu festivalu ve vinařských kruzích si cestu

<sup>87</sup> STEZKY. *Doporučené otevřené sklepy*. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <<http://www.stezky.cz/Kalendar-akci/Akce-Jizni-Morava-%281%29/ZE-SKLEPA-DO-SKLEPA-2015.aspx>>.

<sup>88</sup> VELKÉ BILOVICE. *Ze sklepa do sklepa*. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <<http://velkebilovice.com/ze-sklepa-do-sklepa-02-04-2016>>.

<sup>89</sup> PARDUBICKÝ FESTIVAL VÍNA. [online]. [cit. 2016-01-09]. Dostupné z: <<http://www.pardubickyfestivalvina.cz/>>.

na pardubický zámek nachází také stále více tuzemských i zahraničních producentů a dovozců vín. Vinařská noc nepatří pouze zámku, ale slavilo se i v podzámčí na Pernštýnském náměstí, kde vypukla tradiční lidová veselice, také probíhaly různé soutěže s tematikou vína, ukázka sabrage v podání jednoho z nejlepších českých sommeliérů Libora Nazarčuka a nechyběla ani ohnivá show.<sup>90</sup>

- 18. ročník, 28. 29. 8. 2015, zámek Pardubice.
- Program: 28. 8. Sommelier Znovín 2015
  - 28. 8. Výstava vín na pardubickém zámku
  - 28. 8. Pardubická vinařská noc
  - 29. 8. Výstava vín na pardubickém zámku<sup>91</sup>
- Více než 50 vystavovatelů z celého světa, představeno více než 500 vzorků vín.<sup>92</sup>
- Počet návštěvníků festivalu přesáhl 5.000, vinařské noci téměř 13.000.
- Doprovodný program pro lepší atmosféru.
- Vstupné na festival 100 Kč, zahrnuje degustační skleničku s logem festivalu, 3 ochutnávkové žetony do začátku a pro prvních 200 návštěvníků dárek – taštička na skleničku.<sup>93</sup>

---

<sup>90</sup> PARDUBICKÝ FESTIVAL VÍNA. *Pardubický festival vína*. [online]. [cit. 2016-01-09]. Dostupné z: <<http://www.pardubickyfestivalvina.cz/novinky/pardubicky-festival-vina->>.

<sup>91</sup> PARDUBICKÝ FESTIVAL VÍNA. [online]. [cit. 2016-01-09]. Dostupné z: <<http://www.pardubickyfestivalvina.cz/>>.

<sup>92</sup> PARDUBICKÝ FESTIVAL VÍNA. *Pardubický festival vína*. [online]. [cit. 2016-01-09]. Dostupné z: <<http://www.pardubickyfestivalvina.cz/novinky/pardubicky-festival-vina->>.

<sup>93</sup> PARDUBICKÝ FESTIVAL VÍNA. [online]. [cit. 2016-01-09]. Dostupné z: <<http://www.pardubickyfestivalvina.cz/>>.

### 4.2.3 Grand Jour de Champagne

**Obrázek 16:** Logo Grand jour de Champagne



Zdroj <sup>94</sup>

Oslava svátku šampaňského je festival Grand Jour de Champagne. Největší festival šampaňského, který je světově unikátní, stal se pravidelnou akcí v kalendáři prestižních událostí gastronomického života. Jedná se o čtyřdenní program, je koncipovaný nejen z hlediska prezentace champagne z různých úhlů pohledu, ale také, aby umožnil efektivní marketingové využití pro partnery. Ale také v podobě nabízených banketů v Praze a Brně. 9. ročník byl díky podpoře velvyslance Francie, Jeho excelence pana Jean-Pierra Asvazadouriana. Hlavní část probíhala na francouzském velvyslanectví v Praze v barokním Buquoyském paláci.<sup>95</sup>

- 9. ročník, listopad 2015.
- Největší festival šampaňského.
- Očekávaná návštěvnost překročení 10.000 návštěvníků.
- Online rezervace vstupenek na webu.<sup>96</sup>
- Program: Degustace; Champagne Exhibition Brno a Praha; Champagne bankety.
- Festivalové ceny za objednaný program se pohybují v cenovém rozmezí: 1.150 Kč – 69.000 Kč/ stůl.<sup>97</sup>

---

<sup>94</sup> CHAMPAGNE-GRANDJOUR. [online]. [cit. 2016-01-09]. Dostupné z: <<http://www.champagne-grandjour.cz/>>.

<sup>95</sup> Tamtéž.

<sup>96</sup> CHAMPAGNE-GRANDJOUR. [online]. [cit. 2016-01-09]. Dostupné z: <<http://www.champagne-grandjour.cz/>>.

<sup>97</sup> CHAMPAGNE-GRANDJOUR. *Grand Jour 2015*. [online]. [cit. 2016-01-09]. Dostupné z: <<http://champagne-grandjour.cz/grand-jour-2015.html>>.



## 5 ŽEBŘÍČEK RESTAURACÍ

### 5.1 Žebříček restaurací Grand Restaurant

Výsledky jsou vyhodnoceny na základě nezávislých názorů a dobrovolných hodnotitelů. U jednotlivých restaurací se hodnotí kvalita jídla, obsluhy a interiéru. Výsledné pořadí TOP 10 restaurací vzniklo zprůměrováním všech platných hodnocení.<sup>98</sup>

#### Historické žebříčky TOP 10 absolutně (výňatek 2012-2016)

Tabulka 1: Žebříček TOP 10 absolutně, rok 2012

Rok 2012	
1.	Terasa u Zlaté Studně
2.	Radisson Blu, Alcron
3.	Radisson Blu, La Rotonde
4.	La Degustation Bohême Bourgeoise
5.	V Zátíší
6.	Koishi Fish & Sushi
7.	La Terroir
8.	Obecní dům, Fr. Rest. Art Nouveau
9.	Chateau Mcely, Piano Nobile
10.	Sansho

Zdroj<sup>99</sup>

První místo patří pražské restauraci Terasa u Zlaté Studně. Historie restaurace sahá až do roku 1528. Již kolem roku 1900 byla v domě malá hospůdka, v roce 2008 prošla restaurace rozsáhlou rekonstrukcí. Restaurace se vyznačuje nejen delikátní kuchyní a mistrovskými díly šéfkuchaře Pavla Sapíka, ale také s překrásnou střešní terasou s výhledem na Prahu. Restaurace s kapacitou 40 osob se zaměřuje na českou a mezinárodní kuchyni. Nabízí menu degustační, a-la carte, dezertní, obědové, snídaňové, valentýnské.<sup>100</sup>

<sup>98</sup> GRANDRESTAURANT. *Historie*. [online]. [cit. 2015-12-27]. Dostupné z: <<http://www.grandrestaurant.cz/historie>>.

<sup>99</sup> Tamtéž.

<sup>100</sup> TERASA U ZLATÉ STUDNĚ. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <<http://www.terasauzlatestudne.cz/>>.

**Tabulka 2:** Žebříček TOP 10 absolutně, rok 2013

Rok 2013	
1.	Koishi Fish & Sushi
2.	Radisson Blu, Alcron
3.	La Terroir
4.	Terasa U Zlaté studně
5.	Chateau Mcely, Piano Nobile
6.	La Degustation Bohéme Bourgeoise
7.	V Zátíší
8.	Aria hotel, Coda
9.	Francouzská restaurace Art Nouveau
10.	Radisson Blu, La Rotonde

Zdroj <sup>101</sup>

První žebříčky nepatří pouze pražským restauracím a to dokázala brněnská restaurace Koishi Fish & Sushi. Restaurant, který byl poprvé otevřen pro své hosty 6. dubna 2009 je zaměřen na ryby a sushi. Základ nabídky tvoří originálně a moderně pojatá evropská kuchyně snoubená s asijskými prvky. Chloubou jsou čerstvé mořské i sladkovodní ryby v režii šéfkuchaře Petra Fučika, který především klade akcent na čerstvost surovin. Nabízí menu a-la carte a japonské sushi.<sup>102</sup>

**Tabulka 3:** Žebříček TOP 10 absolutně, rok 2014

Rok 2014	
1.	Chateau Mcely, Piano Nobile
2.	La Degustation Bohéme Burgeoise
3.	Radisson Blu, Alcron
4.	Bellevue
5.	Kalina
6.	Promenáda
7.	La Terroir
8.	Koishi fish & Sushi
9.	Terasa U Zlaté studně
10.	Francouzská restaurace Art Nouveau

Zdroj <sup>103</sup>

<sup>101</sup> GRANDRESTAURANT. *Historie*. [online]. [cit. 2015-12-27]. Dostupné z: <<http://www.grandrestaurant.cz/historie>>.

<sup>102</sup> KOISHI. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <<http://www.koishi.cz/>>.

<sup>103</sup> GRANDRESTAURANT. *Historie*. [online]. [cit. 2015-12-27]. Dostupné z: <<http://www.grandrestaurant.cz/historie>>.

Chateau Mcely, Piano Nobile se nachází v blízkosti města Nymburk, jedná se o zámecký spa hotel s restaurací umístěný v pětihektarovém anglickém parku. Restaurace s kreativním kuchařským týmem připravuje pokrmy převážně ze surovin od místních dodavatelů, ze zámecké zahrádky, udirny a tím vytváří vynikající sezónní menu pod vedením šéfkuchaře Honzy Štěrbý. Zaměřuje se na fusion cuisine, kombinuje české prvky s regionální a mezinárodní kuchyní. Nabízí a-la carte a degustační menu. Zde nezapomínají na menu pro malé hosty a nechybí ano pro čtyřnohé kamarády.<sup>104</sup>

**Tabulka 4:** Žebříček TOP 10 absolutně, rok 2015

Rok 2015	
1.	Terasa u Zlaté studně
2.	Radisson Blu, Alcron
3.	Farma Košík
4.	Koishi fish & Sushi
5.	Le Terroir
6.	Bellevue
7.	Mandarin Oriental hotel, Prague
8.	La Degustation Bohême Bourgeoise
9.	Promenáda
10.	Chateau Mcely, Piano Nobile

Zdroj<sup>105</sup>

Opakující se restaurace Terasa u Zlaté studně.

<sup>104</sup> CHATEAU MCELY. *Restaurace*. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <<http://www.chateaumcely.cz/menu?13>>.

<sup>105</sup> GRANDRESTAURANT. *Historie*. [online]. [cit. 2015-12-27]. Dostupné z: <<http://www.grandrestaurant.cz/historie>>.

**Tabulka 5:** Žebříček TOP 10 absolutně, rok 2016

Rok 2016	
1.	Spices Restaurant and Bar
2.	Kristin Hrádek
3.	Terasa u Zlaté studně
4.	Radisson Blu, Alcron
5.	Chateau Mcely, Piano Nobile
6.	V Zátíší
7.	Miura hotel
8.	La Degustation Bohême Bourgeoise
9.	Koishi fish & sushi
10.	Borgo Agnese
10.	Jičín hotel, U Dělové koule 1866

Zdroj <sup>106</sup>

Objevte Asii v samém srdci Prahy v Spices Restaurant, který nabízí pestrý výběr autentických asijských pokrmů a-la carte. Inspirativní je nejen menu, ale i prostředí. Jedinečný kulinářský koncept Spices láká jak lokální, tak mezinárodní hosty a činí z ní tak vycházející hvězdu mezi pražskými restauracemi, pod vedením šéfkuchaře Jiřího Štífta. Pokrmy jsou připravovány z nejčerstvějších surovin, velká část z nich je od českých farmářů. Menu je ukázkou široké škály chutí i vůní specifických asijských regionů a dle asijského zvyku jsou také speciality servírovány doprostřed stolu.<sup>107</sup>

---




<sup>106</sup> GRANDRESTAURANT. *Historie*. [online]. [cit. 2015-12-27]. Dostupné z: <<http://www.grandrestaurant.cz/historie>>.

<sup>107</sup> SPIECES. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <<http://www.mandarinoriental.cz/prague/fine-dining/spices-restaurant-and-bar/>>.

**Obrázek 17:** Grand Restaurant, TOP 10 absolutně, první tři, 2016

**TOP 10 absolutně**

Aktuální žebříček restaurací, které se umístily na prvních deseti místech, získaly tak nejlepší hodnocení ve všech třech kategoriích - jídlo, obsluha, interiér. Pojd'te s námi ovlivňovat gastronomii v České republice.

	<p><b>100 Spices Restaurant and Bar</b>                  Nebovídká 1                  Praha 1 - Malá Strana</p> <p>asijská, čínská, indická, korejská,                  thajská, vietnamská</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Hodnocení GR2016</th> <th colspan="2">Moje hodnocení GR2017</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Jídlo:</td> <td>1.0</td> <td>Jídlo:</td> <td>...</td> </tr> <tr> <td>Obsluha:</td> <td>1.2</td> <td>Obsluha:</td> <td>...</td> </tr> <tr> <td>Interiér:</td> <td>1.6</td> <td>Interiér:</td> <td>1 :-)</td> </tr> <tr> <td>Cena:</td> <td>1040</td> <td>Cena:</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td colspan="2"><b>Pořadí: 1.</b></td> <td colspan="2"><b>Hodnotit</b></td> </tr> </tbody> </table>	Hodnocení GR2016		Moje hodnocení GR2017		Jídlo:	1.0	Jídlo:	...	Obsluha:	1.2	Obsluha:	...	Interiér:	1.6	Interiér:	1 :-)	Cena:	1040	Cena:	2	<b>Pořadí: 1.</b>		<b>Hodnotit</b>	
Hodnocení GR2016		Moje hodnocení GR2017																								
Jídlo:	1.0	Jídlo:	...																							
Obsluha:	1.2	Obsluha:	...																							
Interiér:	1.6	Interiér:	1 :-)																							
Cena:	1040	Cena:	2																							
<b>Pořadí: 1.</b>		<b>Hodnotit</b>																								
	<p><b>100 Kristin Hrádek</b>                  Maxičky 30                  Děčín XVIII</p> <p>česká, staročeská, zvěřina</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Hodnocení GR2016</th> <th colspan="2">Moje hodnocení GR2017</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Jídlo:</td> <td>1.0</td> <td>Jídlo:</td> <td>...</td> </tr> <tr> <td>Obsluha:</td> <td>1.3</td> <td>Obsluha:</td> <td>...</td> </tr> <tr> <td>Interiér:</td> <td>1.6</td> <td>Interiér:</td> <td>...</td> </tr> <tr> <td>Cena:</td> <td>450</td> <td>Cena:</td> <td></td> </tr> <tr> <td colspan="2"><b>Pořadí: 2.</b></td> <td colspan="2"><b>Hodnotit</b></td> </tr> </tbody> </table>	Hodnocení GR2016		Moje hodnocení GR2017		Jídlo:	1.0	Jídlo:	...	Obsluha:	1.3	Obsluha:	...	Interiér:	1.6	Interiér:	...	Cena:	450	Cena:		<b>Pořadí: 2.</b>		<b>Hodnotit</b>	
Hodnocení GR2016		Moje hodnocení GR2017																								
Jídlo:	1.0	Jídlo:	...																							
Obsluha:	1.3	Obsluha:	...																							
Interiér:	1.6	Interiér:	...																							
Cena:	450	Cena:																								
<b>Pořadí: 2.</b>		<b>Hodnotit</b>																								
	<p><b>100 Terasa U Zlaté studně</b>                  U Zlaté studně 4                  Praha 1 - Malá Strana</p> <p>česká, mezinárodní</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Hodnocení GR2016</th> <th colspan="2">Moje hodnocení GR2017</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Jídlo:</td> <td>1.2</td> <td>Jídlo:</td> <td>...</td> </tr> <tr> <td>Obsluha:</td> <td>1.4</td> <td>Obsluha:</td> <td>...</td> </tr> <tr> <td>Interiér:</td> <td>1.2</td> <td>Interiér:</td> <td>...</td> </tr> <tr> <td>Cena:</td> <td>1650</td> <td>Cena:</td> <td></td> </tr> <tr> <td colspan="2"><b>Pořadí: 3.</b></td> <td colspan="2"><b>Hodnotit</b></td> </tr> </tbody> </table>	Hodnocení GR2016		Moje hodnocení GR2017		Jídlo:	1.2	Jídlo:	...	Obsluha:	1.4	Obsluha:	...	Interiér:	1.2	Interiér:	...	Cena:	1650	Cena:		<b>Pořadí: 3.</b>		<b>Hodnotit</b>	
Hodnocení GR2016		Moje hodnocení GR2017																								
Jídlo:	1.2	Jídlo:	...																							
Obsluha:	1.4	Obsluha:	...																							
Interiér:	1.2	Interiér:	...																							
Cena:	1650	Cena:																								
<b>Pořadí: 3.</b>		<b>Hodnotit</b>																								

Zdroj <sup>108</sup>

<sup>108</sup> GRANDRESTAURANT. *Restaurace*. [online]. [cit. 2015-12-27]. Dostupné z: <<http://www.grandrestaurant.cz/top-10-absolutne>>.

## 5.2 Michelinské hvězdy

Termín „Michelinská hvězda“ je charakteristickým znakem kulinářské kvality a restaurací po celém světě, jejich ocenění Michelinskou hvězdou.<sup>109</sup>

Jako Michelinské restaurace se považují ty podniky, které dostály určitého hodnocení v prestižním Průvodci Michelin (v originále Le Guide Michelin). Tento průvodce má více jak stoletou tradici a klade si za cíl zrecenzovat a doporučit restaurace s nejprestižnější a nejlepší kuchyní. Je vydáván je více jak dvanácti zemích a obsahuje recenze více než 45 000 restaurací (a hotelů) po celém světě, zejména pak v Evropě.<sup>110</sup>

Průvodce Michelin vznikl jako rádce pro řidiče, kde na svých cestách dobře ubytovat a najíst. Postupně získal velkou důvěru a prestiž i mezi milovníky jídla, gurmány. Systém hodnocení stojí na komisařích, kteří podniky navštěvují a anonymně je hodnotí. Restaurace mohou získat až 3 hvězdičky, které jsou nejvyšším hodnocením. Takových restaurací v průvodci Michelin 2015 se najde patnáct z celého světa.<sup>111</sup>

Hodnocení je určeno v několika rovinách, tou hlavní a nejdůležitější jsou Michelinské hvězdičky, které dostávají podniky za svou výjimečnou kvalitu. Druhou stupnicí jsou *příbory*, které naopak odrážejí úroveň a atmosféru restaurace. Poslední z významné škály hodnocení Bib Gourmand „doporučení Bibenda, panáčka Michelin“, které se uděluje podnikům, jejichž menu nepřesáhne cenu 28 £.<sup>112</sup>

Michelinské hvězdičky jsou jedním z nejprestižnějších hodnocení, které může restaurace vůbec získat. Objevily se poprvé v průvodci v roce 1926, aby upozornili cestující motoristy na možnost dobře se najíst. O několik let později se stupnice rozrostla až na tři hvězdičky, které platí dodnes. Hvězdy jsou udělovány v poměrně malém množství (v České republice jsou jen dvě restaurace, které na takové hodnocení dosáhly a to na jednu hvězdičku ze tří).<sup>113</sup>

---

<sup>109</sup> ABOUT TRAVEL. *What are the Michelin Stars?* [online]. [cit. 2015-10-29]. Dostupné z: <<http://foodtravel.about.com/od/Restaurant-Reviews/fl/What-Are-the-Michelin-Stars.htm>>.

