

Što traže moderni gosti

BITNI SU I ČAŠA I TANJURI, NE SAMO ONO U NJIMA

Za potpuni užitak u dobro pripremljenom obroku važno je i lijepo servirati jelo. Posuđu, čašama i priboru za jelo svakog se dana posvećuje sve više pažnje. Vrijeme bijelih tanjura obrubljenih plavim crtama je iza nas.



:::: Pripremila: Kristina Tubić ::::

Ambijent, materijali i boje, dekoracija stola te izbor posuđa i čaša postali su važan dio dojma koji će gost ponijeti iz nekog restorana, te njegovoj odluci da li će se opet vratiti. Koliko pažnje naši ugostitelji polažu kada je u pitanju izbor posuđa i čaša, za kakve se linije najčešće odlučuju, te na što bi trebali paziti kada opremaju svoje objekte, upitali smo **Aleksandra Bojadžijeva** iz zagrebačke tvrtke za prodaju ugostiteljskog inventara i ugostiteljske opreme Alexander Commerce.

USKLADITI DIZAJN INTERIJERA I POSUĐA

Turizam info: Kakva je situacija u našim restoranima i ugostiteljskim objektima? Da li ugostitelji prate nove trendove u posluživanju?

Bojadžijev: Svakim danom sve se više ulaže u kvalitetnije čaše i bolje dizajnirano posuđe. Nažalost, često se događa da kod izgradnje novog ili renoviranja

starog ugostiteljskog objekta, čaše i suđe dolaze na kraju, pa se zbog prekoračenja postojećeg budžeta, šteti na tom segmentu. To se nikako ne može opravdati, ali se, eto, događa, iako mi se čini da situacija ipak kreće nabolje, i ugostitelji počinju shvaćati koliko je važan i tanjur i čaša, a ne samo ono što je u njima.

Turizam info: Na što bi trebalo pripaziti kod nabavke posuđa i čaša?

Bojadžijev: Mišljenja sam kako postoje dvije važne stvari. Prva se odnosi na interijer prostora. Jako je bitno da se dizajn posuđa što bolje uklopi u dizajn samog prostora, jer ako to nije donekle uspješno rješenje, tada ni kvaliteta, ni dizajn, pa čak ni marka proizvoda neće moći popraviti dojam.

Druga, po meni najvažnija stvar jest izbor dobavljača kod kojeg će se ugostitelj opremiti. Ako se odluči za dobavljača koji kao zastupnik za neku marku proizvoda ne drži istu kontinuirano na lageru, može se dogoditi da nabavka posuđa i čaša postane najveći

trošak. Moguće je da ugostitelju dodatno zatreba 100 čaša i 50 šalica za crnu kavu s kojima ste već opremili objekt, a dobavljač više uopće ne radi s tim proizvodima ili ih nema na lageru, pa ćete isporuku morati čekati i do dva mjeseca.

Turizam info: Da li ista pravila po pitanju posuđa i čaša vrijede i za restorane ili hotele više kategorije kao i za one srednje?

Bojadžijev: Što se tiče hotela s četiri i pet zvijezdica i kvalitetnijih restorana osim kvalitete i dizajna, nije manje značajna ni sama marka proizvoda, njegovo ime tj. brand. Turisti koji su naučili odsjedati u hotelima sa pet zvijezdica i jesti u visokokvalitetnim restoranima, poznavatelji su vodećih marki proizvoda. Oni vrlo cijene kada vide njima uobičajene i u svijetu priznate vodeće marke tanjura i pribora za jelo. U najmanju ruku, to im čak ulijeva određenu sigurnost i garanciju vezanu za taj ugostiteljski objekat.

Ako pak govorimo o hotelima s tri



zvjezdice i manje luksuznim restoranima, onda ime nije toliko važno. U tom je slučaju najbitnija kvaliteta, a nešto manje dizajn. U tom će slučaju, na primjer češki porculan sa podebljanim rubovima na tanjuru i s glazurom

koja se za razliku od običnih tanjura peče na puno više stupnjeva, biti jako dobar odabir jer neće izgledati staro i pohabano nakon dvije godine pranja u profesionalnim mašinama za suđe.

Turizam info: *Na što se točno misli kada govorimo o modernom, trendy posuđu?*

Bojadžijev: Po pitanju trendova odgovor se nalazi u nedekoriranom tj. bijelom porculanskom posuđu i modelima za slow food objedovanje. Mi preporučamo tvrtku Villeroy & Boch. Kao trend bismo mogli navesti i avangardnije modele pribora za jelo, a gdje bi marku Berndorf stavili na prvo mjesto.

Turizam info: *I za kraj našeg razgovora, što biste mogli preporučiti našim ugostiteljima i restoraterima?*

Bojadžijev: Nažalost, u Hrvatskoj još i danas postoje hotelski lanci od desetak ili manje hotela koji imaju unificirane čaše, tanjure i pribor za jelo. Stoga, kada strani ili domaći turist posjeti takve objekte, bolje bi bilo da i ne obraća pažnju na raznovrsnost modela, jer svaki hotel iz tog lanca, pod isprikom troškovne isplativosti, koristi iste modele. Ne bih rekao da u turistički razvijenim zemljama manje paze na troškove, jer da ne paze, ne vjerujem da bi bile naprednije. Nije pohvalno ni kada pojedinci koji imaju sredstva za renoviranje ili izgradnju novog turističkog objekta, nemaju dovoljno

NAJBOLJA ČAŠA ZA UGOSTITELJSKU NAMJENU

Tvrтка Schott Zwiesel danas je najjača i najprisutnija u visokokvalitetnim hotelima i restoranima. Naime, 2002. godine patentirala je *tritan* - kristalno staklo koje je sjajnije, čvršće i elastičnije od uobičajenog kristalnog stakla. U sastavu posjeduje materijale poput cirkona, koji daje još veći sjaj, te titan koji pridonosi još većoj čvrstoći.

Te čaše koristi i najekskluzivniji hotel na svijetu sa sedam zvjezdica Burj-al-Arab u Dubaiu. I naši su ugostitelji uočili kvalitetu ove tvrtke, pa više od 80 posto hotela sa 4 i 5 zvjezdica u Hrvatskoj, kao i većina zagrebačkih visokokvalitetnih restorana, koristi upravo tu čašu. Važno je napomenuti da od njihovih cjenovno zapanjujućih modela, ima i vrlo povoljnih modela koji se, osim dizajnom, nimalo ne razlikuju jer su napravljeni od istog materijala.

sredstva da unajme dizajnera koji će taj objekt završiti sa odabirom dizajna čaša, porculana i pribora za jelo, a koji bi se lijepo uklopio u taj prostor. U Hrvatskoj, zbog prijeratne uniformiranosti, tek slijedi doba novih informacija i saznanja, pa nažalost, ponekad i učenja na vlastitoj koži, istaknuo je naš sugovornik Aleksandar Bojadžijev.

Moderno ili klasično, šareno ili jednostavno, i kod posuđa i kod čaša kvaliteta je uvijek važna, mogli bismo zaključiti na kraju ove naše male šetnje i upoznavanja s novim trendovima. Lijepo servirati jelo i piće, kako bi gosti mogli uživati svim osjetilima, uvijek je bilo i ostati će *in!*