



Magazín Zátiší Group

PODZIM 2019

Alena Větrovcová
Svatava Dvořáčková
Marketing Zátiší Group



Obsah

- 4 Amuse-bouche
- 6 Rozhovor
- 12 Recept
- 14 Nápoje
- 16 Trendy
- 20 Cesty za inspirací
- 22 Zdravý život
- 24 Design na talíři
- 28 Ze zákulisí
- 32 Michelinská hvězda
- 34 Máme chuť pomáhat



Milí přátelé,

podzim přináší nové barvy i opravdové sezonní suroviny od opravdových farmářů, ze kterých pro vás připravujeme čerstvá a chutná jídla.

Naší misí je „rozdávat štěstí“ a společně proměnit svět v lepší místo k životu. Rád bych se s vámi podělil o hodnoty, které v Zátiši Group sdílíme:

1. Tým a důvěra
2. Wow! Výjimečný zážitek a „Yes we can“ přístup
3. Odpovědnost a udržitelnost

V tomto vydání magazínu vám představíme náš marketingový tým, který tyto hodnoty výborně reprezentuje.

Velice mě těší, že společně s vámi můžeme i nadále finančně podporovat různé organizace zlepšující život lidem, kteří neměli takové štěstí jako my. A to například organizace Village Enterprise v Africe nebo Akshay Patra v Indii.

Nejméně 50 % zisku dáváme na osamostatnění a zlepšení životních podmínek nejchudších žen. I díky vám získají vzdělání, výživu i energii.

Rád bych vám z celého srdce poděkoval za vaši důvěru a podporu a těším se na brzké setkání v některé z našich restaurací, kaváren, kantýn nebo na cateringových akcích.

S láskou,

Sanjiv Suri
zakládající prezident



Vydává
Zátiši Group

Redakce
Alena Větrovcová
Svatava Dvořáčková
Laura Crowe

Kreativní a grafická úprava
Frank Ateliér

Spolupracovníci redakce
Julie Šimečková
Johana Kratochvílová
Kristina Zábrodská

Fotografie
David Hanousek
Aleš Pavlíček
Nikola Štrosová

Překlady
Siegfried Mortkowitz

Rekrabička s dobrým srdcem

Rekrabička nahrazuje klasické plastové krabičky, které se používaly pro rozvoz krabičkové diety. Projekt funguje tak skvěle, že se její výrobci rozhodli rozšířit nabídku i pro restaurace. ASPIRA CAFÉ je zatím prvním provozem divize Fresh & Tasty, kde rekrabičky zavedli, ale plánují jejich rozšíření i do dalších kantýn. V Česku se denně vyhodí okolo 54 tun jednorázových obalů na jídlo. S rekrabičkou k tomuto smutnému číslu nepřispíváte. Jak to funguje? Oběd si necháte zabalit do rekrabičky oproti vratné záloze 50 Kč. Rekrabička dobře těsní, je skladná a lze ji dát do myčky, mikrovlnné trouby i do mrazáku. Při příští návštěvě restaurace ji vrátíte a dostanete zpět svou zálohu, nebo novou krabičku.

**Polévka a vafle na špejli**

Sobota 29. 9. je dobré datum pro rodinný výlet do Bratislav, kde můžete navštívit rodný dům Ferdinanda Porscheho a občerstvit se u foodtrucku Zátíší Catering. Podávají se podzimní polévky i sladké vafle na špejli a sezonní nápoje.



Ochutnejte *novinky*

Manifesto na Smíchově s Miskou v podzimním kabátě

Manifesto Market pokračuje i na podzim a koncept Miska by Zátíší zde představí sezonní novinky. S přibývajícím sychravostí se menu promění v nabídku hřejivých pokrmů: polévky z podzimních surovin doplněné oblíbeným teplým chlebíkem.

**Dalších 1200 strážníků**

Od července převzala divize Fresh & Tasty tři provozy Komerční banky – kantýnu pro zaměstnance VN 42 na Václavském náměstí a veřejnou kavárnu KABE CAFÉ ve Stodůlkách. Od září funguje pro veřejnost ve stejné lokalitě také MOJE JÍDELNA s kavárnou.

Fresh & Tasty & nový šéfkuchař

Dino Galvagno je novým výkonným šéfkuchařem divize Fresh & Tasty. Zkušenosti s řízením gastronomických týmů sbíral posledních třicet let v Chorvatsku, Německu a Itálii, kde vybudoval a úspěšně vedl několik vlastních restauračních projektů. Stojí za vytvořením palubního servisu pro Croatia Airlines, byl tváří televizního pořadu MasterChef Hrvatska a patří mezi nejžádanější chorvatské šéfkuchaře. Do Fresh & Tasty nastupuje s velkolepým cílem: pomoci mu stát se nejlepším nezávislým poskytovatelem denního stravování v ČR.