<sup>110</sup> MICHELINSKÉ RESTAURACE. *Co jsou Michelinské restaurace?* [online]. [cit. 2015-10-29]. Dostupné z: <<http://www.michelinskerestaurace.cz/co-jsou-michelinske-restaurace/>>.

<sup>111</sup> KOPŘÍVOVÁ, J. *La Degustation a Alcron opět obhájily michelinskou hvězdu.* [online]. [cit. 2015-10-29]. Dostupné z: <<http://www.apetitonline.cz/novinky/la-degustation-a-alcron-opet-obhajily-michelinskou-hvezdu>>.

<sup>112</sup> MICHELINSKÉ RESTAURACE. *Co jsou Michelinské restaurace?* [online]. [cit. 2015-10-29]. Dostupné z: <<http://www.michelinskerestaurace.cz/co-jsou-michelinske-restaurace/>>.

<sup>113</sup> Tamtéž.

Michelin uděluje 0 – 3 hvězdičky na základě anonymních recenzí. Definice hvězdiček:

Jedna hvězdička: dobrá lokace pro zastavení na vaší cestě, což ukazuje na velmi dobrou restauraci ve své kategorii, která nabízí pokrmy připravené na trvale vysoké úrovni.

Dvě hvězdičky: restaurace stojí za zajištění, z čeho vyplývá výborná kuchyně a precizní naservírování pokrmu, vynikající kvality, na talíř.

Tři hvězdičky: restaurace stojí za zvláštní cestu, označují vynikající kuchyni, kde je radost jíst.<sup>114</sup>

Michelinské hvězdy v České republice:

**2010**

● **Restaurace Alegro**

Hotel Four Seasons, Praha, šéfkuchař **Andreu Acordi**<sup>115</sup>

**2012 – 2015**

● **Restaurace Alcron**

Hotel Radisson Blu Alcron, Praha, šéfkuchař **Roman Paulus**

● **Restaurace La Degustation Bohême Bourgeoise**

Praha, šéfkuchař **Oldřich Sahajdák**<sup>116</sup>

Co znamená Michelinská hvězda pro naše dva michelinské kuchaře?

- **Oldřich Sahajdák:** „*Je to pro nás potvrzení, že děláme v restauraci svojí práci velice dobře. Všichni od uklízečky přes číšníky až po kuchaře.*“<sup>117</sup>
- **Roman Paulus:** „*Michelinská hvězda je úspěch pro celé Česko.*“<sup>118</sup>

V březnu 2015 se po Praze a Čechách prošli hodnotitelé Michelin a neobjevili nic nového. Výsledky letošního michelinského průvodce - oba podniky, které v Česku měly

---

<sup>114</sup> ABOUT TRAVEL. *What are the Michelin Stars?* [online]. [cit. 2015-10-29]. Dostupné z: <<http://foodtravel.about.com/od/Restaurant-Reviews/fl/What-Are-the-Michelin-Stars.htm>>.

<sup>115</sup> KUBEC, M. *Slovo prezidenta... Michelinská hvězda.* [online]. [cit. 2015-10-29]. Dostupné z: <<http://akc.cz/tiskova-zprava-91/slovo-prezidenta-michelinska-hvezda>>.

<sup>116</sup> JENERÁLOVÁ, I. *Praha má dvě Michelinské hvězdy.* [online]. [cit. 2015-10-29]. Dostupné z: <<http://www.czech.cz/cz/Zivot-a-prace/Jak-se-zije-v-CR/Strava/Praha-ma-dve-michelinske-hvezdy>>.

<sup>117</sup> SAHAJDÁK, O. *Podpora k diplomové práci.* [online]. E-mail: Kropáčková Tereza, 4. 1. 2016, [cit. 2016-01-31]. Osobní komunikace.

<sup>118</sup> LIDOVKY. *Michelinská hvězda je úspěch pro celé Česko, říká Paulus.* [online]. [cit. 2016-02-21]. Dostupné z: <[http://www.lidovky.cz/michelinska-hvezda-je-uspech-pro-cele-cesko-rika-paulus-pgw-/dobra-chut.aspx?c=A130314\\_160739\\_dobra-chut\\_mc](http://www.lidovky.cz/michelinska-hvezda-je-uspech-pro-cele-cesko-rika-paulus-pgw-/dobra-chut.aspx?c=A130314_160739_dobra-chut_mc)>.

Michelinskou hvězdu (Alcron a Degustation) ji udržely. Což je dobrá zpráva. Špatná je, že žádná restaurace nezískala druhou ani žádná nepřibyla.<sup>119</sup>

Poprvé oba podniky hvězdičku obdržely v roce 2012. Od té doby ji pravidelně obhajují a Praha se tak může pyšnit čtvrtým rokem dvěma michelinskými restauracemi. Michelinští komisaři také kladně hodnotí několik dalších podniků, kterým na rok 2015 propůjčili ocenění **Bib Gourmand**. Pokud navštívíte restaurace s tím oceněním, očekávejte kvalitní jídlo za rozumnou cenu. V minulosti tuto známku kvality obdržely podniky Aromi, Aureole, Divinis, Sansho a SaSaZu. V roce 2015 se k nim nově přidala pražská restaurace Na Kopci.<sup>120</sup>

V průvodci Michelin 2015 najdete také další čtyři pražské podniky Atelier, Grand Cru, Maso a kobliha, Zdenek's Oyster Bar. Komisaři jim sice neudělili žádné hodnocení, ale vysílají k nim jasný signál, že je zaujali a mohou se do nich vracet.<sup>121</sup>

Michelinské hvězdy 2016, o kterých se rozhodne v březnu. Restaurace na, které se sází: La Degustation Bohême Bourgeoise, Alcron, La Terroir, Divinis, Aromi a Aureole. Česko má co dohánět, při pohledu na mapu prvotřídních restaurací, jež si zasloužily místo v Michelinově průvodci. Je vidět, jasná nerovnováha mezi západní a východní Evropou. Nejvíce hvězdiček je rozeseto po zemích s vyspělou gastronomií, jakou jsou Francie, Velká Británie, Německo, Itálie a Španělsko, kde jich lze napočítat stovky. ČR se dvěma hvězdami mezi východoevropskými státy dokonce vyčnívá.<sup>122</sup>

---

<sup>119</sup> Hospodářské noviny. Praha: 1996-2015 Economia, a.s., Hospodářské noviny iHNed, 2015, 12. 3. 2015, s. 17. ISSN 1213-7693.

<sup>120</sup> KOPŘIVOVÁ, J. *La Degustation a Alcron opět obhájily michelinskou hvězdu*. [online]. [cit. 2015-10-29]. Dostupné z: <<http://www.apetitonline.cz/novinky/la-degustation-a-alcron-opet-obhajily-michelinskou-hvezdu>>.

<sup>121</sup> Tamtéž.

<sup>122</sup> Hospodářské noviny. Praha: 1996-2016 Economia, a.s., Hospodářské noviny iHNed, 2016, 19. – 21. 2. 2016, s. 17. ISSN 1213-7693.



## 6 PODPORA SAMOSPRÁVY

Samospráva zpravidla označuje oprávnění určitého společenského organismu obstarávat právem vymezený okruh svých záležitostí samostatně, relativně nezávisle na širším společenském organismu, jehož je součástí. Politický pojem samosprávy znamená pouhý organizační princip státní správy, přičemž subjektem státní správy je stát. Právní pojem samospráva vyjadřuje skutečnost, že veřejné záležitosti spravuje někdo jiný, než stát.<sup>123</sup>

### 6.1 Ministerstvo pro místní rozvoj

Ministerstvo pro místní rozvoj ČR (MMR) patří do systému ústředních orgánů státní správy ČR v oblastech, vymezenými příslušnými právními dokumenty. Objemem svých pravomocí, kompetencí a odpovědností za správu finančních prostředků hraje ve státní správě významnou roli.

MMR bylo zřízeno s účinností od 1. listopadu 1996 a je i ústředním orgánem státní správy ve věcech cestovního ruchu.<sup>124</sup>

*„Ministerstvo pro místní rozvoj dotace na podporu kulinářského cestovního ruchu neposkytuje.“<sup>125</sup>*

### 6.2 Kraje, města, obce

Kraje, města a obce mají vyčleněné finanční prostředky na cestovní ruch z rozpočtu. Finanční podporu poskytují v pravidelně dohodnutých dotacích s organizacemi či

---

<sup>123</sup> PTEJSEKNIHOVNY. *Státní správa a samospráva*. [online]. [cit. 2016-02-22]. Dostupné z: <<http://www.ptejseknihovny.cz/dotazy/statni-sprava-a-samosprava>>.

<sup>124</sup> MMR. *Ministerstvo*. [online]. [cit. 2016-01-09]. Dostupné z: <<http://www.mmr.cz/cs/Ministerstvo/Ministerstvo>>.

<sup>125</sup> INFORMAČNÍ CENTRUM MMR. *Podpora kulinářského ČR MMR*. [online]. E-mail: Kropáčková Tereza, 20. 1. 2016, [cit. 2016-01-31]. Osobní komunikace.

jednorázovými příspěvky, dotacemi na kulturní, kulinářské akce, na základě schválené žádosti od žadatele.

### 6.3 CzechTourism

Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism, státní příspěvková organizace, zřízená 18. 3. 1993 ministerstvem pro místní rozvoj.

Vymezení základní účelu a předmětu činnosti:

1. Zajišťovat propagaci České republiky a soustavně vyvíjet činnost k vytváření image ČR jako destinace cestovního ruchu v zahraničí, tak v ČR a svou činností přispívat k rozvoji odvětví cestovního ruchu a poskytovat odbornou podporu ministerstvu v této oblasti. Při plnění tohoto účelu vyvíjí CzechTourism činnosti nutné k zajištění koordinace propagace cestovního ruchu s aktivitami ostatních státních institucí a rovněž s aktivitami podnikatelských subjektů.
2. Je členem Evropské komise cestovního ruchu (ETC).
3. Hlavní činností je propagace České republiky jako destinace CR v zahraničí i v ČR.
4. Vedle hlavní činnosti vykonává jinou činnosti, která neohrožuje kvalitu a rozsah hlavní činnosti. Jiná činnosti zahrnuje např.: vydavatelskou činnosti, zprostředkování obchodu a služeb, pronájem, poradenskou a konzultační činnost, reklamní činnost, překladatelské služby, pořádání kurzů, školení a další.<sup>126</sup>

*„CzechTourism „kulinářský cestovní ruch“ (často označován jako „gastronomický cestovní ruch“ nebo zkráceně „Gastroturismus“) samozřejmě podporuje. Gastronomie a regionální produkty (alimentární i ostatní) patří k důležitým prvkům v nabídce produktů CR. Snažíme se téma gastronomie propojovat s ostatními tématy a regionálními*

---

<sup>126</sup> CZECHTOURISM. *Zřizovací listina*. [online]. [cit. 2016-01-09]. Dostupné z: <<http://www.czechtourism.cz/getmedia/1cc85b98-e0c6-47ac-8a29-3ce7653503fd/RM138.pdf.aspx>>.

*atraktivitami. Představit tak regionální tradiční speciality, ale i moderní trendy. V tomto roce je hlavním komunikačním tématem Karel IV. a tak budeme tematizovat i středověkou gastronomii. Na gastronomii se specializuje i náš projekt CzechSpecials (www.czechspecials.cz).“*<sup>127</sup>

---

<sup>127</sup> KLUSÁK, M. (produktový manažer CzechTourism), *Podpora kulinařského CR CzechTourismem*. [online]. E-mail: Kropáčková Tereza, 4. 1. 2016, [cit. 2016-01-09]. Osobní komunikace.

## 7 OSOBNOSTI GASTRONOMIE A JEJICH POHLED NA VÝVOJ KULINÁŘSKÉHO CR V ČR

První kapitola praktická části je zaměřená na osobnosti gastronomie České republiky a jejich pohled na vývoj kulinářského cestovního ruchu u nás, který v diplomové práci pomůže objasnit aktuální situaci české gastronomie.

Celkem bylo, prostřednictvím e-mailu, osloveno 20 různých osobností české gastronomie.

### Seznam oslovených:

Echner Jiří	Vedoucí Senior klubu AKC ČR.
Jiskra Martin	Vedoucí Národního týmu AKC ČR.
Kalina Miroslav	Majitel a šéfkuchař restaurace KALINA CUISUNE & VINS.
Kubec Miroslav	Prezident Asociace kuchařů a cukrářů České republiky (AKC ČR).
Maurer Pavel	Zakladatel a vydavatel nezávislého průvodce Maurerův výběr Grand Restaurant. Majitel společnosti MAU MAU pořádající kulinářské akce.
Navrátil Dalibor	Nositel francouzského rytířského řádu za přínos pro gastronomii Chaine des Rotisseurs.
Paulus Roman	Držitel Michelinské hvězdy, šéfkuchař restaurace ALCRON, Praha.
Pohlreich Zdeněk	Nejslavnější osobnost gastronomie v České republice. Majitel mnoha restaurací v ČR, ale také v zahraničí. Představitel TV pořadů.
Punčochář Jan	Šéfkuchař restaurace LE TERROIR.
Ridi Emanuel	Ital žijící v České republice, propagátor italské gastronomie u nás, majitel pražské restaurace Da Emanuel.

Roith Jiří	Zakladatel projektu Kulinářské umění, absolvent kanadské hotelové školy.
Sahajdák Oldřich	Držitel Michelinské hvězdy, šéfkuchař restaurace La Degustation Bohême Bourgeoise, Praha.
Sajler Filip	Představitel TV pořadu „KLUCI V AKCI“, majitel cateringové firmy.
Sapík Jaroslav	Majitel a šéfkuchař restaurace v Klokočné.
Sejval Roman	Vedoucí Junior klubu AKC ČR, učitel odborného výcviku na hotelové škole.
Stuparičová Helena	Vedoucí Juniorského národního tým AKC ČR.
Stupka Petr	Milovník vaření, mediálně známý propagátor vaření.
Štíft Jiří	Šéfkuchař restaurace SPICES.
Vaněk Roman	Představitel Pražského kulinářského institutu, hodnotitel.
Zukal Stanislav	Majitel Culinary Institute Julienne. Lektor.

Výše jmenovaným osobnostem české gastronomie byly položeny tyto dvě otevřené otázky:

- **Jak vnímáte vývoj gastronomie a kulinářského cestovního ruchu v České republice?**
- **Jak vnímáte potenciál kulinářského cestovního ruchu České republiky?**

Poskytnuté odpovědi od oslovených osobností:

### 1. Sahajdák Oldřich

*„Gastronomie jako taková, se nijak zvlášť dopředu nežene. Co je dobré znamená, že kuchaři cestují a valná většina jich pracuje v zahraničí ve velice dobrých*

*kuchyních. Až se jednou tito kuchaři vrátí, pak teprve se gastronomie hne dopředu.“<sup>128</sup>*

*„To máte stejné jako v jakémkoliv jiném oboru. Jsou lidi, kteří to dělají skvěle, a ti druzí. Je tady hodně mladých a šikovných kuchařů a v budoucnu z nich budou velcí tahouni. Nicméně je před námi ještě obrovská spousta práce. Lidem je tady totiž stále jedno, co jedí. Mezi námi a například Rakouskem, Německem nebo Itálií je v tomhle ohledu obrovský rozdíl. Pro Čechy není tak důležité dojet si do restaurace na skvělé jídlo. Dávají většinou přednost tomu, najíst se hodně, i když nekvalitně, hlavně za málo peněz. Podle mého je ale jídlo naopak nejdůležitější. Takže sice budeme mít mobil za dvacet tisíc, ale zároveň se budeme živit bůh ví čím. Pak si ho asi moc dlouho neužijeme.“<sup>129</sup>*

## **2. Paulus Roman**

Paulus Roman mě prostřednictvím e-mailu odkázal na články na internetu, že na tyto otázky odpovídal již několikrát.

*„Asi neřeknu nic převratného, ale Česká republika je malá a ruku na srdce ve světě moc neznamená. Zrovna tak jako česká kuchyně. Což neznamená, že máme špatnou kuchyni, máme kuchyni dobrou, jen se hloupě dostala se do kleští čtyř, pěti jídel, které se dříve nevařily ani neservírovaly dobře. Talíř přeplněný spoustou surovin, čím více, tím lépe. Taková byla představa klasické české kuchyně. Díky bohu, je to dnes někde úplně jinde.“<sup>130</sup>*

*„Samozřejmě že tu existují špatní i dobří kuchaři. To máte ale ve všech oborech. Existují přeci i špatní a dobří doktoři, učitelé nebo zedníci. Já jsem rád, že je naše povolání na očích, a je to logické. To, co jíte, by vás mělo zajímat.“<sup>131</sup>*

---

<sup>128</sup> SAHAJDÁK, O. *Podpora k diplomové práci*. [online]. E-mail: Kropáčková Tereza, 4. 1. 2016, [cit. 2016-01-31]. Osobní komunikace.

<sup>129</sup> AKTUÁLNĚ. *Lidem je stále jedno, co jedí, tvrdí nejlepší český kuchař*. [online]. [cit. 2016-01-31]. Dostupné z: <<http://magazin.aktualne.cz/rozhovor-s-oldrichem-sahajdakem/r-06441d70592a11e4840b002590604f2e/>>.

<sup>130</sup> GASTROAHOTEL. *Co si myslí Roman Paulus o české gastronomii*. [online]. [cit. 2016-01-31]. Dostupné z: <<http://gastroahotel.cz/rubriky/osobnosti/co-si-mysli-roman-paulus-o-ceske-gastronomii/>>.

<sup>131</sup> PAULUS, R. *Češi si zvykli chodit do kvalitních restaurací*. [online]. [cit. 2016-01-31]. Dostupné z: <<http://magazin.aktualne.cz/rozhovor-s-romanem-paulusem/r-9e81749c130811e482480025900fea04/>>.

### 3. Sejval Roman

*„Super bouřlivý vývoj, děkujeme Zdenkovi P. za propagaci jakékoliv gastronomie všem kuchařským osobnostem, nicméně špatných restaurací je moc a dobrých málo, na počet obyvatel máme moc restaurací, špatná kvalifikovaná pracovní síla, nikdo to moc nechce dělat a je to špatně placený...“<sup>132</sup>*

*„No potenciál by tu asi byl... ale kam lidi v ČR dojíždí kvůli jídlu... osobně jsem se setkal jen s Dětenicemi – super nápad, pěkně udělaný, gastronomicky nic moc, a potom ještě U Štěpána – na Šumavě, taky super, lidi tam dojíždí z Prahy na jednu noc a druhý den jedou zpět, dobrých podniků je dost a dost... ale jsou málo známé, další možná Cafe FARA, Imperial u Pohlreicha, samozřejmě dvě naše Michelinské restaurace... ale celosvětově jsme na tom nic moc... pro představu... nejvíce Michelinek je v Japonsku, přes 200.“<sup>133</sup>*

### 4. Pohlreich Zdeněk

*„Děkuji za zájem o spolupráci se Z. Pohlreichem. Bohužel Vás musím informovat, že žádosti o příspěvky do diplomových prací vždy odmítáme.“<sup>134</sup>*

### 5. Zukal Stanislav

*„V minulosti, byly všechny služby spojeny s normami, které byly uzákoněné. Po uvolnění si česká gastronomie na nové možnosti musela chvíli zvykat. Je dobré, že v současné době se v gastronomii objevují osoby, které se vracejí, díky své kreativitě a schopnostem, k tradicím a hodnotám, které nám jsou blízké. Takový rozvoj kulinářství se samozřejmě kladně odvíjí i v celkovém odvětví cestovního ruchu. Objevilo se velké množství osob, které mohou v tomto případě nejen donekonečna kopírovat to samé, což bylo v minulosti dosti běžné, ale především přejímat informace ze zahraničí, a tím dále rozvíjet českou tvorbu. I svět vnímá pokrok, který dnes v České republice nastává. Zdárným případem může být nedávné zařazení Brna v žebříčku NY Times, které zvolili tuto destinaci mezi cca*

---

<sup>132</sup> SEJVAL, R. *Podpora k diplomové práci*. [online]. E-mail: Kropáčková Tereza, 6. 1. 2016, [cit. 2016-01-31]. Osobní komunikace.

<sup>133</sup> Tamtéž.

<sup>134</sup> PEKÁRKOVÁ, V., (Sales & Marketing Manager Café Imperial). *Podpora k diplomové práci*. [online]. E-mail: Kropáčková Tereza, 5. 1. 2016, [cit. 2016-01-31]. Osobní komunikace.

*50 světových lokalit, které stojí zato navštívit v roce 2016. Jedná se tedy o vizitku toho, že turisté do České republiky nejezdí pouze do přírody a za památkami, ale také za zábavou, kvalitním jídlem a službami, které jsou s těmito hodnotami spojené.“<sup>135</sup>*

*„Je to velmi dobře nastartované. Jsem rád, že právě taková reklama, přináší nové možnosti a finance nejen do gastronomie jako takové, ale i do zbylých oborů služeb. Teď to již záleží na lidech, kteří se v turismu a gastronomické sféře pohybují. Je to především o tom, abychom udrželi standardy, které jsme si nastavili. V budoucnu je ještě hodně bodů, které budeme muset doladit, které jsou jinde ve světě již po dlouhá léta brána za samozřejmost. Ve zkratce se jedná například o prosazování sezónnosti a regionálnosti jednotlivých surovin. Český kuchař si povětšinou pohrává jen s cenou surovin, ale již neřeší, odkud daná surovina byla. Mnohá se dostává i do situace, kdy s danými potravinami neumí dobře pracovat. Zde je ještě hodně prostoru pro zlepšení.“<sup>136</sup>*

## **6. Sajler Filip**

*„Vývoj gastronomie je v ČR velice dynamický, snad již každý má svou skvělou restauraci, která stojí za návštěvu a dělá reálnou tj. profesionální gastronomii a servis. Mimo to je zde mnoho zajímavých regionálních producentů potravin – sýry, maso a uzeny, zelenina a ovoce, med, houby, zvěřina, ryby, víno, pivo a mnoho dalších. Ale co je hodně pozadu je promotion naší země, regionů a s tím související gastronomie, potravinářství a zemědělství. V této oblasti bychom se mohli učit například od regionu, který není až tak daleko a je jím Jižní Tyrolsko. Jen gastronomie a prvovýroba stojí za velkým promotion této oblasti.“<sup>137</sup>*

*„Jako moc nevyužitý a potenciálně ohromný, s dlouholetou tradicí jen přerušenu komunistický režimem. Ještě lépe bych řekl, že produkty a gastronomii bychom už měli jen to umět turistům na celém světě prodat a promovat ta úžasná místa, která doma máme.“<sup>138</sup>*

---

<sup>135</sup> ZUKAL, S. *Podpora k diplomové práci*. [online]. E-mail: Kropáčková Tereza, 6. 1. 2016, [cit. 2016-01-31]. Osobní komunikace.

<sup>136</sup> Tamtéž.

<sup>137</sup> SAJLER, F. *Podpora k diplomové práci*. [online]. E-mail: Kropáčková Tereza, 4. 2. 2016, [cit. 2016-02-04]. Osobní komunikace.

<sup>138</sup> Tamtéž.



Ostatní dotazování, i přes opakovaný zasláný e-mail s žádostí, bohužel neodpověděli. Velice mě překvapilo, že některé významné osobnosti (michelinští kuchaři) mi odpovědi poskytli a ostatní zůstali bez reakce.

## 8 ANALÝZA KULINÁŘSKÉHO CR V PARDUBICÍCH

Město Pardubice jsem si pro diplomovou práci vybrala z důvodu bydlení v nedaleké Chrudimi. Pardubice jsou mnohem větší a z gastronomického hlediska zajímavější a rozmanitější než mé rodné město.

Krajské město Pardubice je jedním z nejkrásnějších východočeských měst. Leží na soutoku řeky Labe a Chrudimky. Město s rozlohou téměř 78 km<sup>2</sup> a s přibližně 90 tisíci stálými obyvateli. Pardubice jsou velmi dopravně dostupné, jsou železničním dopravním uzlem. Vzdálenost od Prahy je 104 km, výhodou je i letiště East Bohemian Airport se smíšeným provozem. K životu současných Pardubic neodmyslitelně patří kultura a sport (Univerzita Pardubice, Východočeské muzeum, Východočeská galerie, Komorní filharmonie, Východočeské divadlo/ Velká pardubická, Zlatá přilba).<sup>139</sup>

---

<sup>139</sup> PARDUBICE. Geografie. [online]. [cit. 2016-02-20]. Dostupné z: <<http://www.pardubice.eu/o-pardubicich/informace-o-meste/geografie/>>.

## 8.1 Festival jídla Prima Fresh Festival

**Obrázek 18:** Logo Prima Fresh Festivalu



Zdroj <sup>140</sup>

Prima Fresh Festival, dříve Apetit Festival, se v Pardubicích v roce 2015 uskutečnil již potřetí, v letním termínu 20. – 21. 6. Festival započal v roce 2011 v Plzni s mediálními tvářemi Zdeňkem Pohlreichem a Ivanem Vodochodským. Zdeněk Pohlreich je stálí festivalu.

### **Vývoj festivalu:**

2011	Plzeň	Apetit Festival
2012	Plzeň	Apetit Festival
2013	Plzeň, Pardubice	Apetit Festival
2014	Plzeň, Pardubice	Apetit Festival
2015	Plzeň, Pardubice, Praha	Prima Fresh Festival
2016	Plzeň, Pardubice, Praha, Brno	Prima Fresh Festival

Prima Fresh Festival je především festival jídla, vína a piva. Na festivalu své umění předvádějí restaurace, pivovary, vinařství, kavárny východočeského regionu a další, např. prodejci, regionální výrobci.

Tváří pardubického Prima Fresh Festivalu 2015 byli mediálně známé osobnosti gastronomie, Zdeněk Pohlreich, Roman Vaněk a Dalibor Navrátil. Zajímavou a exotickou záležitostí byla hmyzí kuchyně, ukázka přípravy a prodejní degustační menu, které sklidilo velký úspěch a bylo brzy vyprodáno.

---

<sup>140</sup> FACEBOOK. Prima Fresh Festival. [online]. [cit. 2016-02-20]. Dostupné z: <<https://www.facebook.com/FreshFestivalPardubice/>>.

Festival se koná každoročně v letním měsíci na dostihovém závodišti v Pardubicích, díky velké rozloze je festival velmi rozsáhlý a má velkou kapacitu, jak pro hlásící se podniky, tak samozřejmě pro návštěvníky.

Festival nabízí gastronomické zážitky a celou řadu osobností spojených se špičkovým jídlem. Festival obsahuje kuchařské show a kuchařské workshopy, kde své umění loni ukázali Zdeněk Pohlreich, Roman Vaněk, Dalibor Navrátil, kapitán národního teamu Filip Horký, Karolína z TV Prima, Gondíci, Markéta Hrubešová, Petr Havlíček a řada dalších méně známých kuchařských osobností.

Důležitou a tradiční součástí festivalu je soutěž o Východočeskou restauraci roku, které se účastní TOP restaurace z regionu se svým soutěžním degustačním menu. Soutěže se celkem zúčastnilo 13 restaurací. Dále své degustační menu nabízelo šest nesoutěžních restaurací.

Další je soutěž o Pivo Fresh Festivalu, které ho se účastní desítky pivovarů a minipivovarů. Zúčastnilo se 18 pivovarů.

Na festivalu se prezentovalo deset vinařství, čtyři kavárny a 22 východočeských podniků typu jako bar, prodejce, výrobce.

Festival byl bohatý i doprovodný program s podobě bavičů a hudební scény.

Cena celodenní vstupenky v roce 2015 byla Kč 50,--/ děti do 130 cm a držitelé ZTP zdarma.

Významnými partnery festivalu byly: televize Prima, město Pardubice a Pardubický kraj a mnoho dalších partnerů.<sup>141</sup>

#### **Fakta o festivalu 2015:**

- *„návštěvnost byla 29.000 lidí za celý víkend;*
- *unikátní návštěvnost webu během kampaně byla 59.100 lidí;*
- *financování 90 % rozpočtu sponzoři, prezentace na festivalu, prodej vstupenek, granty, dotace;*
- *festival je finančně podporován městem Pardubice a Pardubickým krajem;*

---

<sup>141</sup> PRIMAFRESHFESTIVAL. [online]. [cit. 2016-02-10]. Dostupné z: <<http://festival.fresh.iprima.cz/>>.

- *další podpora státní správy je formou udělení záštit.*<sup>142</sup>

## 8.2 Podpora samosprávy

### Pardubický kraj

- Rozpočet kraje;
- dotace, granty, záštita.
- *„Pardubický kraj podporuje finančně pořádání Gastronomických slavností Magdaleny Dobromily Rettigové v Litomyšli, a to pravidelně od jejich vzniku (od roku 2012) až doposud. První ročník akce byl podpořen ze strany Pk i organizačně, tj. aktivní účastí na realizaci akce samotné.*<sup>143</sup>

*„Samotná účast členů samosprávy Pardubického kraje na Gastronomických slavnostech Magdaleny Dobromily Rettigové (případně v hodnotících porotách) dokazuje, že akce je samosprávou vnímána jako významná a důležitá. Kulinářský cestovní ruch je Pardubickým krajem vnímán jako jedna z forem cestovního ruchu, tedy jako součást celku, který je podporován.“*<sup>144</sup>

### Město Pardubice

- Rozpočet města – vyčleněné finanční prostředky na kulturu a cestovní ruch.
- Dotace a granty - Program podpory cestovního ruchu.<sup>145</sup>
- Podpora přímo kulinářského cestovního ruchu – v podobě záštit města, finančních příspěvků a dotací na základě schválené žádosti.

<sup>142</sup> JIRÁSEK, P. *Podpora k diplomové práci.* [online]. Facebook: Kropáčková Tereza, 3. 1. 2016, [cit. 2016-02-04]. Osobní komunikace.

<sup>143</sup> JETMAROVÁ, A., (odbor rozvoje, fondů EU, cestovního ruchu a sportu oddělení sportu a cestovního ruchu, Krajský úřad Pardubického kraje). *Podpora k diplomové práci.* [online]. E-mail: Kropáčková Tereza, 1. 12. 2015, [cit. 2016-02-22]. Osobní komunikace.

<sup>144</sup> Tamtéž.

<sup>145</sup> PARDUBICE: *Dotace a granty.* [online]. [cit. 2016-02-22]. Dostupné z: <<http://www.pardubice.eu/urad/radnice/verejna-podpora-dotace-a-granty/>>.

### 8.3 Žebříček restaurací Maurerův výběr Grand Restaurant

Maurerův výběr Grand Restaurant, jediný nezávislý český průvodce restauracemi České republiky, eviduje osm pardubických restaurací k únoru 2016, v zimě 2015 evidovalo ještě pouze sedm.

**1) Bonté**

kuchyně: mezinárodní

účastník festivalu: Grand Restaurant Festival 2013, 2014, 2015, 2016

**2) Cartellone**

kuchyně: dary moře, francouzská, italská, středozevní

**3) La Cabaña**

kuchyně: mexická

**4) Na Staré Rybárně**

kuchyně: česká, rybí, steakhouse

**5) Tiburón**

kuchyně: španělská

**6) U Dvou kohoutků**

kuchyně: česká, mezinárodní

**7) U Lva**

kuchyně: česká, dary moře, mezinárodní, regionální, rybí, středozevní, vegetariánská

**8) U Nouzů pension**

kuchyně: česká, mezinárodní, staročeská, steakhouse<sup>146</sup>

---

<sup>146</sup> GRAND RESTAURANT. *Restaurace*. [online]. [cit. 2016-02-10]. Dostupné z: <<http://www.grandrestaurant.cz/restaurace/?str=0&or=name&dr=ASC>>.

## **8.4 Pohledy majitelů pardubických restaurací z Maurerova výběru Grand Restaurant**

Cílem této kapitoly bylo zjistit, od jakého roku jsou provozovány vybrané restaurace, od jakého roku jsou uvedené v nezávislém průvodci Maurerův výběr Grand Restaurant a zdali má průvodce vliv na návštěvnost a samotné návštěvníky. Dalším cílem bylo zjistit pohled majitelů, provozních, jak vnímají konkurenci a jaký mají názor potenciál gastronomie, kulinařského cestovního ruchu v Pardubicích.

S provozovateli osmi restaurací z Maurerova výběru Grand Restaurant proběhlo krátké setkání v jejich podnicích, cílem setkání byla prezentace mé diplomové práce a především žádost o vyplnění pěti otevřených otázek. Otázky byly následně zaslané prostřednictvím e-mailu k jejich doplnění:

**1) od jakého roku provozujete Vaši restauraci:**

**2) od jakého roku jste uvedeni v nezávislém průvodci Maurerova výběru Grand restaurant:**

**3) má Grand restaurant na Vaši restauraci vliv/ návštěvníci vás navštěvují také na základě něj:**

**4) jak vnímáte konkurenci v Pardubicích:**

**5) jaký je Váš názor na potenciál gastronomie/ kulinařského cestovního ruchu v Pardubicích:**

- **Bonté**

1) „1996

2) 2012

3) *Ano má pro nás velký vliv, také jsme díky němu zapojeni již 4. rokem do Grand Restaurant Festivalu, kde si nás na základě Maurerova výběru návštěvníci vyhledávají a kupují degustační festivalové menu. S touto akcí máme velmi pozitivní zkušenosti.*

4) *Konkurence jistě je, ale snažíme se dělat věci tak, abychom žádnou neměli, nesoupeříme.*

5) *Potenciál tu jistě je, ale je třeba ho rozvinou, propagovat a ukázat „okolnímu světu“, v dnešní době je, ale také velmi těžké najít kvalifikovaný a hlavně práce schopný personál.“<sup>147</sup>*

- **Cartellone**

1) „2012

2) 2015

3) *Zatím nepocitujeme jeho vliv.*

4) *Pozitivně, každá konkurence je dobrá.*

5) *Věříme v budoucnost gastronomie, neboť se tříbí vkus našich zákazníků, což rok od roku vnímáme velmi pozitivně, kulinářský cestovní ruch má jednoznačně pozitivní vliv v případě našich gastronomických akcí vnímáme návštěvnost i mimo pardubických hostů. Jak je vidět hosté si zajedou mimo své bydliště za kvalitní gastronomií.“<sup>148</sup>*

---

<sup>147</sup> BENEŠ, P. *Podpora k diplomové práci*. [online]. E-mail: Kropáčková Tereza, 18. 2. 2016, [cit. 2016-02-22]. Osobní komunikace.

<sup>148</sup> PETRUŽÁLEK, J. *Podpora k diplomové práci*. [online]. E-mail: Kropáčková Tereza, 17. 2. 2016, [cit. 2016-02-22]. Osobní komunikace.



- **La Cabaña**

- 1) „2006
- 2) 2014
- 3) *Pouze z dvou komentářů bez hodnocení se nedá usuzovat, zdali to má pro někoho vliv v rozhodování.*
- 4) *V našem segmentu gastronomie nemáme konkurenci v Pardubicích a okolí.*
- 5) *Tak jako celá společnost se vyvíjí, tak i gastronomie, je patrný větší počet poučených a znalých hostů. Kulinářský CR se u nás projevuje každodenně z hlediska vyjímečnosti v regionu.<sup>149</sup>*

- **Na Staré Rybárně**

- 1) „2014 v této podobě nově otevřeno, jinak tradice téměř 50 let
- 2) 2015
- 3) *Bez aktivity, věříme, že vliv a pozitivní působení na potencionální klienty bude mít.*
- 4) *Z hlediska lokality nemáme ve městě konkurenci, díky přírodě v centru města (park, klidné prostředí, rybník).*
- 5) *Gastronomie jako takový, je velmi živý obor, který se neustále vyvíjí, proto je neustále nutné sledovat poslední trendy a držet krok s dobou. Kul. CR doposud nevnímáme jako pozitivní.“<sup>150</sup>*

---

<sup>149</sup> PANOCHA, M. *Podpora k diplomové práci*. [online]. E-mail: Kropáčková Tereza, 19. 2. 2016, [cit. 2016-02-22]. Osobní komunikace.