Dino Galvagno

**Neonové dezerty na Signal Festivalu**

Svítilící indiánek, neonový větrník, jiskřivou točenou zmrzlinu a další dobroty můžete ochutnat 10. až 13. října v rámci Signal Festivalu na hlavní trase v parku na Kampě. Zastavte se v Neon Food Lounge nebo si dejte něco z foodtrucku Zátíší Catering, kde vás čeká chlebíček (krajíc chleba zapečený s trhaným hovězím, čedarem, jalapeño a koriandrem), či kaštanová polévka.



Radost z nového

Manažerky marketingu Zátiší Group Alena Větrovcová a Svatava Dvořáčková se k dokonale prezentovanému jídlu dostaly zajímavou cestou. Vedla přes porodní sály i obyčejné pivnice.

Alena i Svatava měly nelehký úkol: překonat přirozený ostych a souhlasit s tím, že na obálce časopisu, který samy řídí, budou tentokrát ony dvě. Vyžadovalo to delikátní postup a občas bezskrupulózní nátlak autorky rozhovoru, ale nakonec obě přesvědčila. Skvělá volba to byla hned z několika důvodů. Zaprvé společnost Zátiší Group právě prošla změnou vizuální identity, na které se marketingové oddělení mohutně podílelo, zadruhé jsou obě zkušené odbornice, které v gastronomii a marketingu mají dohromady třicet šest let zkušeností, a zatřetí jsou obě milé, otevřené a vtipné a báječně se s nimi povídá.

*S*poolečnost Zátiší Group nedávno dokončila proměnu své vizuální identity, což je zvlášť u úspěšných a zavedených značek velký krok. Proč jste se ke změně rozhodli?

Svatava: V dnešní době je vizuální podoba velmi důležitá, lidé si na všechno udělají názor prvotně očima, během pár vteřin. Marketing je však i o správném načasování. Nápady na změnu vizuální identity přicházely z marketingového oddělení už dávno, ale realizovat se mohly až teď, protože k nim společnost potřebovala dojít jako celek.

Já jsem měla původně mít na starosti hlavně cateringovou divizi, kde se produkt změnou vedení prudce posunul a původní identita značky se neslučovala s tím, o čem náš catering byl a je. Zátiší Group zastřešuje několik divizí, z nichž některé jsou dynamické, jako třeba právě catering, ale jiné se vyvíjejí spíš postupně. Nyní se všechny posunuly natolik, že nám původní identita komplikovala komunikaci.

Alena: Nebyla to ale žádná dramatická proměna. Zátiší Group je jedna z nejstabilnějších značek v porevoluční gastronomii na českém trhu a jedním z hlavních důvodů, proč se zákazníci do Zátiší vrací, je to, že vědí, že to u nás prostě dobře dopadne. Tuhle spolehlivost jsme chtěli vizuálně zdůraznit i v našem logu – proto jsme zůstali u čtverce jako symbolu stability, ponechali



jsme červenou barvu znázorňující pozitivní energii, chuť k jídlu a doplnili ji ručně psaným písmem, které vychází z podpisu majitele, Sanjiva Suriho. Nehledali jsme doslovné symboly, jako měla třeba původní podoba Zátíší Cateringu – minividličku s nožem vedle malého talíře...

Svatava: ...to opravdu nebylo moc praktické (směje se).

Změna firemní identity bývá průběžským kamenem marketingového týmu. Jakým způsobem pracujete?

Alena: Služební hierarchii moc nedodržujeme. Zjistili jsme, že každý člověk má nějaký talent, který lze využít v každém oddělení, takže místo toho, abychom si řekli ten a ten bude manažer marketingu pro Fresh & Tasty, snažíme se každému umožnit, aby svůj talent mohl uplatnit všude. Marketing je týmová práce a každý, kdo v tomto oboru říká, že něco udělal sám, si nejspíš vymýšlí. Tým potřebujete už jenom proto, aby se sdílely, vyvíjely a filtrovaly nápady. Aby vám někdo řekl „Já to ale pochopil úplně jinak“ dřív, než vám to řekne zákazník. A na tým, nejen ten marketingový, máme tady v Zátíší velké štěstí.

Svatava: Celé Zátíší Group funguje tak trochu jako rodina – ve všech jejích aspektech (směje se). Někdy se to projeví tak, že „táta“ prostě bouchne do stolu a řekne „Bude to takhle“, a jindy víte, že se na všechny v týmu můžete spolehnout a že vás podrží.