<sup>150</sup> TLAPÁK, R. *Podpora k diplomové práci*. [online]. E-mail: Kropáčková Tereza, 18. 2. 2016, [cit. 2016-02-22]. Osobní komunikace.

- **Tiburón**

- 1) „červenec 2015
- 2) poč. roku 2016
- 3) *Ještě nevíme ☺.*
- 4) *Ve španělské kuchyni v Pardubicích nemáme konkurenci.*
- 5) *Poslední odpověď, si s dovolením, nechám pro sebe.“*<sup>151</sup>

- **U Dvou kohoutků**

- 1) „2008
- 2) 2012
- 3) *Odezva není nijak závratná, na webu máme pouze pár komentářů od návštěvníku, určitě až budeme mít rozsáhlejší databázi, tak to může návštěvníky používající tohoto průvodce velmi ovlivňovat.*
- 4) *Konkurenci vnímáme pozitivně, je to pro nás hrací motor kupředu, abychom byli odlišní a dělali své řemeslo dobře, v této době je těžké se udržet, mnoho konkurentů to nezvládlo a zkrachovalo.*
- 5) *Potenciál tu určitě je, Pardubice mají co nabídnout, spíše se jedná o důležitou stránku a tou je propagace, která by měla vyndat paty mimo okres Pardubice. My se snažíme dělat něco odlišného, v podobě tematických degustačních menu, které lákají obyvatelé i z okolních měst“.*<sup>152</sup>

---

<sup>151</sup> FRANKOVÁ, L. *Podpora k diplomové práci.* [online]. E-mail: Kropáčková Tereza, 17. 2. 2016, [cit. 2016-02-22]. Osobní komunikace.

<sup>152</sup> KOHOUTEK, T. *Podpora k diplomové práci.* [online]. E-mail: Kropáčková Tereza, 17. 2. 2016, [cit. 2016-02-22]. Osobní komunikace.

- **U Lva**

- 1) „1998
- 2) 2013
- 3) *Zatím bez odezvy, ale je dost pravděpodobné, že svůj význam má.*
- 4) *Vzájemný respekt.*
- 5) *Vnímám, že v posledních letech zažívá gastronomie v Pardubicích malou renesanci.“*<sup>153</sup>

- **U Nouzů pension**

- 1) „1993
- 2) 2013
- 3) *Vliv nevnímáme.*
- 4) *Nijak negativně, však bychom nefungovali tak dlouho, nabízíme pěkné prostředí v blízkosti Kunětické hory a to je velkým lákadlem a to stojí za zastavení u nás.*
- 5) *Jelikož patříme mezi výletní restaurace, jsme jednoznačně odkázáni na kulinářský cestovní ruch, tzn. příjezdy našich hostů za kvalitní gastronomií.“*<sup>154</sup>

---

<sup>153</sup> KUŘÁTKO, J. *Podpora k diplomové práci.* [online]. E-mail: Kropáčková Tereza, 19. 2. 2016, [cit. 2016-02-22]. Osobní komunikace.

<sup>154</sup> KRÁL, P. *Podpora k diplomové práci.* [online]. E-mail: Kropáčková Tereza, 17. 2. 2016, [cit. 2016-02-22]. Osobní komunikace.

## 8.5 Pohled účastníků kulinářského CR ve městě Pardubice

Dotazníkové šetření.

### Příloha A - Dotazník

#### 8.5.1 Základní výzkumné otázky a hypotézy

Součástí diplomové práce bylo uskutečněno dotazníkové šetření týkající se kulinářského cestovního ruchu ve městě Pardubice. Online vytvořenými dotazníky bylo celkem osloveno, pomocí internetu, 262 respondentů různých věkových kategorií, odborníků přes cestovní ruch, gastronomii, ale také lidí bez odborné způsobilosti. Online dotazník vyplnilo **205** respondentů, 46 jich pouze zobrazilo dotazník a 11 dotazník nedokončilo.

Cílem dotazníku bylo potvrdit či vyvrátit pět stanových hypotéz.

#### Výzkumná otázka číslo 1:

- Identifikační otázky na dotazované respondenty.

Důvodem vzniku hypotézy bylo zjištění informací o dotazovaných respondentech. Informace o pohlaví, věku, dosaženém vzdělání a kraji, v kterém respondent bydlí.

#### HYPOTÉZA ČÍSLO 1:

Zastoupení žen a mužů bude přibližně stejné, nejčastější věk 21-50 let, dosažené vzdělání středoškolské a nejčastějším bydlištěm bude Pardubický kraj.

Otázky v dotazníku 1 – 4

---

#### Výzkumná otázka číslo 2:

- Zájem dotazovaných respondentů o gastronomii?

Důvodem vzniku hypotézy bylo zjistit, zdali se respondenti zajímají o gastronomii.

#### Hypotéza číslo 2:

Většina dotazovaných respondentů se zajímá o gastronomii a mají o ní povědomí.

Otázky v dotazníku 5 – 7

---

### **Výzkumná otázka číslo 3:**

- Jaký mají respondenti přehled o kulinářském cestovním ruchu v Pardubicích?

Důvodem vzniku hypotézy je zjistit jaký mají respondenti přehled o kulinářském cestovním ruchu ve městě Pardubice.

### **Hypotéza číslo 3:**

Většina dotazovaných respondentů se někdy zúčastnila kulinářského cestovního ruchu v Pardubicích a myslí si, že město pořádá dostatek kulinářských akcí. Město se snaží být bohaté na zážitkovou gastronomii a mnozí návštěvníci jezdí do Pardubic kvůli gastronomii.

Otázky v dotazníku 8 - 11

---

### **Výzkumná otázka číslo 4:**

- Zúčastnili se respondenti někdy největší kulinářské akce v Pardubicích a znají Maurerův výběr Grand Restaurant?

Důvodem vzniku hypotézy bylo zjištění návštěvnosti Prima Fresh Festivalu a povědomí o průvodci restauracemi Maurerův výběr Grand Restaurant a zjištění, že lidé nemají zatím velké povědomí, jaké restaurace jsou v průvodci zařazeny.

### **Hypotéza číslo 4:**

Většina dotazovaných respondentů se zúčastnila PRIMA FRESH FESTIVALU a 70 % z nich nezná průvodce restauracemi Maurerův výběr Grand Restaurant a ani počet restaurací v Pardubicích dle tohoto průvodce, ač restaurace někdy navštívili.

Otázky v dotazníku 12 - 15

### **Výzkumná otázka číslo 5:**

- Jaká restaurace, dle respondentů, je nejlepší z Maurerova výběru Grand Restaurant v Pardubicích?

Důvodem vzniku hypotézy je určení nejlepší restaurace z Maurerova výběru Grand Restaurant v Pardubicích z pohledu dotazovaných respondentů.

### **Hypotéza číslo 5:**

Většina dotazovaných respondentů označí, že za nejlepší považují Bonté.

Otázky v dotazníku 16

### **8.5.2 Sběr informací a průběh šetření**

Sběr informací byl uskutečněn pomocí empirického výzkumu, online dotazníkového šetření. Vytvořený dotazník se skládal z 16 uzavřených otázek. Dotazník byl vytvořen v online internetové aplikaci survio.com, díky tomu byl online, přehledný a snadný na vyplnění pro dotazované respondenty.

Dotazníkové šetření bylo především zaměřeno na obyvatele Pardubického kraje. Osloveny byly různé věkové kategorie skládající se ze studentů, pracujících lidí, lidí z oboru, odborníků a milovníků jídla.

Z 262 oslovených respondentů, bylo úspěšně vyplněno 205 dotazníků. Dotazníkové šetření trvalo 16 dnů, v termínu 30. 1. – 14. 2. 2016.

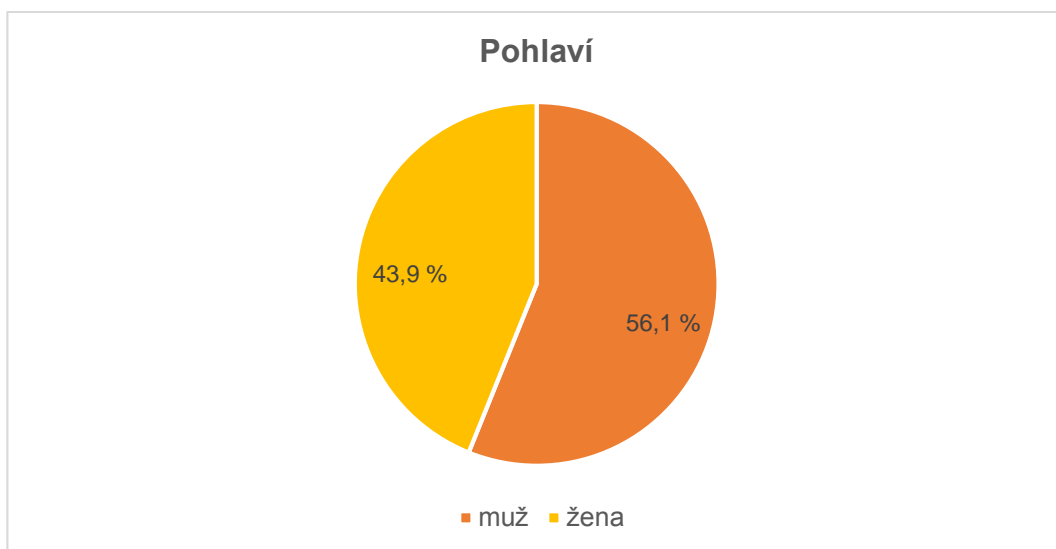
### 8.5.3 Vyhodnocení výsledků

Kontrolní tabulky s výsledky jsou uvedeny v **Příloha B – Kontrolní tabulky**

Výzkumná otázka číslo 1 (otázky v dotazníku 1 – 4)

Výsledek otázky č. 1

**Graf 1:** Složení dotazovaných respondentů dle pohlaví



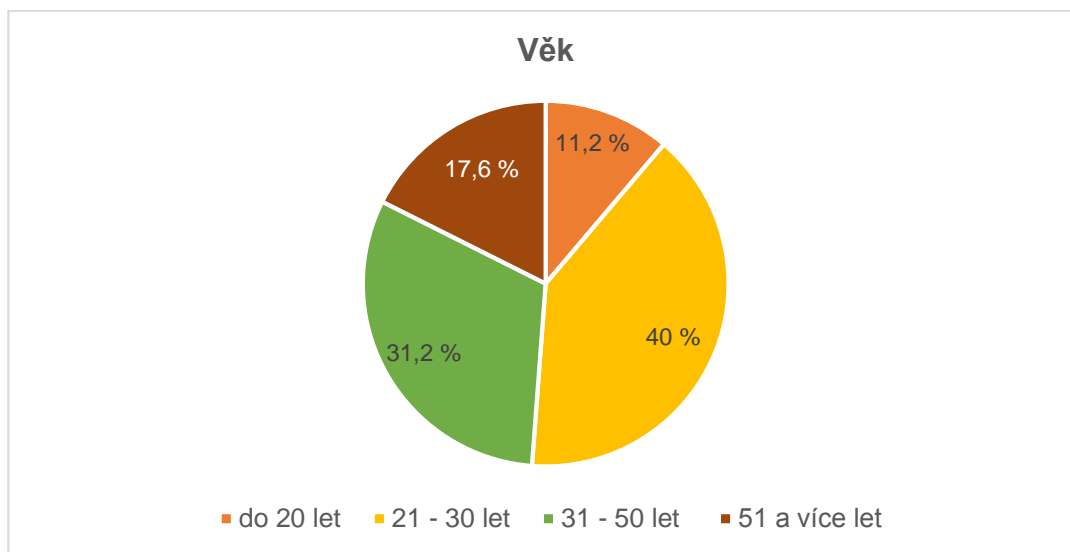
Zdroj <sup>155</sup>

---

<sup>155</sup> Autor práce, 2016 (vlastní šetření)

Výsledek otázky č. 2

**Graf 2:** Složení dotazovaných respondentů dle věkových skupin



Zdroj <sup>156</sup>

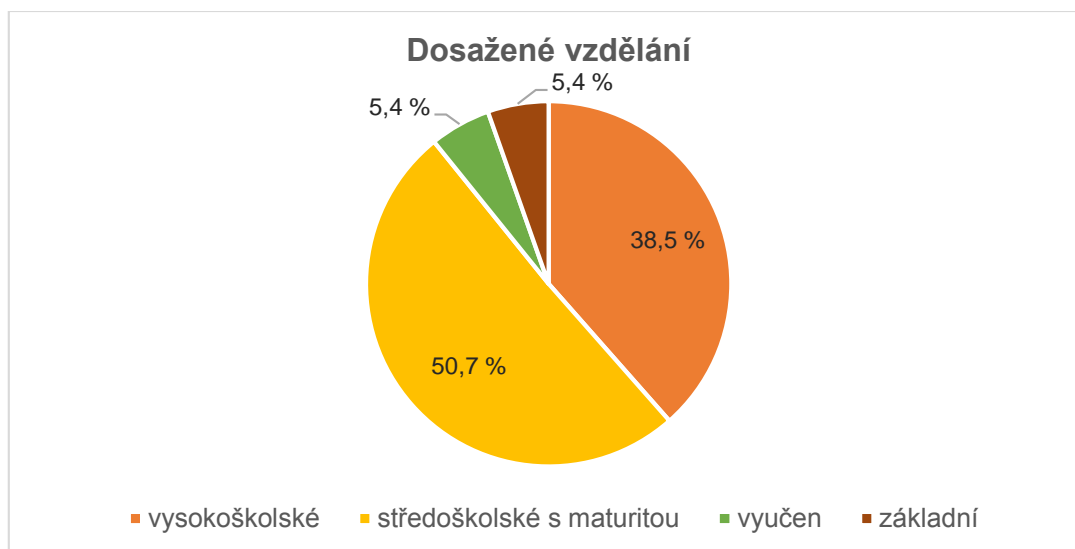
---

<sup>156</sup> Autor práce, 2016 (vlastní šetření)



Výsledek otázky č. 3

**Graf 3:** Složení dotazovaných respondentů dle dosaženého vzdělání



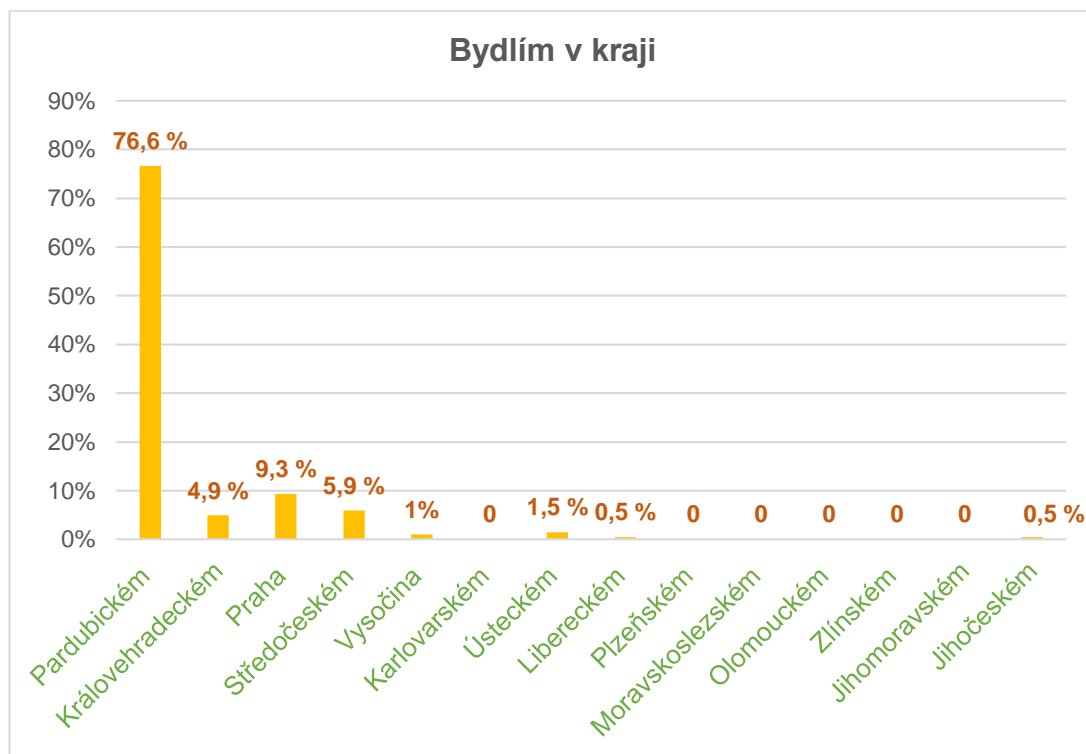
Zdroj <sup>157</sup>

---

<sup>157</sup> Autor práce, 2016 (vlastní šetření)

Výsledek otázky č. 4

**Graf 4:** Složení dotazovaných respondentů dle kraje, v kterém bydlí



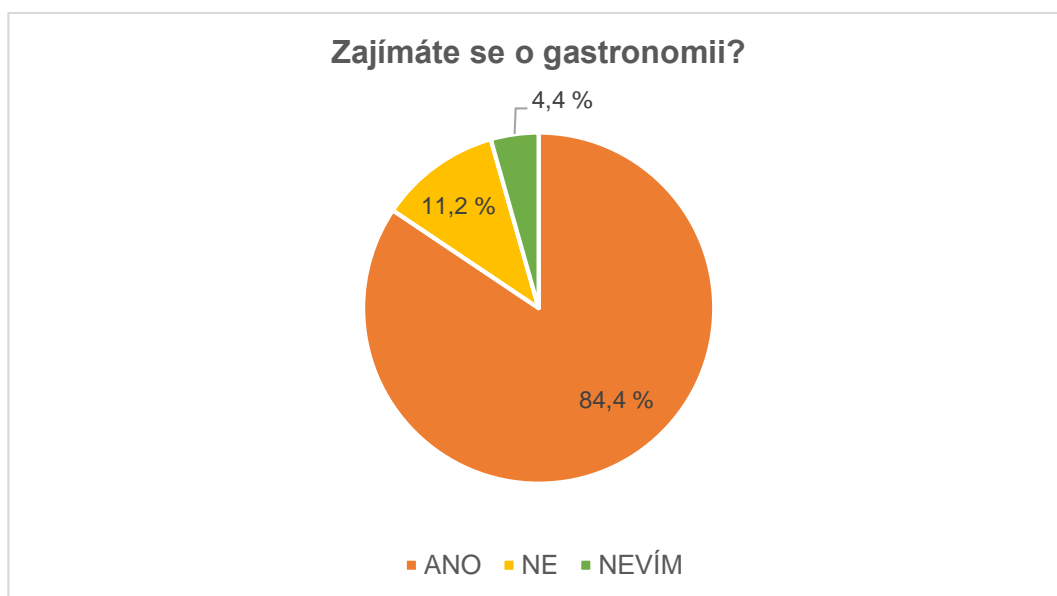
Zdroj <sup>158</sup>

<sup>158</sup> Autor práce, 2016 (vlastní šetření)

Výzkumná otázka číslo 2 (otázky v dotazníku 5 – 7)

Výsledek otázky č. 5

**Graf 5:** Složení dotazovaných respondentů, kteří se zajímají o gastronomii



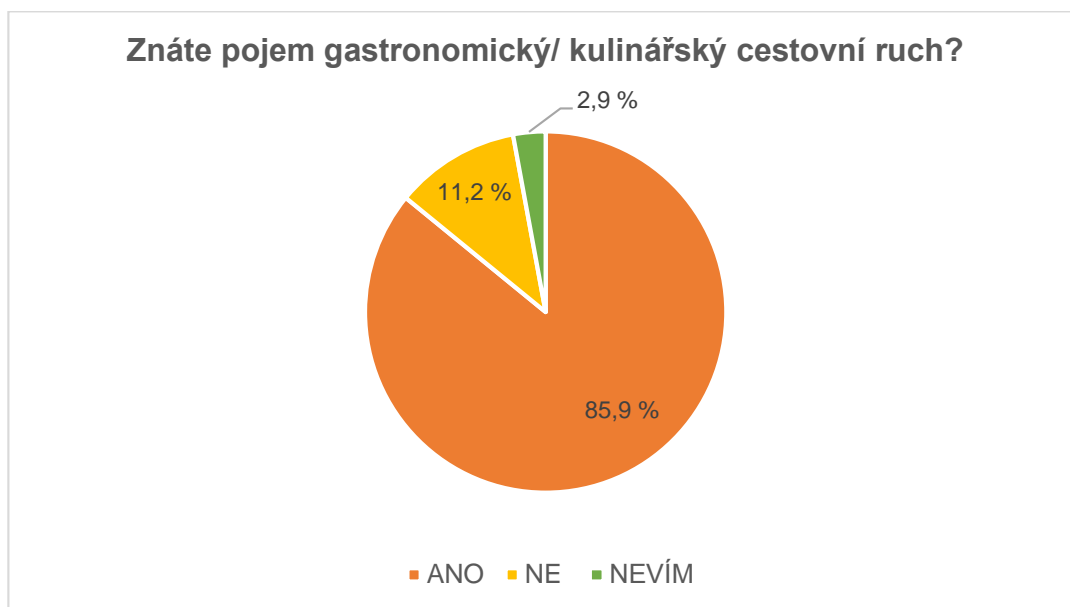
Zdroj <sup>159</sup>

---

<sup>159</sup> Autor práce, 2016 (vlastní šetření)

Výsledek otázky č. 6

**Graf 6:** Složení dotazovaných respondentů, kteří znají pojem gastronomický/ kulinářský cestovní ruch



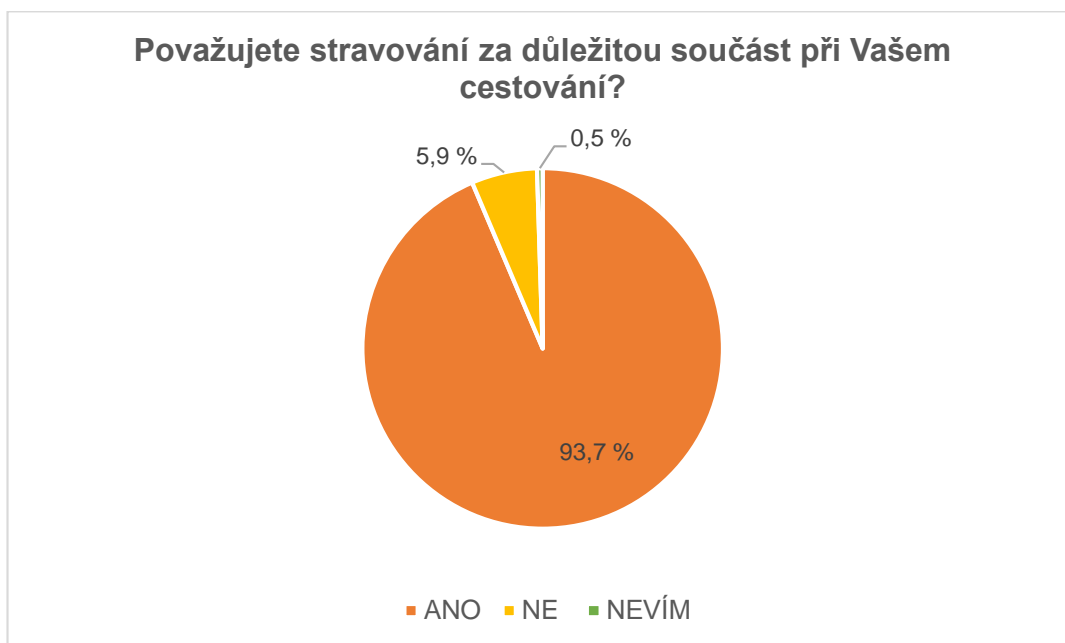
Zdroj <sup>160</sup>

---

<sup>160</sup> Autor práce, 2016 (vlastní šetření)

Výsledek otázky č. 7

**Graf 7:** Složení dotazovaných respondentů, kteří považují stravování za důležitou součást při jejich cestování



Zdroj <sup>161</sup>

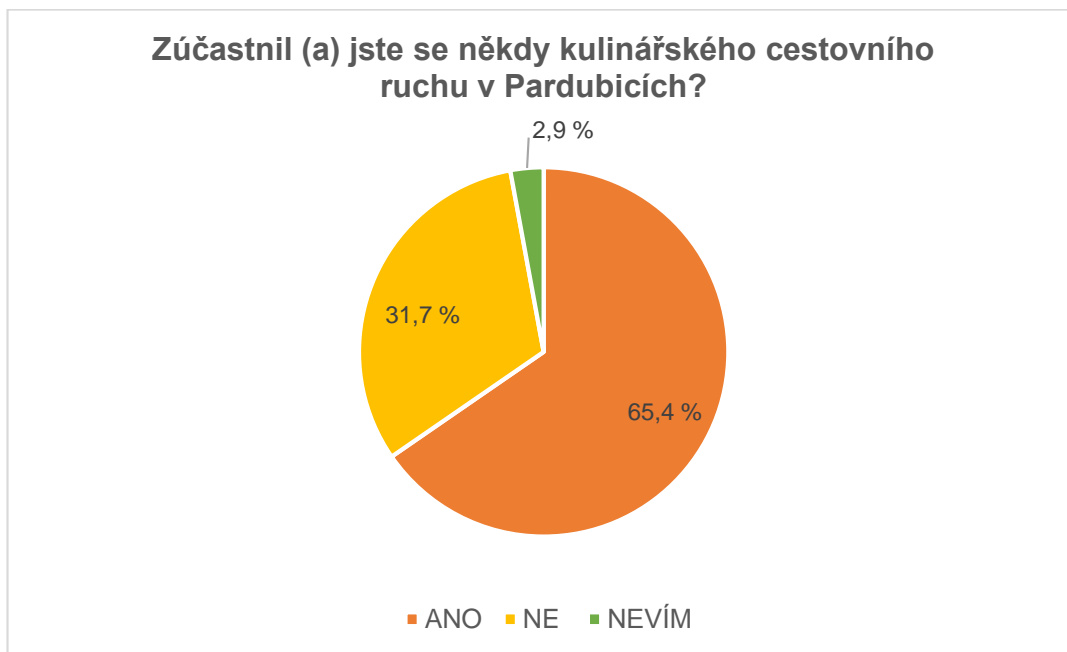
---

<sup>161</sup> Autor práce, 2016 (vlastní šetření)

Výzkumná otázka číslo 3 (otázky v dotazníku 8 – 11)

Výsledek otázky č. 8

**Graf 8:** Složení dotazovaných respondentů, kteří se někdy zúčastnili kulinářského cestovního ruchu v Pardubicích



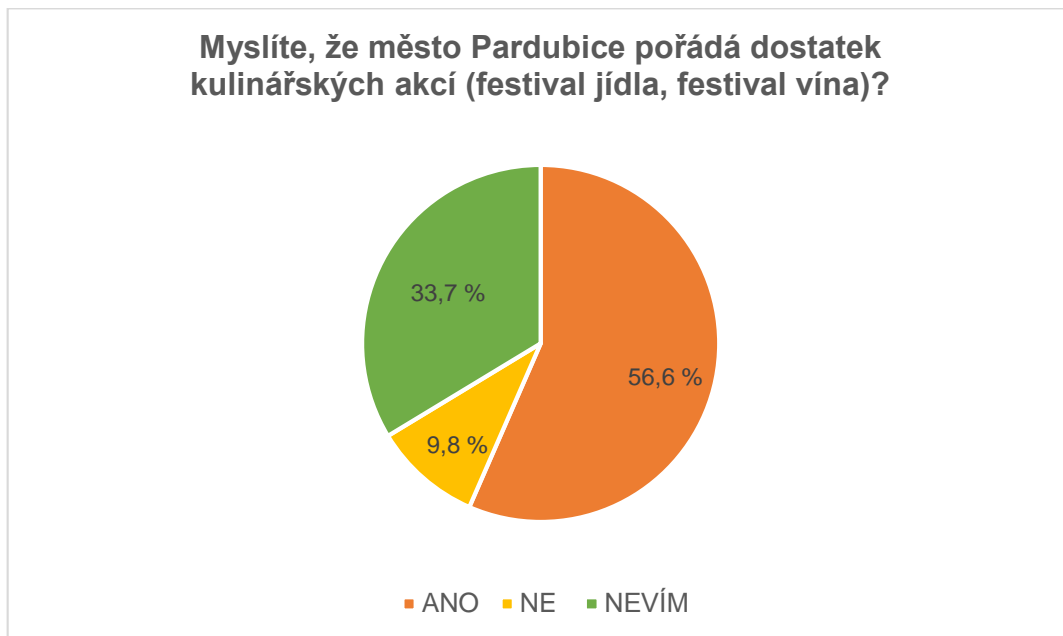
Zdroj <sup>162</sup>

---

<sup>162</sup> Autor práce, 2016 (vlastní šetření)

Výsledek otázky č. 9

**Graf 9:** Složení dotazovaných respondentů, kteří si myslí, že město Pardubice pořádá dostatek kulinařských akcí (festival jídla, festival vína)



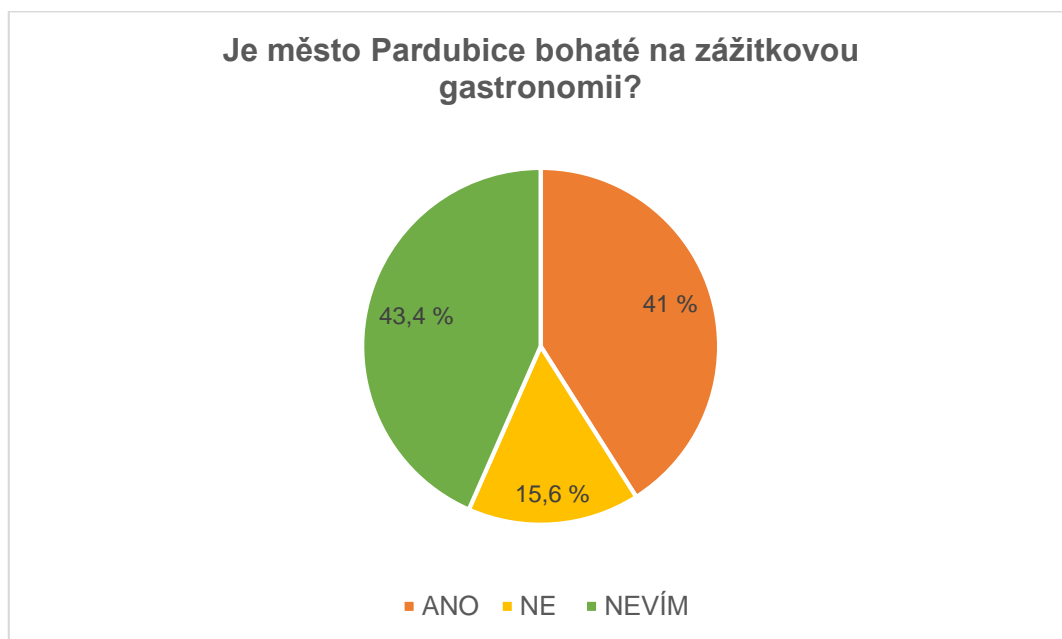
Zdroj <sup>163</sup>

---

<sup>163</sup> Autor práce, 2016 (vlastní šetření)

Výsledek otázky č. 10

**Graf 10:** Složení dotazovaných respondentů, kteří si myslí, že je město Pardubice bohaté na zážitkovou gastronomii



Zdroj <sup>164</sup>

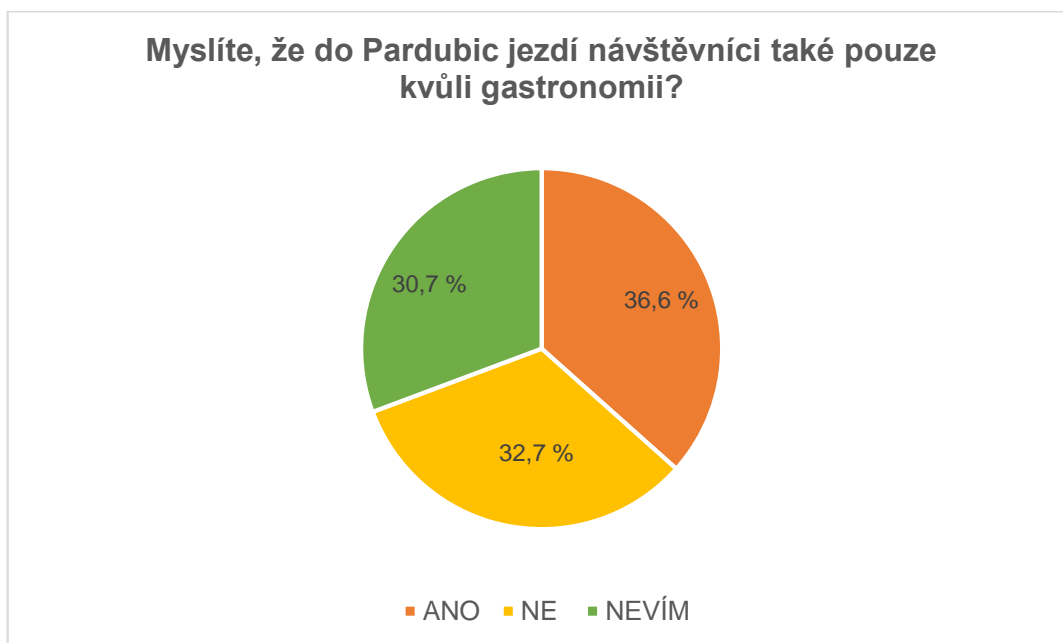
---

<sup>164</sup> Autor práce, 2016 (vlastní šetření)



Výsledek otázky č. 11

**Graf 11:** Složení dotazovaných respondentů, kteří si myslí, že do Pardubic jezdí návštěvníci také pouze kvůli gastronomii



Zdroj <sup>165</sup>

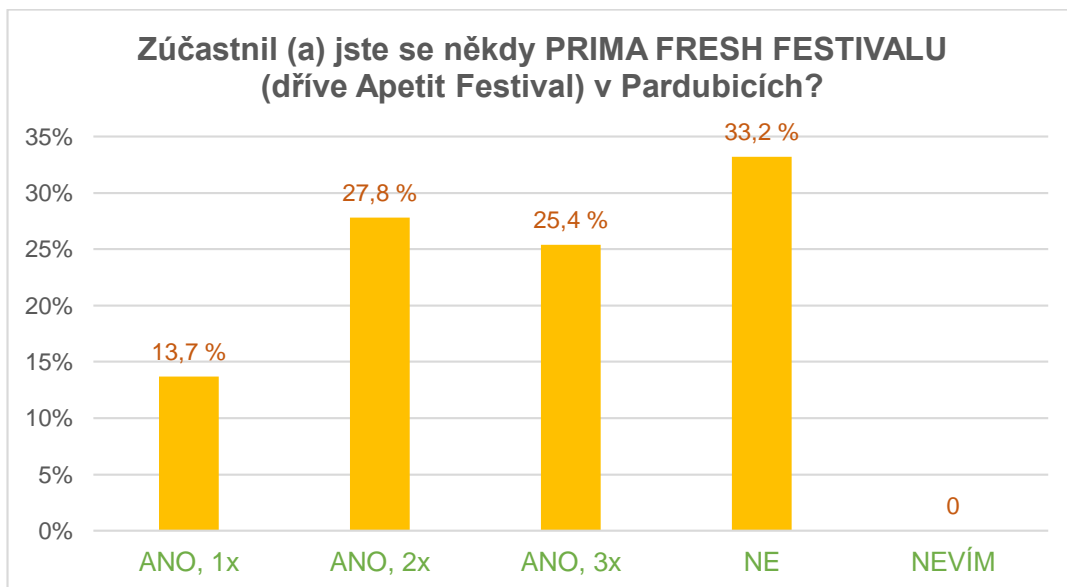
---

<sup>165</sup> Autor práce, 2016 (vlastní šetření)

Výzkumná otázka číslo 4 (otázky v dotazníku 12 – 15)