A jak byste popsaly největší talent té druhé?

Svatava: Alča má neuvěřitelný cit pro práci s lidmi a svatou trpělivost. Dokáže i po několikáté laskavě vysvětlovat a klidně rozmlouvat i v situacích, ve kterých já bych už dávno vybuchla.

Alena: Sváťa má zase nepřekonatelný cit pro detail a zkracování. Je v tom tak dobrá, že když úplně hoří termín a my už potřebujeme něco odevzdat, říkáme z legrace „Neukazujte to Svátě, nebo tam ještě něco najde a překopec to“.

Přitahoval vás marketing už od začátku?

Alena: V dětství jsem chtěla být policajtkou nebo vojačkou, asi právě kvůli tomu adrenalinu (směje se). Vystudovala jsem na porodní asistentku, což je jedno z nejkrásnějších povolání, protože nikde jinde nejste tak často tak blízko zázraku. Ale protože nástupní plat byl tenkrát velmi nízký, začala jsem si přivydělávat jako hosteska v restauraci Bellevue – mělo to být na rok s tím, že si něco

vydělám a vrátím se do zdravotnictví. A o dvacet jedna let později jsem stále tady, s jiným vzděláním a zkušenostmi. Poznala jsem totiž, že v gastronomii a marketingu je vše, co mě vždycky bavilo: práce s lidmi, kreativita, krása a nakonec i velká dávka adrenalinu.

Svatava: Kolem marketingu v pravém slova smyslu se pohybuji asi patnáct let, ale ke gastronomii jsem měla vztah jako milovnice piva odjakživa. A protože nedokážu dlouhodobě dělat to, co mě nenaplnňuje, vystřídal jsem od vysoké školy snad patnáct povolání. Podvědomě jsem stále hledala, dokud jsem se nesešla s gastronomií i profesionálně a nenašla v ní to, co mě baví. Tady moje fluktuace přestala a v gastro-marketingu pracuji už čtrnáct let. Nejdřív desetiletá škola ve společnosti Ambiente a poslední čtyři roky v Zátíší Group.

Čím si vás gastronomie tak získala?

Svatava: Vyhovuje mi to, co některé lidi paradoxně nejvíc odrazuje – nepředvídatelnost. Nic nelze naplánovat úplně přesně, nutí vás to improvizovat a zvládat určitý kreativní chaos. Ale právě takhle nekontrolovatelnost a rozmanitost vás posouvá kupředu způsobem, který jste si neuměli předtím představit. Těší mě, když vidím vývoj, ze starého se stává nové, a vidím, že to funguje a lidem se to líbí.

Alena: V gastronomii tohoto typu se navíc neustále pohybujete blízko krásna, estetična... Je to tak trochu umění a umělec nefunguje tak, že si řekne „Kdepak je díra na trhu?“, ale prostě tvoří i podle jiných, vnitřních hodnot. Naši kuchaři jsou svým způsobem také umělci. A my se z nich snažíme tahat informace a recepty a dobýváme se jim do kuchyně, aby nás nechali něco vyfotit a natočit.

Za dvacet pět let fungování Zátíší Group se gastronomie v Česku dost změnila. Jaké trendy jí teď vládnou?

Svatava: Doba je rychlá, například divize cateringu se nezastaví doslova ani na minutu a je potřeba neustálých inovací. Aktuálně se vývoj posouvá směrem k přírodě, ekologii a v chutích se vrací k našim kořenům. Rychlý přenos informací je výhodou, ale také velký bič na nás.

Alena: Jestli hlavním lákadlem ve fine diningu býval okázalý luxus, dnes si zákazníci vybírají podle míry a kvality zážitku – chtějí zažít něco nového, neotřelého a nečekaného, a začíná jim být jedno, jestli to je v hodně drahé restauraci nebo v levnějším podniku.



Marketing

band

aneb všichni společně

Julie Šimečková

Zátiší Club Coordinator

„Žena plná energie a dobré nálady, která dokáže možné i nemožné. Miluje vše, co se třpytí a sama dodává jiskru celé kanceláři.“
říká Petra o Julii

Petra Jehne

Marketing Executive

„Ano, ano – jemná a elegantní královna papíru!“
říká Svatava o Petře

Filip Vrlík

On-line Manager

„Muž s velkým „M“. Do týmu vnesl nejen další online know-how, ale také osvěžující vtíp. Najde řešení v neřešitelném.“
říká Alena o Filipovi

Svatava Dvořáčková

Marketing Manager

„Perfektně ji vystihuje citát Oscara Wilda: Můj vkus je velmi prostý. Spokojím se vždycky s tím nejlepším.“
říká Nikola o Svatavě

Nikola Malá

Sales Manager

„Její příval energie je neskutečný. Nikdy se jí nevýbíjí baterky a u všeho se pořád směje. A prodá vám i to, co už je dávno vaše!“
říká Julie o Nikole

Alena Větrovcová

Marketing Manager

„Nejlepší šéf. Osobně zná všechny činnosti, ale nebojí se změny a důvěřuje.“
říká Filip o Aleně

Nikola Tkáčová

Online Manager (na mateřské dovolené)

Postavila náš on-line svět na nohy.