Výsledek otázky č. 12

**Graf 12:** Složení dotazovaných respondentů, kolikrát se zúčastnili PRIMA FRESH FESTIVALU v Pardubicích

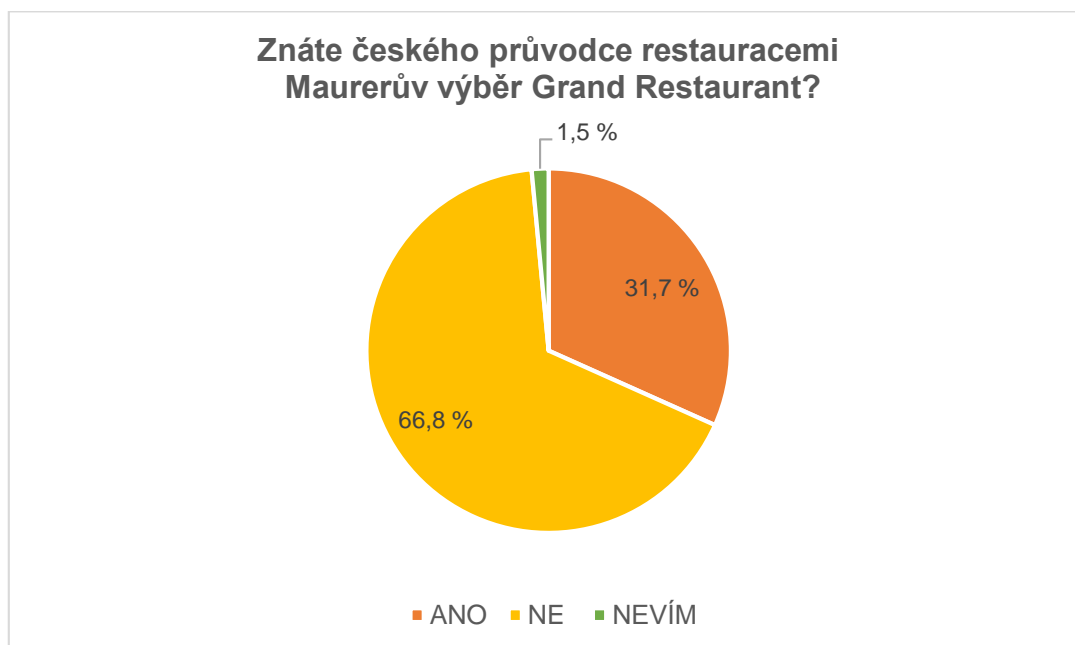


Zdroj <sup>166</sup>

<sup>166</sup> Autor práce, 2016 (vlastní šetření)

Výsledek otázky č. 13

**Graf 13:** Složení dotazovaných respondentů, kteří znají českého průvodce restauracemi Maurerův výběr Grand Restaurant



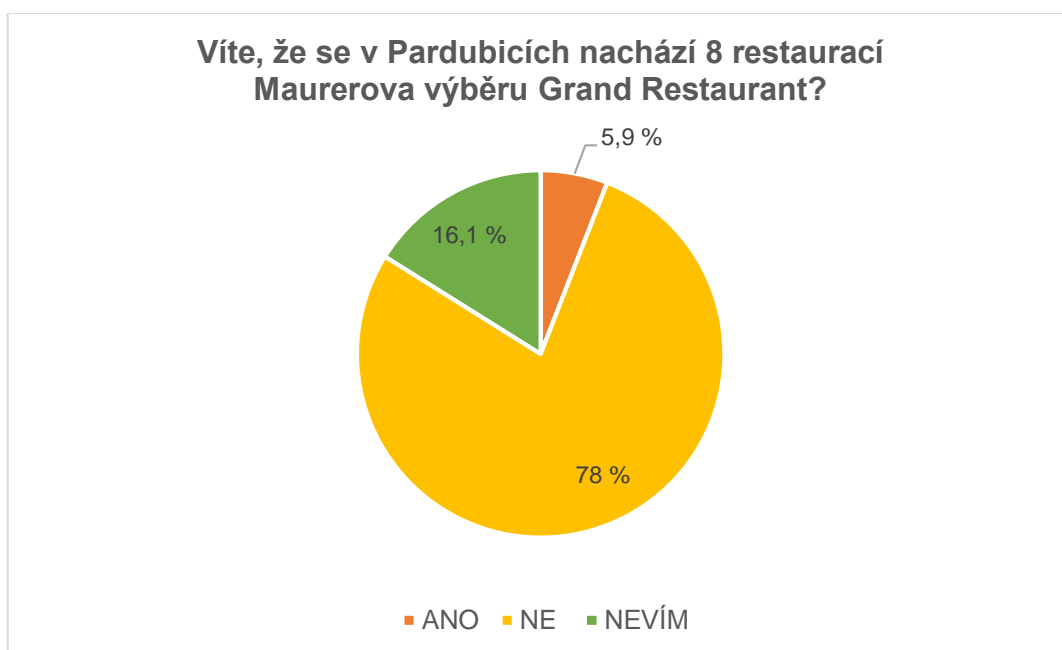
Zdroj <sup>167</sup>

---

<sup>167</sup> Autor práce, 2016 (vlastní šetření)

Výsledek otázky č. 14

**Graf 14:** Složení dotazovaných respondentů, kteří vědí, že se v Pardubicích nachází 8 restaurací Maurerova výběru Grand Restaurant



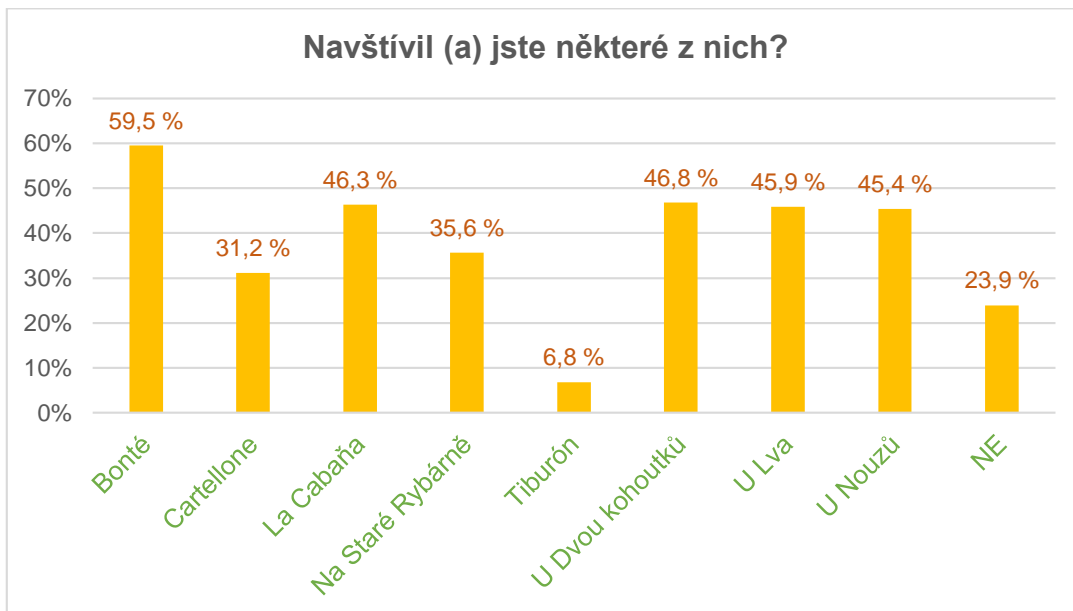
Zdroj <sup>168</sup>

---

<sup>168</sup> Autor práce, 2016 (vlastní šetření)

Výsledek otázky č. 15

**Graf 15:** Dotazovaní respondenti, kteří někdy navštívili některé pardubické restaurace z Maurerova výběru Grand Restaurant



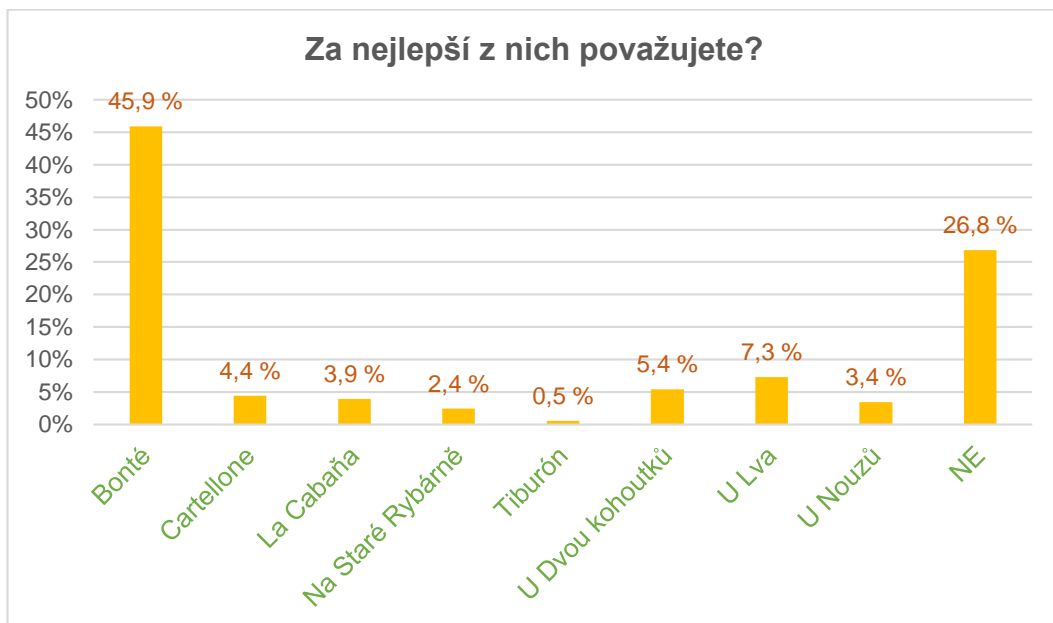
Zdroj <sup>169</sup>

<sup>169</sup> Autor práce, 2016 (vlastní šetření)

Výzkumná otázka číslo 5 (otázka v dotazníku 16)

Výsledek otázky č. 16

**Graf 16:** Nejlepší restaurace z Maurerova výběru Grand Restaurant považovaná dotazovanými respondenty



Zdroj <sup>170</sup>

<sup>170</sup> Autor práce, 2016 (vlastní šetření)

#### 8.5.4 Shrnutí výsledků

Shrnutí výsledků vycházelo z 205 nasbíraných responzí.

##### Hypotéza č. 1

Hypotéza byla potvrzena.

Zastoupení dotazovaných mužů a žen bylo přibližně podobné, složení **115 mužů a 90 žen**. Nejčastějším věkovým rozmezím respondentů bylo **21 – 30 let, na první místě s 82 respondenty** a hned na druhém místě rozmezí 31 – 50 let s 64 respondenty. Bylo i potvrzeno, že nejčastějším vzděláním bude vzdělání **středoškolské s maturitou, to bylo zastoupeno 104 respondenty**. Nejčastějším bydlištěm respondentů byl samozřejmě **Pardubický kraj, počet 157 responzí**.

##### Hypotéza č. 2

Hypotéza byla potvrzena.

**173 dotazovaných respondentů se zajímá o gastronomii**, 23 respondentů se o gastronomii nezajímá a dalších 9, neví. Další převahou bylo, že **176 respondentů zná pojem gastronomický/ kulinářský cestovní ruch**, 23 respondentů tento pojem neznalo a 6 nevědělo. Téměř shodné byly výsledky, že respondenti považují stravování za důležitou součást při jejich cestování, s tímto tvrzení **souhlasilo 192 respondentů**, dalších 12 s tím nesouhlasilo a 1 nevěděl. Výsledky ukázaly, že se občané zajímají o gastronomii.

##### Hypotéza č. 3

Hypotéza byla téměř potvrzena.

**134 respondentů se někdy zúčastnilo kulinářského cestovního ruchu v Pardubicích**, 65 respondentů odpovědělo, že se někdy nezúčastnilo a 6 respondentů nevědělo. **116 respondentů odpovědělo, že město Pardubice pořádá dostatek kulinářských akcí**, 20 respondentů si to nemyslelo a 69 dalších to nevědělo. V další otázce nám vznikly téměř vyrovnané, ale odlišné výsledky. 84 respondentů považovalo, že se město snaží být bohaté na zážitkovou gastronomii a větší počet **89 respondentů**

**na tuto otázku nedokázalo odpovědět**, 32 respondentů si myslí, že město není bohaté na zážitkovou gastronomii. Na závěr s velmi vyrovnanými výsledky bylo zjištěno, že **mnozí návštěvníci jezdí do Pardubic kvůli gastronomii, to potvrdilo 75 respondentů**, 67 to nepotvrdilo a 63 nevědělo.

#### **Hypotéza č. 4**

Hypotéza byla potvrzena.

**137 respondentů se minimálně jednou zúčastnilo pardubického Prima Fresh Festivalu (1x 28/ 2x 57/ 3 x 52)**, 68 respondentů se ho nikdy nezúčastnilo. Bylo také potvrzeno, že 137 respondentů, tj. **66,8 % (zaokrouhleno na 70 %) nezná průvodce restauracemi Maurerův výběr Grand Restaurant, a ani jeho počet restaurací v Pardubicích, ne odpovědělo 160 respondentů**, ano 12 a 33 jich nevědělo. Neznalost respondentů, ale nesouvisí se skutečností, že tyto restaurace nikdy nenavštívili. **156 respondentů některé restaurace navštívili** a 49 respondentů nikdy nenavštívilo žádnou z nich. Z výsledků jako nejnavštěvovanější restaurace vyšla Bonté, navštívilo ji někdy 122 respondentů a jako nejméně navštěvovaná restaurace vyšla Tiburón s počtem pouhých 14 návštěv. Faktem bude, že tato restaurace není příliš dlouho v provozu.

#### **Hypotéza č. 5**

Hypotéza byla potvrzena.

Hypotéza potvrdila s jasným výsledkem, že **restauraci Bonté, respondenti považují za nejlepší z osmi pardubických restaurací Maurerova výběru Grand Restaurant. S počtem 94 responzí**, 45,9 % se umístila na prvním místě, druhé místo obsadila kolonka „NEVÍM“ s počtem 55 responzí a na třetím místě se umístila restaurace U Lva s 15 responzemi.



## ZÁVĚR

Diplomová práce v teoretické části zabývala popisem kulinářského cestovní ruchu v České republice. Představila jediného českého nezávislého průvodce restauracemi Maurerův výběr Grand Restaurant a jeho představitele; gastronomické asociace ČR; neznámější festivaly jídla a vína. Dále byl uveden žebříček deseti nejlepších restaurací dle Maurerova výběru Grand Restaurant. Popsány byly Michelinské hvězdy a podpora ze strany samosprávy.

V praktické části byl zjištěn pohled osobností české gastronomie na vývoj kulinářského cestovního ruchu v ČR. Na začátku musím zmínit, že jsem si představovala spolupráci s oslovenými osobnostmi jednodušší. Ráda bych chtěla touto cestou poděkovat panu Sahajdákovi a Paulusovi za jejich mimořádně rychlé odpovědi na mé otázky. Jak je patrné, tak jim pokora nechybí a nastupující generaci vnímají velmi pozitivně.

Celkem bylo osloveno 20 osobností české gastronomie a bohužel se jich pouze pět podělilo o své názory, které jsou prezentovány níže.

Souhrn názorů osobností na gastronomii/ kulinářský cestovní ruch v České republice: Mnoho českých mladých kuchařů vyjíždí do zahraničí, aby nasbírali cenné zkušenosti, které mohou následně v české gastronomii implementovat. S tím také souvisí, že Česká republika nijak gastronomicky nevyčnívá, svět má o nás zakořeněné mínění ve starých zvyklostech, těžká kuchyně, přeplněné talíře. Oslovené osobnosti pociťují bouřlivý vývoj, díky prezentovaným zkušenostem Zdeňka Pohleicha, který je dlouhodobě sbíral v zahraničí a doma se je postupně snaží realizovat. Jako negativní je vnímána špatná kvalifikační síla v oboru gastronomie, lidé nechtějí za poskytovaných finančních podmínek v tomto oboru pracovat. Pozitivní vlivem je pociťován rozmach regionálních producentů. Velkým vlivem pro rok 2016 může být přínos návštěvnosti zahraničních návštěvníků, díky zvolení České republiky mezi cca 50 světových lokalit, které za to stojí v tomto roce navštívit.

Souhrn názorů osobností na potenciál kulinářského cestovního ruchu v ČR: Obecně je považováno, že potenciál má dobrý start. Největší potenciál vidí ve vytrvalé práci, dobrá gastronomie se nerodí ze dne na den, ale je za tím spousta nasbíraných zkušeností během práce. V České republice bohužel stále přetrvává myšlenka mnoha lidí „najíst se hodně a za málo peněz“. Nespočet lidí se ještě nezačalo zajímat, o to co jedí, a z jakých surovin je to připravováno. S tím se také pojí názor, že mnoho kuchařů neumí využívat a pracovat s lokálními potravinami. Česká republika má mnoho krásných

výletních, gastronomických míst, které stojí za to navštívit. Přičemž není dostatečně propagována uvnitř republiky a mimo ní. Samozřejmě velkým potenciálem jsou Michelinské restaurace, ale bohužel máme pouze dvě. Japonsko je oceněno přes 200 Michelinovými hvězdami.

Další etapou bylo zjištění, jak samospráva podporuje kulinářský cestovní ruch. Rozpočty kraje a města zatím neobsahují samostatnou kolonku kulinářský cestovní ruch, ač je v regionu podporován.

Další část se týkala pohledu provozovatelů pardubických restaurací dle Maurerova výběru Grand Restaurant. Výběr je složený z restaurací s dlouhou tradicí, ale i z nováčků (1993 – 2015).

Pohled provozovatelů, jak vnímají vliv Maurerova výběru Grand Restaurant. Sedm vybraných restaurací žádný vliv zatím nepociťuje, pouze osmá vliv pociťuje. Restaurace Bonté si průvodce velmi pochvaluje, díky němu je i už počtvrté zapojena do akce Grand Restaurant.

Pohled provozovatelů, jak vnímají konkurenci v Pardubicích: Většina z nich je bere jako pozitivní a pociťuje vzájemný respekt. Napomáhá to tomu, že se snaží být každá restaurace výjimečnou, aby se udržela na trhu pardubické gastronomie, což je v dnešní době velmi těžké.

Pohled provozovatelů, jak vnímají potenciál pardubického kulinářského cestovní ruchu: Potenciál je třeba rozvinout, hlavním aspektem je propagace. Na potenciál má také vliv, kvalifikovaný personál, který je v dnešní době těžké nalézt. Velmi pozitivní je, že zákazníci mají již vytříbený vkus, začínají rozumět a zajímat se více gastronomií, proto mnohým hostům nedělá problém si za dobrou gastronomií cestovat. Region Pardubice je velmi zajímavým a nabízí výletní restaurace, které jsou především odkázány na kulinářský cestovní ruch. Gastronomie se neustále vyvíjí a Pardubice zažívají malou renesanci.

Součástí praktické části byl empirický výzkum v podobě dotazníkového šetření. Díky němu byly zcela potvrzeny 4 stanovené hypotézy a 1 byla téměř zcela potvrzena. Mladí a lidé středního věku se v dnešní době zajímají o gastronomii a znají pojem gastronomický/ kulinářský cestovní ruch. Téměř většina z nich považuje stravování za důležitou součást při jejich cestování. Více jak polovina dotazovaných respondentů se někdy zúčastnila kulinářského cestovního ruchu v Pardubicích a zároveň si myslí, že město pořádá dostatek kulinářských akcí. Ale mnoho z nich neví, zdali jsou Pardubice

bohaté na zážitkovou gastronomii, ale naopak si myslí, že návštěvníci sem jezdí také kvůli gastronomii. Většina respondentů někdy navštívila pardubický Prima Fresh Festival. Téměř přesným odhadem byla potvrzena hypotéza, že respondenti neznají nezávislého průvodce českými restauracemi Maurerův výběr Grand Restaurant, ač restaurace jeho součástí někdy navštívili. Za nejlepší restauraci z nich považují restauraci Bonté.

Ze zjištěných informací se nabízí mnoho potenciálních aspektů na zvýšení podpory samotné gastronomie a kulinářského cestovního ruchu ve městě Pardubice.

- Velké negativum, které bylo bohužel potvrzeno byla neznalost nezávislého českého průvodce restauracemi Maurerův výběr Grand Restaurant. Z mého pohledu dnešní mladé generace to vidím jako velký potenciál. Mnoho lidí dnešní doby je připoutáno ke svým mobilním telefonům a internetovým aplikacím, kterou samozřejmě nabízí i tento průvodce. Pardubické restaurace by měli zapracovat na aktualizování informací v průvodci a hlavně vyzývat své hosty k hodnocení a recenzování jejich podniku v průvodci. Lidé velmi často dají na zkušenosti ostatních, o kterých se dočtou. Bohužel restaurace téměř nepropagují a není zjevně viditelné, že jsou součástí průvodce Maurerův výběr Grand Restaurant.
- Posílení cestovního ruchu jako takového a samozřejmě kulinářského cestovního ruchu by pozvedlo, pořádání gastronomických veletrhů, obdobně jako jsou pořádány v Praze. Město Pardubice není nikterak malé, aby si tuto skutečnost nemohlo dovolit.
- Pro mě velkým lákadlem a hrdostí by bylo, kdyby některá pardubická restaurace z Maurerova výběru Grand Restaurant získala Michelinskou hvězdu. Myslím si, že restaurace Bonté si pomalu vyšlapává cestu. Ale na druhou stranu takových restaurací po celé republice je mnoho, získání další Michelinské hvězdy, by bylo velkou atraktivitou.
- Napadl mě také fakt, kdyby se známý, vyhlášený top kuchař přestěhoval či si otevřel svoji restauraci v Pardubicích, v tu chvíli by to sklidilo velkou zvědavost nejen místních obyvatel, ale i přespolních. Také věřím v cestování jeho stávajících „štamgastů“ do jeho nového místa působení. Doufám v to, že by se to stalo velkým lákadlem pro všechny milovníky jídla, ale i zvědavé lidi. V pardubickém regionu známá tvář podnikající v gastronomii chybí.

- Na druhou stranu vidím, ze své pozice pracovníka na střední hotelové škole v Chrudim, že vychovat kvalitní pracovní sílu do gastronomických provozů, je v dnešní době velmi těžké. Dnešní mládež nechce pracovat manuálně a sloužit dalším lidem, ale toto jsou dva hlavní faktory práce v pohostinství. Z absolventů nám vyčnívá pouze třetina úspěšných, kteří zůstávají v oboru. A s tím se samozřejmě pojí, již zmiňovaný názor, že je velmi těžké sehnat kvalifikovaný a hlavně práceschopný personál. Pokud má provozovatel zájem sehnat kvalitní personál do svého podniku, musí se mnohdy smířit s myšlenkou „přepčení“ vybraného zaměstnance.

Jednoznačně z toho vyplývá, že nedílnou součástí naší kultury se neodmyslitelně stalo kvalitní jídlo a pití. Řada lidí dnes už je velmi poučená v oboru gastronomie, někdy jsou možná větší odborníci než profesionálové. Z toho lze jednoznačně usuzovat, že potenciál vyhledávání dobré gastronomie – kulinářského cestovního ruchu se bude dynamicky rozvíjet.

*„Objev nového jídla znamená pro blaho lidstva více, než objev nové hvězdy.“*

*Jean Anthelme Brillat-Savarin*<sup>171</sup>

---

<sup>171</sup> BRILLANT-SAVARIN, Jean Anthelme. *O labužnictví: fyziologie chuti*. 2., upravené vyd. Překlad Eva Kuťáková, Rafaela Zachystalová. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 1994. ISBN 80-7106-111-5. 347 s.

## SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

### Seznam použitých českých zdrojů

BRILLANT-SAVARIN, Jean Anthelme. *O labužnictví: fyziologie chuti*. 2., upravené vyd. Překlad Eva Kuťáková, Rafaela Zachystalová. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 1994. ISBN 80-7106-111-5. 347 s.

Hospodářské noviny. Praha: 1996-2015 Economia, a.s., Hospodářské noviny iHNed, 2015, 12. 3. 2015. ISSN 1213-7693.

Hospodářské noviny. Praha: 1996-2016 Economia, a.s., Hospodářské noviny iHNed, 2016, 19. – 21. 2. 2016. ISSN 1213-7693.

FREEDMAN, P. *Jídlo – dějiny chuti*. 1. vyd. Praha: Mladá Fronta, 2008. ISBN 978-80-204-1847-0. 368 s.

KOTÍKOVÁ, H. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4603-6. 207 s.

ORIEŠKA, J. *Technika služeb cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Idea servis, 1999. ISBN 80-85970-27-9. 244 s.

ORSÁKOVÁ, Š a E. OBŮRKOVÁ. *Ochutnejte Českou republiku*. Brno, 2004. ISBN 978-80-87222-12-6. 160 s.

PÁSKOVÁ, M. a J. ZELENKA: *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Linde Praha, 2012. ISBN 978-80-7201-880-2. 768 s.

RYGLOVÁ, K., BURIAN M. a I. VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2012. ISBN 978-80-247-4039-3. 216 s.

## Seznam použitých zahraničních zdrojů

ABOUT TRAVEL. What are the Michelin Stars? [online]. [cit. 2015-10-29]. Dostupné z: <<http://foodtravel.about.com/od/Restaurant-Reviews/fl/What-Are-the-Michelin-Stars.htm>>.

YEOMAN, I. Hospitality. Why food tourism is becoming more important? [online]. [cit. 2015-10-18]. Dostupné z: <<http://www.hospitalitynet.org/news/4037197.html>>.

UNESCO. *Gastronomic meal of the French*. [online]. [cit. 2015-10-18]. Dostupné z: <<http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?RL=00437>>.

UNESCO. *Traditional mexican cuisine – ancestral, ongoing community culture, the Michoacán paradigm*. [online]. [cit. 2015-10-18]. Dostupné z: <<http://www.unesco.org/culture/ich/en/RL/00400>>.

## Seznam použitých internetových zdrojů

AHR ČR. *O asociaci*. [online]. [cit. 2016-01-02]. Dostupné z: <<http://www.ahrcr.cz/o-asociaci/>>.

AKC. *Kdo jsme*. [online]. [cit. 2016-01-02]. Dostupné z: <<http://akc.cz/kdo-jsme.php>>.

AKC. [online]. [cit. 2016-01-02]. Dostupné z: <<http://akc.cz/>>.

AKTUÁLNĚ. *Lidem je stále jedno, co jedí, tvrdí nejlepší český kuchař*. [online]. [cit. 2016-01-31]. Dostupné z: <<http://magazin.aktualne.cz/rozhovor-s-oldrichem-sahajdakem/r~06441d70592a11e4840b002590604f2e/>>.

Asociace sommelierů Česká republika. *Statut*. [online]. [cit. 2016-01-02]. Dostupné z: <<http://www.sommeliers.cz/content/statut-asociace-sommelier%C5%AF-%C4%8Dr>>.

ASCISCR. *Stanovy*. [online]. [cit. 2016-01-02]. Dostupné z: <<http://www.asciscr.cz/stanovy>>.

CBA. [online]. [cit. 2016-01-02]. Dostupné z: <<http://www.cbanet.cz/>>.

CBA. *Stanovy*. [online]. [cit. 2016-01-02]. Dostupné z: <[http://www.cbanet.cz/cba\\_stanovy](http://www.cbanet.cz/cba_stanovy)>.

ČESKÉ VÝLETY. *Ze sklepa do sklepa*. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <[http://www.ceskevylety.cz/slavnosti.php?kod=3847\\_ze-sklepa-do-sklepa-velke-bilovice](http://www.ceskevylety.cz/slavnosti.php?kod=3847_ze-sklepa-do-sklepa-velke-bilovice)>.

DATABÁZE KNIH. *Pavel Maurer*. [online]. [cit. 2015-10-29]. Dostupné z: <<http://www.databazeknih.cz/zivotopis/pavel-maurer-16495>>.

CzechSpecials. *Představení projektu*. [online]. [cit. 2016-01-02]. Dostupné z: <<http://www.czechspecials.cz/about-us/>>.

CzechSpecials. *Média*. [online]. [cit. 2016-01-02]. Dostupné z: <<http://www.czechspecials.cz/special-pages/media/download/>>.

CZECHTOURISM. *Zřizovací listina*. [online]. [cit. 2016-01-09]. Dostupné z: <<http://www.czechtourism.cz/getmedia/1cc85b98-e0c6-47ac-8a29-3ce7653503fd/RM138.pdf.aspx>>.

FACEBOOK. *Prima Fresh Festival*. [online]. [cit. 2016-02-20]. Dostupné z: <<https://www.facebook.com/FreshFestivalPardubice>>.

FOOTPARADE. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <<http://www.foodparade.cz/>>.

FOOTPARADE. *O Foodparade*. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <<http://foodparade.cz/cs/o-foodparade2015.php>>.

FOOTPARADE. *Vstupenky*. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <[http://foodparade.cz/cs/vstupenky\\_2015.php](http://foodparade.cz/cs/vstupenky_2015.php)>.

FOOTPARADE. *Co ochutnáte*. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <<http://foodparade.cz/cs/co-ochutnate2015.php>>.

FOOTPARADE. *Program*. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <<http://foodparade.cz/cs/program2015.php>>.

FOOTPARADE. *Soutěž*. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <<http://foodparade.cz/cs/soutez2015.php>>.

GASTROAHOTEL. *Co si myslí Roman Paulus o české gastronomii*. [online]. [cit. 2016-01-31]. Dostupné z: <<http://gastroahotel.cz/rubriky/osobnosti/co-si-mysli-roman-paulus-o-ceske-gastronomii/>>.

GASTROSLAVNOSTI. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <<http://www.gastroslavnosti.cz/>>.

GOOGLE. Obrázky. *Velkobílovičtí vinaři*. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <[https://www.google.cz/search?hl=cs&site=imghp&tbm=isch&source=hp&biw=1366&bih=670&q=velkob%C3%ADlovi%C4%8Dt%C3%AD+vina%C5%99i&oq=velkob%C3%ADlovi%C4%8Dt%C3%AD+vina%C5%99i&gs\\_l=img.3..0i24.554.554.0.1022.1.1.0.0.0.162.162.0j1.1.0....0...1ac..64.img..0.1.162.rOrsmJQ7VNs#imgrc=H\\_1mz49iDqL58M%3A](https://www.google.cz/search?hl=cs&site=imghp&tbm=isch&source=hp&biw=1366&bih=670&q=velkob%C3%ADlovi%C4%8Dt%C3%AD+vina%C5%99i&oq=velkob%C3%ADlovi%C4%8Dt%C3%AD+vina%C5%99i&gs_l=img.3..0i24.554.554.0.1022.1.1.0.0.0.162.162.0j1.1.0....0...1ac..64.img..0.1.162.rOrsmJQ7VNs#imgrc=H_1mz49iDqL58M%3A)>.

GOOGLE. Obrázky. *Asociace číšníků*. [online]. [cit. 2016-01-02]. Dostupné z: <[https://www.google.cz/search?q=asociace+%C4%8D%C3%ADsn%C3%ADk%C5%AF&biw=1366&bih=670&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwi9iKjrs4vKAhUCkSwKHWnmChEQ\\_AUIBigB#imgrc=wucM-iMxF2j7RM%3A](https://www.google.cz/search?q=asociace+%C4%8D%C3%ADsn%C3%ADk%C5%AF&biw=1366&bih=670&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwi9iKjrs4vKAhUCkSwKHWnmChEQ_AUIBigB#imgrc=wucM-iMxF2j7RM%3A)>.

GOOGLE. Obrázky. *Asociace sommeliérů*. [online]. [cit. 2016-01-02]. Dostupné z: <[https://www.google.cz/search?hl=cs&site=imghp&tbm=isch&source=hp&biw=1366&bih=670&q=asociace+sommeli%C3%A9r%C5%AF&oq=asociace+somme&gs\\_l=img.3.0.0i24I2.1155.5803.0.6928.18.12.2.4.6.0.220.1290.1j7j1.9.0....0...1ac.1.64.img..6.12.1303.LVpKBOrpErU#imgrc=RLqdWXqBf0jdKM%3A](https://www.google.cz/search?hl=cs&site=imghp&tbm=isch&source=hp&biw=1366&bih=670&q=asociace+sommeli%C3%A9r%C5%AF&oq=asociace+somme&gs_l=img.3.0.0i24I2.1155.5803.0.6928.18.12.2.4.6.0.220.1290.1j7j1.9.0....0...1ac.1.64.img..6.12.1303.LVpKBOrpErU#imgrc=RLqdWXqBf0jdKM%3A)>.

GRAND RESTAURANT. [online]. [cit. 2015-10-29]. Dostupné z: <<http://www.grandrestaurant.cz/historie>>.

GRAND RESTAURANT. *Restaurace*. [online]. [cit. 2016-02-10]. Dostupné z: <<http://www.grandrestaurant.cz/restaurace/?str=0&or=name&dr=ASC>>.

GRANDRESTAURANTFESTIVAL. *Média*. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <[http://www.grandrestaurantfestival.cz/data/files/logo\\_GRF.jpg](http://www.grandrestaurantfestival.cz/data/files/logo_GRF.jpg)>.

GRANDRESTAURANTFESTIVAL. *Historie*. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <<http://www.grandrestaurantfestival.cz/historie>>.

GRANDRESTAURANTFESTIVAL. *O festivalu*. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <<http://www.grandrestaurantfestival.cz/o-festivalu>>.

CHAMPAGNE-GRANDJOUR. [online]. [cit. 2016-01-09]. Dostupné z: <<http://www.champagne-grandjour.cz/>>.

CHAMPAGNE-GRANDJOUR. *Grand Jour 2015*. [online]. [cit. 2016-01-09]. Dostupné z: <<http://champagne-grandjour.cz/grand-jour-2015.html>>.

CHATEAU MCELY. *Restaurace*. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <<http://www.chateaumcely.cz/menu?13>>.



JENERÁLOVÁ, I. *Praha má dvě Michelinské hvězdy*. [online]. [cit. 2015-10-29]. Dostupné z: <<http://www.czech.cz/cz/Zivot-a-prace/Jak-se-zije-v-CR/Strava/Praha-ma-dve-michelinske-hvezdy>>.

KOISHI. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <<http://www.koishi.cz/>>.

KOPŘIVOVÁ, J. *La Degustation a Alcron opět obhájily michelinskou hvězdu*. [online]. [cit. 2015-10-29]. Dostupné z: <<http://www.apetitonline.cz/novinky/la-degustation-a-alcron-opet-obhajily-michelinskou-hvezdu>>.

KUBEC, M. *Slovo prezidenta... Michelinská hvězda*. [online]. [cit. 2015-10-29]. Dostupné z: <<http://akc.cz/tiskova-zprava-91/slovo-prezidenta-michelinska-hvezda>>.

LEJSEK, Z. *Kolik vydělává tuzemský cestovní ruch?* [online]. [cit. 2015-09-28]. Dostupné z: <<http://www.statistikaamy.cz/2015/04/kolik-vydelava-tuzemsky-cestovni-ruch/>>.

LIDOVKY. *Michelinská hvězda je úspěch pro celé Česko, říká Paulus*. [online]. [cit. 2016-02-21]. Dostupné z: <[http://www.lidovky.cz/michelinska-hvezda-je-uspech-pro-cele-cesko-rika-paulus-pgw-/dobra-chut.aspx?c=A130314\\_160739\\_dobra-chut\\_mc](http://www.lidovky.cz/michelinska-hvezda-je-uspech-pro-cele-cesko-rika-paulus-pgw-/dobra-chut.aspx?c=A130314_160739_dobra-chut_mc)>.

MICHELINSKÉ RESTAURACE. *Co jsou Michelinské restaurace?* [online]. [cit. 2015-10-29]. Dostupné z: <<http://www.michelinskerestaurace.cz/co-jsou-michelinske-restaurace/>>.

MMR. *Ministerstvo*. [online]. [cit. 2016-01-09]. Dostupné z: <<http://www.mmr.cz/cs/Ministerstvo/Ministerstvo>>.

MNAMTOUR. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <<http://www.mnamtour.cz/uvodni-strana/>>.

MNAMTOUR. *O nás*. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <<http://www.mnamtour.cz/o-nas>>.

MNAMTOUR. *Historie*. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <<http://www.mnamtour.cz/vypravy>>.

PALMKNIHY. *Nejzte blbě!* [online]. [cit. 2015-10-29]. Dostupné z: <[http://www.palmknihy.cz/elektronicke-knihy/nejzte-blbe-1.html?a\\_box=udex6cb4#details](http://www.palmknihy.cz/elektronicke-knihy/nejzte-blbe-1.html?a_box=udex6cb4#details)>.