Zásadně dodržuje deadlines a k tomu přesvědčila i svou dceru Timeu, která se narodila v přesném termínu, takže focení se Niki nemohla zúčastnit.

Time i očima



Můžete dát na talíř řízek s kopou kaše a bude to dobré. A nebo můžete použít jednoduché tipy šéfa kuchyně restaurace Mlýnec Vladimíra Vaníčka a posunout prezentaci vašeho řízku na umělecký zážitek z kategorie VYNIKAJÍCÍ! Telecí řízek s orestovanými brambůrkami, celerovým pyrém, podzimními houbami, majonézou a jedlými květy pro vás Láďa připravil tak, abyste jej podobně zvládli prezentovat i doma.

NA TAKTO KRÁSNÝ TALÍŘ POTŘEBUJETE:

telecí svíčková
mouka + vejce + panko strouhanka na trojbal
1 bulva celeru
listový špenát
brambory
několik lusků císařského hrášku
hrst lišek, malých hříbků nebo mladých žampionů
majonéza
česnek
jedlé květy jako maceška
listy řebříčku, petržel kudrnka
1 menší červená řepa

1. Celerové pyrém s mramorovým efektem

Zabalte neoloupanou bulvu celeru do alobalu, upečte ji doměkka, nechte zchladnout, oloupejte a rozmixujte s máslem a špetkou soli na hladké pyrém. Odšťavte hrst listů špenátu. Zelenou šťávu přidejte k pyrém, ale promíchejte jen nedbale. Nedokonale rozmíchaná zelená šťáva vytvoří v celerovém pyrém mramorový efekt. Naneste na talíř a jedním pohybem obrácené (vypouklé) strany lžice rozmázněte po talíři.



2. Restované brambůrky

Brambora se vám bude krájet lépe a na stejně velké kousky, když ji nejprve skrojíte na jedné straně. Z odkrojených kousků můžete dětem připravit bramborovou kaši. Místo klasické jarní cibulky nakrájejte na orestované brambory zelený lusk císařského hrášku na tenké nudličky.

3. Sezonní houby

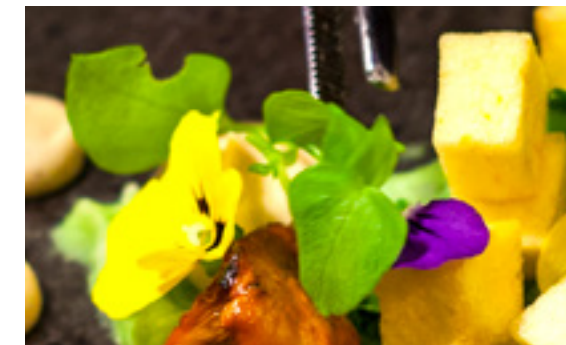
Chcete-li, aby si houby udržely pevnější tvar a příjemnou křupavost, ujistěte se, že je olej v pánvi opravdu pořádně rozpálený, než je na něm dvě minutky orestujete. Málo rozpálený olej znamená, že houby tuk nasáknou a pustí vodu, začnou se dusit místo smažit a budou gumové.

4. Majonéza

Zdokonalte obyčejnou majonézu pečeným česnekem. Recept na majonézu restaurace Mlýnec nám Láďa neprozradil, takže experimentujte s tou vaší.

5. Jedlé květy

Květy macešky, lístky řebříčku i „obyčejná“ petržel dokáží s vizuální prezentací udělat divy. K jejich aplikaci můžete použít pinzetu, nebo nechte prsty trénovat jemnou motoriku.



6. Telecí řízek

Panko strouhanka je ta nejbělejší možná a vyrábí se, inu, z nejbělejšího pečiva. Odkrojte okraje toastového chleba a nasušte bílé středy. Ty pak jen rozbouchejte paličkou v mikrotenovém sáčku – větší kousky vytvoří na řízku chutné křupinky.