PARDUBICE: *Dotace a granty*. [online]. [cit. 2016-02-22]. Dostupné z: <<http://www.pardubice.eu/urad/radnice/verejna-podpora-dotace-a-granty/>>.

PARDUBICE. Geografie. [online]. [cit. 2016-02-20]. Dostupné z: <<http://www.pardubice.eu/o-pardubicich/informace-o-meste/geografie/>>.

PARDUBICKÝ FESTIVAL VÍNA. [online]. [cit. 2016-01-09]. Dostupné z: <http://www.pardubickyfestivalvina.cz/>

PARDUBICKÝ FESTIVAL VÍNA. *Pardubický festival vína*. [online]. [cit. 2016-01-09]. Dostupné z: <<http://www.pardubickyfestivalvina.cz/novinky/pardubicky-festival-vina->>.

PAULUS, R. *Češi si zvykli chodit do kvalitních restaurací*. [online]. [cit. 2016-01-31]. Dostupné z: <<http://magazin.aktualne.cz/rozhovor-s-romanem-paulusem/r~9e81749c130811e482480025900fea04>>.

PRAGUEFOODFESTIVAL. *Média*. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <<http://www.praguefoodfestival.cz/media>>.

PRAGUEFOODFESTIVAL. *Kudy k nám*. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <<http://www.praguefoodfestival.cz/kudy-k-nam>>.

PRAGUEFOODFESTIVAL. *O festivalu*. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <<http://www.praguefoodfestival.cz/o-festivalu>>.

PRAGUEFOODFESTIVAL. *Vstupenky*. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <<http://www.praguefoodfestival.cz/zpusob-platby>>.

PRAGUEFOODFESTIVAL. *Restaurace a menu*. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <<http://www.praguefoodfestival.cz/restaurace-seznam-pff>>.

PRIMAFRESHFESTIVAL. [online]. [cit. 2016-02-10]. Dostupné z: <<http://festival.fresh.iprima.cz/>>.

PTEJSEKNIHOVNY. *Státní správa a samospráva*. [online]. [cit. 2016-02-22]. Dostupné z: <<http://www.ptejseknihovny.cz/dotazy/statni-sprava-a-samosprava>>.

SPIECES. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <<http://www.mandarinoriental.cz/prague/fine-dining/spices-restaurant-and-bar/>>.

STEZKY. *Doporučené otevřené sklepy*. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <<http://www.stezky.cz/Akce/Otevrene-sklepy/Jizni-Morava/Doporucene-akce.aspx>>.

STEZKY. *Doporučené otevřené sklepy*. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <<http://www.stezky.cz/Kalendar-akci/Akce-Jizni-Morava-%281%29/ZE-SKLEPA-DO-SKLEPA-2015.aspx>>.

TERASA U ZLATÉ STUDNĚ. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <<http://www.terasauzlatestudne.cz/>>.

VANÍČEK, J. *Gastronomie a cestovní ruch*. [online]. [cit. 2016-02-21]. Dostupné z: <<http://slideplayer.cz/slide/2962714/>>.

VELKÉ BILOVICE. *Ze sklepa do sklepa*. [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <<http://velkebilovice.com/ze-sklepa-do-sklepa-02-04-2016>>.

### **Seznam použitých ostatních zdrojů**

BENEŠ, P. *Podpora k diplomové práci*. [online]. E-mail: Kropáčková Tereza, 18. 2. 2016, [cit. 2016-02-22]. Osobní komunikace.

FRANKOVÁ, L. *Podpora k diplomové práci*. [online]. E-mail: Kropáčková Tereza, 17. 2. 2016, [cit. 2016-02-22]. Osobní komunikace.

JIRÁSEK, P. *Podpora k diplomové práci*. [online]. Facebook: Kropáčková Tereza, 3. 1. 2016, [cit. 2016-02-04]. Osobní komunikace.

JETMAROVÁ, A., (odbor rozvoje, fondů EU, cestovního ruchu a sportu oddělení sportu a cestovního ruchu, Krajský úřad Pardubického kraje). *Podpora k diplomové práci*. [online]. E-mail: Kropáčková Tereza, 1. 12. 2015, [cit. 2016-02-22]. Osobní komunikace.

KLUSÁK, M. (produktový manažer CzechTourism), *Podpora kulinářského CR CzechTourismem*. [online]. E-mail: Kropáčková Tereza, 4. 1. 2016, [cit. 2016-01-09]. Osobní komunikace.

KOHOUTEK, T. *Podpora k diplomové práci*. [online]. E-mail: Kropáčková Tereza, 17. 2. 2016, [cit. 2016-02-22]. Osobní komunikace.

KRÁL, P. *Podpora k diplomové práci*. [online]. E-mail: Kropáčková Tereza, 17. 2. 2016, [cit. 2016-02-22]. Osobní komunikace.

KUŘÁTKO, J. *Podpora k diplomové práci*. [online]. E-mail: Kropáčková Tereza, 19. 2. 2016, [cit. 2016-02-22]. Osobní komunikace.

PANOCHA, M. *Podpora k diplomové práci*. [online]. E-mail: Kropáčková Tereza, 19. 2. 2016, [cit. 2016-02-22]. Osobní komunikace.

PEKÁRKOVÁ, V., (Sales & Marketing Manager Café Imperial). *Podpora k diplomové práci*. [online]. E-mail: Kropáčková Tereza, 5. 1. 2016, [cit. 2016-01-31]. Osobní komunikace.

PETRUŽÁLEK, J. *Podpora k diplomové práci*. [online]. E-mail: Kropáčková Tereza, 17. 2. 2016, [cit. 2016-02-22]. Osobní komunikace

INFORMAČNÍ CENTRUM MMR. *Podpora kulinářského CR MMR*. [online]. E-mail: Kropáčková Tereza, 20. 1. 2016, [cit. 2016-01-31]. Osobní komunikace.

SAHAJDÁK, O. *Podpora k diplomové práci*. [online]. E-mail: Kropáčková Tereza, 4. 1. 2016, [cit. 2016-01-31]. Osobní komunikace.

SAJLER, F. *Podpora k diplomové práci*. [online]. E-mail: Kropáčková Tereza, 4. 2. 2016, [cit. 2016-02-04]. Osobní komunikace.

SEJVAL, R. *Podpora k diplomové práci*. [online]. E-mail: Kropáčková Tereza, 6. 1. 2016, [cit. 2016-01-31]. Osobní komunikace.

TLAPÁK, R. *Podpora k diplomové práci*. [online]. E-mail: Kropáčková Tereza, 18. 2. 2016, [cit. 2016-02-22]. Osobní komunikace.

ZUKAL, S. *Podpora k diplomové práci*. [online]. E-mail: Kropáčková Tereza, 6. 1. 2016, [cit. 2016-01-31]. Osobní komunikace.

## SLOVNÍK POJMŮ

Zdroj: SALAČ, G. *Stolničení*. Praha: Fortuna, 2006, ISBN 80-7168-752-9. 217 s.

A la carte	prodej podle jídelního lístku
Barista	odborník v přípravě a podávání kávy
Gurmán	labužník, orientující se v gastronomii na vyšší úrovni
Gurmet	znalec schopný ochutnávat, posuzovat a analyzovat pokrmy
Champagne	vinařská oblast, kde se vyrábí šumivé víno
Sabrage	sejmutí skleněného hrdla šampaňského šavlí
Sommeliér	znalec, odborník v podávání nápojů
Šampaňské	šumivé víno, výhradně z oblasti Champagne
Teatender	odborník v přípravě a podávání čaje

## SEZNAM OBRÁZKŮ, GRAFŮ A TABULEK

### Seznam obrázků

<b>Obrázek 1:</b> Klasifikace kulinářského cestovního ruchu .....	17
<b>Obrázek 2:</b> Logo Grand Restaurant 2016 .....	23
<b>Obrázek 3:</b> Logo AHR ČR .....	24
<b>Obrázek 4:</b> Logo AKC ČR .....	25
<b>Obrázek 5:</b> Logo ASCIS ČR .....	26
<b>Obrázek 6:</b> Logo CBA .....	27
<b>Obrázek 7:</b> Logo AS ČR .....	28
<b>Obrázek 8:</b> Logo Czech Specials .....	29
<b>Obrázek 9:</b> Logo Footparade .....	30
<b>Obrázek 10:</b> Logo Prague Food Festival .....	31
<b>Obrázek 11:</b> Logo Grand Restaurant Festival .....	33
<b>Obrázek 12:</b> Logo Mňam Tour .....	34
<b>Obrázek 13:</b> Logo Gastronomických slavností M. D. Rettigové .....	35
<b>Obrázek 14:</b> Logo Velkobílovičtí vinaři .....	37
<b>Obrázek 15:</b> Logo Pardubického festivalu vína .....	38
<b>Obrázek 16:</b> Logo Grand jour de Champagne .....	40
<b>Obrázek 17:</b> Grand Restaurant, TOP 10 absolutně, první tři, 2016 .....	45
<b>Obrázek 18:</b> Logo Prima Fresh festivalu .....	59

## Seznam grafů

<b>Graf 1:</b> Složení dotazovaných respondentů dle pohlaví .....	77
<b>Graf 2:</b> Složení dotazovaných respondentů dle věkových skupin .....	72
<b>Graf 3:</b> Složení dotazovaných respondentů dle dosaženého vzdělání .....	73
<b>Graf 4:</b> Složení dotazovaných respondentů dle kraje, v kterém bydlí .....	74
<b>Graf 5:</b> Složení dotazovaných respondentů, kteří se zajímají o gastronomii .....	75
<b>Graf 6:</b> Složení dotazovaných respondentů, kteří znají pojem gastronomický/ kulinářský cestovní ruch .....	76
<b>Graf 7:</b> Složení dotazovaných respondentů, kteří považují stravování za důležitou součást při jejich cestování .....	77
<b>Graf 8:</b> Složení dotazovaných respondentů, kteří se někdy zúčastnili kulinářského cestovního ruchu v Pardubicích .....	78
<b>Graf 9:</b> Složení dotazovaných respondentů, kteří si myslí, že město Pardubice pořádá dostatek kulinářských akcí (festival jídla, festival vína) .....	79
<b>Graf 10:</b> Složení dotazovaných respondentů, kteří si myslí, že je město Pardubice bohaté na zážitkovou gastronomii .....	80
<b>Graf 11:</b> Složení dotazovaných respondentů, kteří si myslí, že do Pardubic jezdí návštěvníci také pouze kvůli gastronomii .....	81
<b>Graf 12:</b> Složení dotazovaných respondentů, kolikrát se zúčastnili PRIMA FRESH FESTIVALU v Pardubicích .....	82
<b>Graf 13:</b> Složení dotazovaných respondentů, kteří znají českého průvodce restauracemi Maurerův výběr Grand Restaurant .....	83
<b>Graf 14:</b> Složení dotazovaných respondentů, kteří vědí, že se v Pardubicích nachází 8 restaurací Maurerova výběru Grand Restaurant .....	84
<b>Graf 15:</b> Dotazovaní respondenti, kteří někdy navštívili některé pardubické restaurace z Maurerova výběru Grand Restaurant .....	85
<b>Graf 16:</b> Nejlepší restaurace z Maurerova výběru Grand Restaurant považovaná dotazovanými respondenty .....	86

## **Seznam tabulek**

<b>Tabulka 1:</b> Žebříček TOP 10 absolutně, rok 2012 .....	41
<b>Tabulka 2:</b> Žebříček TOP 10 absolutně, rok 2013 .....	42
<b>Tabulka 3:</b> Žebříček TOP 10 absolutně, rok 2014 .....	42
<b>Tabulka 4:</b> Žebříček TOP 10 absolutně, rok 2015 .....	43
<b>Tabulka 5:</b> Žebříček TOP 10 absolutně, rok 2016 .....	44



## SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A – Dotazník .....	I
Příloha B – Kontrolní tabulky .....	VII

# Kulinářský cestovní ruch ve městě Pardubice

*Vážení respondenti,*

*ráda bych Vás požádala o vyplnění dotazníku, který slouží jako podklad pro vypracování diplomové práce. Dotazník je zaměřen na kulinářský cestovní ruch ve městě Pardubice.*

*Dotazník obsahuje 16 otázek a nezabere Vám moc času, je zcela anonymní.*

*Moc Vám děkuji za Váš čas!*

---

## Vaše pohlaví

muž

žena

---

## Věk

do 20 let

21 - 30 let

31 - 50 let

51 a více let

## Dosažené vzdělání

- vysokoškolské
  - středoškolské s maturitou
  - vyučen
  - základní
- 

## Bydlím v kraji

Vyberte

---

## Zajímáte se o gastronomii?

- ANO
  - NE
  - NEVÍM
- 

## Znáte pojem gastronomický/ kulinářský cestovní ruch?

- ANO
  - NE
  - NEVÍM
-

**Považujete stravování za důležitou součást při Vašem cestování?**

- ANO
- NE
- NEVÍM
- 

**Zúčastnil (a) jste se někdy kulinářského cestovního ruchu v Pardubicích?**

- ANO
- NE
- NEVÍM
- 

**Myslíte, že město Pardubice pořádá dostatek kulinářských akcí (festival jídla, festival vína)?**

- ANO
- NE
- NEVÍM
-

**Je město Pardubice bohaté na zážitkovou gastronomii?**

- ANO
  - NE
  - NEVÍM
- 

**Myslíte, že do Pardubic jezdí návštěvníci také pouze kvůli gastronomii?**

- ANO
  - NE
  - NEVÍM
- 

**Zúčastnil (a) jste se někdy PRIMA FRESH FESTIVALU (dříve Apetit Festival) v Pardubicích?**

- ANO, 1x
  - ANO, 2x
  - ANO, 3x
  - NE
  - NEVÍM
-

### Znáte českého průvodce restauracemi Maurerův výběr Grand Restaurant?

- ANO  NE  
 NEVÍM
- 

### Víte, že se v Pardubicích nachází 8 restaurací Maurerova výběru Grand Restaurant?

- ANO  NE  
 NEVÍM
- 

### Navštívil (a) jste některé z nich?

- Bonté  
 Cartellone  
 La Cabaña  
 Na Staré Rybárně  
 Tiburón  
 U Dvou kohoutků  
 U Lva  
 U Nouzů  
 NE
-

### Za nejlepší z nich považujete?

- Bonté
- Cartellone
- La Cabaña
- Na Staré Rybárně
- Tiburón
- U Dvou kohoutků
- U Lva
- U Nouzů
- NEVÍM

**ODESLAT DOTAZNÍK**

## Příloha B - Kontrolní tabulky <sup>172</sup>

Otázka č. 1, tabulka s výsledky

muž	115	56,1 %
žena	90	43,9 %

Otázka č. 2, tabulka s výsledky

do 20 let	23	11,2 %
21 - 30 let	82	40,0 %
31 - 50 let	64	31,2 %
51 a více let	36	17,6 %

Otázka č. 3, tabulka s výsledky

vysokoškolské	79	38,5 %
středoškolské s maturitou	104	50,7 %
vyučen	11	5,4 %
základní	11	5,4 %

Otázka č. 4, tabulka s výsledky

Pardubickém	157	76,6 %
Královehradeckém	10	4,9 %
Praha	19	9,3 %
Středočeském	12	5,9 %
Vysočina	2	1,0 %
Karlovarském	0	0
Ústeckém	3	1,5 %
Libereckém	1	0,5 %
Píseňském	0	0
Moravskoslezském	0	0
Olomouckém	0	0
Zlínském	0	0
Jihomoravském	0	0
Jihočeském	1	0,5 %

---

<sup>172</sup> Autor práce, 2016, (vlastní zpracování)



Otázka č. 5, tabulka s výsledky

ANO	173	84,4 %
NE	23	11,2 %
NEVÍM	9	4,4 %

Otázka č. 6, tabulka s výsledky

ANO	176	85,9 %
NE	23	11,2 %
NEVÍM	6	2,9 %

Otázka č. 7, tabulka s výsledky

ANO	192	93,7 %
NE	12	5,9 %
NEVÍM	1	0,5 %

Otázka č. 8, tabulka s výsledky

ANO	134	65,4 %
NE	65	31,7 %
NEVÍM	6	2,9 %

Otázka č. 9, tabulka s výsledky

ANO	116	56,6 %
NE	20	9,8 %
NEVÍM	69	33,7 %

Otázka č. 10, tabulka s výsledky

ANO	84	41,0 %
NE	32	15,6 %
NEVÍM	89	43,4 %

Otázka č. 11, tabulka s výsledky

ANO	75	36,6 %
NE	67	32,7 %
NEVÍM	63	30,7 %

Otázka č. 12, tabulka s výsledky

ANO, 1x	28	13,7 %
ANO, 2x	57	27,8 %
ANO, 3x	52	25,4 %
NE	68	33,2 %
NEVÍM	0	0

Otázka č. 13, tabulka s výsledky

ANO	65	31,7 %
NE	137	66,8 %
NEVÍM	3	1,5 %

Otázka č. 14, tabulka s výsledky

ANO	12	5,9 %
NE	160	78,0 %
NEVÍM	33	16,1 %

Otázka č. 15, tabulka s výsledky

Bonté	122	59,5 %
Cartellone	64	31,2 %
La Cabaña	95	46,3 %
Na Staré Rybárně	73	35,6 %
Tiburón	14	6,8 %
U Dvou kohoutků	96	46,8 %
U Lva	94	45,9 %
U Nouzů	93	45,4 %
NE	49	23,9 %

Otázka č. 16, tabulka s výsledky

Bonté	94	45,9 %
Cartellone	9	4,4 %
La Cabaña	8	3,9 %
Na Staré Rybárně	5	2,4 %
Tiburón	1	0,5 %
U Dvou kohoutků	11	5,4 %
U Lva	15	7,3 %
U Nouzů	7	3,4 %
NE	55	26,8 %

## **BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE**

**Jméno autora:** Tereza Kropáčková

**Obor:** Management cestovního ruchu

**Forma studia:** kombinované studium

**Název práce:** Kulinářský cestovní ruch České republiky

**Rok:** 2016

**Počet stran textu:** 84

**Celkový počet stran příloh:** 10

**Počet titulů českých použitých zdrojů:** 9

**Počet internetových zdrojů:** 67

**Vedoucí práce:** Prof. PhDr. Václav Hořčíčka Ph.D.