7. Prach z červené řepy

Letmý dotek, který však posune vaši prezentaci jídla na hvězdnou úroveň. Buď použijte zbytky řepy po odšťavování, nebo ji nastrouhejte nadrobno, vymačkejte rukou šťávu a zbytek dosušte. Nasušenou řepu rozemelte na prach a talíř jím před podáváním pro efekt poprašte.



Tekutý luxus

Jsou vína, jejichž cena je o řád vyšší, také o řád lepší? Ano, jsou. A nejen chutí...

František Novák, manažer restaurace Bellevue, a Libor Pavlíček, manažer restaurace V Zátíší, vybrali z vinných sklepů „svých“ podniků vína, která považují za nejlepší, nejzajímavější či nejraritnější, a vysvětlili, proč se jejich kvalita a výjimečnost musí projevit i v ceně. V každé z těchto lahví se skrývá úžasný příběh. A také hodiny, dny, měsíce a někdy i staletí dřiny, vytrvalosti a lásky.

1 Champagne Bollinger R. D. 2002 Extra Brut

„Kdybych měl zůstat na opuštěném ostrově jen s jedním druhem vína, se šampaňským bych mohl přežít,“ směje se František. „Vino z této láhve leželo na kvasničných kalech čtrnáct let a navíc se produkuje jen v dobrých ročnících. V ceně se odráží nejen nedostupnost, tradice značky a postupu, ale také těch dlouhých čtrnáct let, kdy se někdo vínu bez přestávky věnoval a pečoval o něj.“

Párování s jídlem podle F. N.: K champagne se tradičně podávají ryby či mořské plody, ale toto víno je tak nazrálé, že bych se nebál ho otevřít k lehčímu masu jako křepelka, k lanýžovému rizotu či houbám.

2 Grand Vin de Château Latour Premier Grand Cru Classé 2003

Poptávka po vínech z oblasti Bordeaux podle Františka roste. „Investování do vína je v poslední době trend a burgundská vína jsou dobrá investice, protože se hodí k archivaci – stářím získávají na hodnotě. Konkrétně toto víno má potenciál zůstat v láhvi klidně třicet let. Château Latour leží na levém břehu řeky Garonny, což znamená, že v něm najdeme odrůdy Cabernet Sauvignon, Merlot, Cabernet Franc a Petit Verdot.“

Párování s jídlem podle F. N.: Výraznější masa jako hovězí nebo jehněčí, případně tvrdší sýr po hlavním jídle.



Libor Pavlíček

3 Santa.Né Palari

„Toto víno je velká vzácnost, extrémně malá produkce přímo ze sicilské Etny,“ říká Libor. „Sopečná vyvřelina mu dává nenapodobitelný kouřový tón. Roste na malíčkých keřících starých 150 až 160 let – jejich výnos je tedy minimální, kolem 1500 lahví ročně. Vinař je architekt s velkým citem, proto vinici neobnovuje a neomlazuje, ale uchovává původní francouzské odrůdy, které jsou už dnes na Sicílii zakázané.“

Párování s jídlem podle L. P.: Elegantní víno s úžasnou dochutí se hodí k jemnějším masům jako telecí svíčková nebo jehněčí kotletky.

4 Ryzlink vlašský výběr z hroznů 2015 / Železná / Mikrosvín Mikulov

„Toto dezertní víno pochází z viniční trati, kde je pro tuto odrůdu špičková poloha,“ popisuje Libor. „Hrozny na dezertní vína zůstávají na keřích až do prosince, sbírají se skoro v podobě hrozinek, ideálně napadených botrytickou plísní, která z hroznů spotřebuje vodu, čímž vzniká koncentrované aroma – u tohoto vína ucítíte třeba sušené ovoce, meruňky a tóny medu. Kromě toho, že je obrovskou sázkou do loterie, zda se vám podaří hrozny na keřích udržet až do prosince, získá vinař u dezertního vína jen třetinu moštu oproti běžné produkci. Navíc ne každý rok to klimatické podmínky dovolí, v roce 2016 se například toto víno nedělalo. I to se musí odrazit v ceně.“

Párování s jídlem podle L. P.: Dobře koresponduje s jablky, takže se hodí ke klasickému štrúdlu. V září ho budeme určitě podávat ke švestkovým dezertům.



František Novák

České streetfood má kořeny i *křídla*

Je libo svíčkovou na stojáka? Podle Jana Šmelhause, Managing Director Zátíší Catering, zažívá české rychlé občerstvení boom. A to jsme teprve na začátku jeho kulinářského potenciálu!

Českou kuchyni má každý Čech a Moravák v sobě – jsou to naše kořeny. Po mezinárodních trendech se nyní vrací obliba české klasiky. Ti nejkreativnější kuchaři ji však dávají nová křídla a přetvářejí ji do podob streetfood kultury. Tak trochu jako kdyby vařila maminka, ale servíroval tatínek.



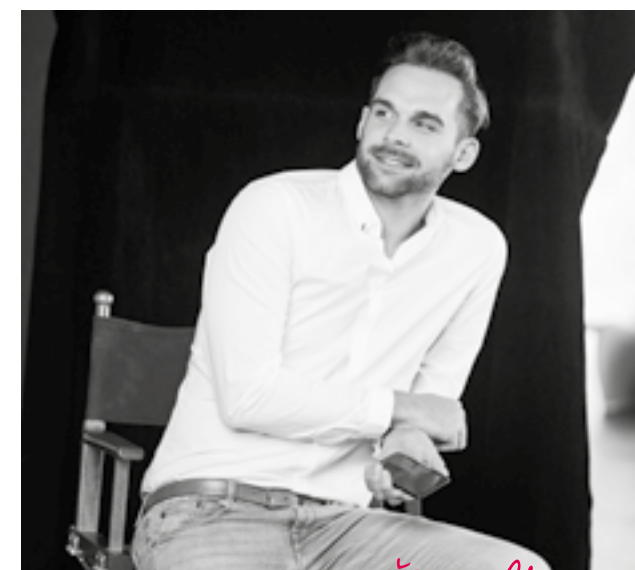
Jan Šmelhaus vidí v české kuchyni v podobě rychlého občerstvení zajímavé možnosti: „Česká kuchyně nemusí být těžká, lze ji udělat dobře a stravitelně. Navíc potřebuje hodně času na přípravu a ten lidé dnes tolik nemají, nemůžou si dovolit osm hodin konfitovat kachnu. My ten čas jejich jídlu rádi věnujeme.“



vychutnáte oblíbené „tataráky“ (hovězí, lososový, lilkový či řepový). Pak se letní nabídka změní na podzimní (bestseller chlebíř, tedy zapečený chléb s hovězím a sýrem, samozřejmě zůstane). „Chceme představit nedoceněné, nesamozřejmé, ale i typické české suroviny. Protože už bude chladněji, chystáme třeba kaštanovou nebo dýňovou polévku, zapečené chleby s kachnou či vepřovým a opravdu exkluzivní svíčkovou,“ říká Jan Šmelhaus a je jasné, že se na omáčku už sám těší. „V naší krajině jsme zvyklí, že zima je kulinářsky nezajímavá, nic lokálního neroste. Máme zafixováno, že když se chceme v zimě dobře najíst, saháme po exotických a dovezených surovinách. Chceme ukázat, že i podzimní a zimní česká kuchyně umí být pestrá a zdravá a že se lze stravovat lokálně a udržitelně, i když všude kolem leží sníh.“

Čas věnuje nejen vaření, ale i vymýšlení nových konceptů. Rychlost a neustálé inovace divizi cateringu charakterizují. Ať už cokoli fungovalo včera, zítra musíte nabídnout něco jiného, neotřelého, nového. Proto když si Honza před časem uvědomil, že všechno nemusí být jen o rychlosti a zběsilé inovaci a že největší síla je v jednoduchosti a kvalitě, byl to pro něj moment malé soukromé heurky. „Rozhodli jsme se, že kromě novinek, trendů a zajímavostí chceme více prostoru věnovat také české kuchyni, která je někdy v branži nedoceněná, ale každý Čech a Moravák si nakonec nejčastěji a nejraději dá právě české jídlo. Ve všech našich kantýnách vychází opakovaně jako absolutně nejoblíbenější jídlo řízek.“

Tomuto trendu odpovídá i menu na smíchovském Manifesto Marketu, kde Zátíší od léta prezentuje koncept Miska by Zátíší Group. Do října si zde ještě



Jan Šmelhaus

S ohledem na Zemi

Pracujete-li v cateringu a chcete-li tuto práci dělat zodpovědně, dříve či později se musíte zamyslet nad množstvím odpadů, které v něm vzniká. V Zátíší Group bereme toto téma velmi vážně – udržitelnost je naší srdeční záležitostí. Proto jsme kdysi přišli s nápadem, aby hosté používali jednu misku během celé akce (z tohoto impulsu se později zrodil také koncept Miska by Zátíší Group, se kterým se můžete seznámit na Manifesto Marketu na pražském Smíchově). „Možná jste z této představy v rozpacích, ale brzy si misku zamilujete. Zjistíte totiž, že chody jsou za sebou poskládané tak, že se miska nikdy nezašpiní, takže si do ní s klidem můžete dát další pokrm. A nejen to – na konci banketu si misku naložíte tím, co vám chutnalo nejvíc, přiklopíte víčkem a odnesete si ji domů. Je to bonus i pro pořadatele, protože na něj myslíte v dobrém ještě druhý den,“ říká Managing Director Zátíší Cateringu Jan Šmelhaus. Podle něj se v udržitelnosti akcí dá dojít daleko a on sám s nadšením objevuje další možnosti. „Není to ale jen otázka nabídky, udržitelnost závisí také hodně na poptávce. Každý z nás může mít jako zákazník vliv.“



3x stylové, zábavné a ekologické trendy



Grab & Go / Do ruky

Jídlo podáváme tak, že nepotřebujete ani ubrousek. V případě potřeby máme připravenou dospěláckou variantu bryndáku. Žádné plastové ani papírové talíře, příbory, ubrousky...



Převážně digitální komunikace

Vyhňte se tištěným letádkům a pozvánkám. Ušetřené peníze investujte do dobrého fotografa a kreativnější online propagace.



Zelená lokace

Krásu a důležitost přírody si nejlépe uvědomíme, inu, v přírodě. Technologický vývoj umožňuje uspořádat venkovní akci se vším pohodlím. Třeba na místě, kam se lze i udržitelně dostat: pěšky, vlakem, na kole...

ZC

Na mnoha cateringových akcích zůstává i po skončení jídlo. Zátíší Catering dlouho usiloval o možnost předat tyto pokrmy potravinové bance, což ale znemožňovala hygienická vyhláška. Konečně se však podařil najít způsob v souladu se zákonem a nesnědené jídlo je po akcích předáno charitativní iniciativě Naděje o.s.

Královny podzimu

Dýně & jedlé kaštiny. Nikdy jste s nimi nevařili a jste připraveni je vyzkoušet? Nebo už je milujete, ale rádi byste své pokrmy posunuli o úroveň výš? Vyzkoušejte tipy Jana Šmelhause, Managing Director Zátíší Cateringu, na zpracování těchto českých superpotravin.

Dýňová polévka

Polévka i pyré budou chutnat výrazněji, když dýni nejprve upečete v troubě. Nakrájejte ji na měsíčky nebo kostky, rozložte na pečicí papír, potřete olivovým olejem a pečte do mírného zhnědnutí.

Tip Honzy:

„Na polévky je nejlepší hokkaido, má slupku plnou výživných látek a nemusí se loupat. Rychlejší na úpravu je dýně máslová, má nejméně semínek a sladší chuť, ale slupku musíte oloupat. Vybírejte si nejlépe v bio kvalitě.“



Kaštanová polévka

Podle některých jsou kaštiny potravinou budoucnosti kvůli jejich výživové hodnotě a neuvěřitelné univerzálnosti. Chcete-li opravdu docenit kaštiny, zapomeňte na vakuované, oloupané a hodně nelokální varianty, které občas nabízejí supermarkety. Zjistěte si, kde rostou (např. v geniální mapě www.na-ovoce.cz) a koncem září a v říjnu vyrazte s rodinou či přáteli na výlet na sběr kaštanů. Ujistěte se, že jste hledali správně a našli opravdu kaštan JEDLÝ.

Tip Honzy:

„Na břicho hnědé slupky kaštanu nařízněte nožem křížek – slupka tak při pečení praskne a kaštan snadno vyloupnete. Kaštiny rozložte na pečicí papír na plech a pečte půl hodiny. Můžete ho překrýt alobalem. Kaštiny nechte mírně zchladnout a vyloupnete je nožičkem.“



Krétu

rodiště bohů

Nepoddajný, neposlušný a okouzlující.
Ostrov, který si lze podobně jako Řeka
Zorbu jedinečně zamilovat.

Říká se, že ten, kdo jede na Krétu, pláče dvakrát. Poprvé po příjezdu – ze šoku z nehostinnosti údajného dovolenkového ráje. A podruhé při odjezdu. Ať zůstal na Krétě jakkoliv krátce, zamiloval se a nechce se mu pryč. Vyprahlou krajinu najednou vidí jako majestátní hory. Nedostavěné rodinné domky a polorozpadlé taverny vnímá jako důkaz životní síly, která je schopná prýštit i v těch nejméně pravděpodobných podmínkách. Za hlasitostí a prudkostí Kréťanů cítí vášnivost a nepřekonatelnou pohostinnost. Rodiště boha Dia je zkrátka naplněné božskou energií. Kréta byla vždy vyhlášena skvělou kuchyní a v poslední době přibývají restaurace, které nabízejí místní tradici na moderní či fine diningové úrovni.

Tady jsou ty nejlepší z nich:

1 Peskesi

Budete-li ve městě Heraklion, navštivte archeologické muzeum, které nedávno prošlo povedenou rekonstrukcí. Až vám vyhládne, dopřejte si gurmánský i vizuální zážitek v restauraci Peskesi. Autentická krétská kuchyně postavená na surovinách, z nichž mnohé v české krajině ani neznáme. Navíc z vlastní farmy nebo z okolních hor. Nabídka výhradně krétských

vín. Rustikální charakter interiéru i exteriéru vás snadno přenesení o pár století zpět – ovšem se servisem na dnešní vysoké úrovni.



foto Nikoleta Vasilaki



foto Yiannis Fais



Georgia Bafaki

Pokud v letovisku Paleochora na jihozápadě Kréty mluvíte o jídle a zmíníte jméno Georgia, všichni okamžitě vědí, o kom je řeč. Georgia Bafaki je místní šéfkuchařská hvězda, která jistě přispěla k tomu, že se do malé rybářské vesničky jezdí mimo jiné také za jídlem. Nově otevřená restaurace Pasifaei na hlavní promenádě, kde Georgia vaří, je kulinářským hitem léta nejen pro turisty, ale i pro místní.

Jak byste charakterizovala svou kuchyni?

Kreativní a zcela postavenou na středomediteránských surovinách. Používám bio bylinky z naší vlastní zahrádky, zeleninu nakupujeme od místních farmářů a snažíme se hledat i lokální zdroje masa.

Jaké menu byste doporučila hostovi, který u vás jí poprvé?

Určitě stojí za to zkusit grilované uzené vepřové s hlívu ústříčnou, pěnou ze sýru mizithra s krétskými bylinkami a stařeným balzamikovým octem. Jako hlavní jídlo domácí těstoviny plněné sýrem halloumi v dýňové omáčce s řeckými černými lanýži. A jako dezert dortík s krémem z lískových oříšků.

S jakou vizí jste Pasifaei otevřeli?

Jsmu tím přátel a všichni oplývají dobrosrdečností a vášní pro detail, takže si můžeme dovolit velké vize (*směje se*). Ráda bych, aby se Pasifaei stala jednou z nejlepších restaurací na Krétě a lidé se k nám vraceli proto, že u nás měli skvělý zážitek, nejen gurmánský, ale i lidský.

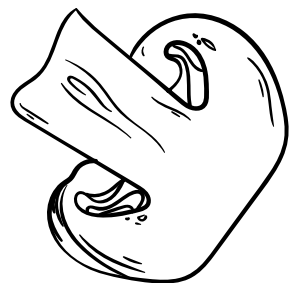
2 Pasifaei

Paleochora je malé přímořské letovisko, ale klasický mumraj nečekejte. I v té nejvytíženější turistické sezoně si uchovává ráz vesnice, kde se žije normální život, nejen ten pro turisty. Je dobrým výchozím bodem pro návštěvu soutěsky Agia Irini. Až se budete lodí vracet z celodenního treku, pokračujte z přístavu rovnou na večeri do nové restaurace Pasifaei, kterou otevřeli bratři Nektarios a Michalis. Ti mají v Paleochore dobré kulinářské jméno díky ikonickému baru Agios (kde musíte zkusit koktejl Trees Of Life z mastikového likéru s aquafabou – nálevem z cizrny). Pasifaei nabízí vkusný, ale nevůňavý interiér, výbornou kuchyni šéfkuchařky Georgie Bafaki a při dobrém načasování i romantický výhled na úplněk nad hladinou moře...



foto Nikoleta Vasilaki





Jídlo, které léčí



Modrá zóna neboli blue zone je oblast, kde se obyvatelé dožívají mnohem vyššího věku, než je světový průměr. Hlavní důvody hledejte v tom, co a jak jedí.

Modrá zóna je termín, který se poprvé objevil v článku novináře Dana Buettnera, v němž se zabýval životním stylem oblastí, ve kterých se lidé dožívají podstatně vyššího věku než na zbytku planety. Japonský ostrov Okinawa, italská

Sardinie, Nicoya (Costa Rica), řecká Ikarie a společenství Adventistů sedmého dne v Kalifornii. Jeden z hlavních atributů, který k jejich dlouhověkosti přispívá, jsou stravovací návyky. Západní civilizace se nyní léčí z prvních následků nemoci z nadbytku, takzvané afluenty – můžeme jíst, pít a konzumovat cokoli na celé planetě a vůbec nevíme, co si máme vybrat. Paleo, raw, vegan, keto... s výživovými systémy se dnes roztrhl pytel. Jejich zastánci přísahají jen na ten svůj. Který je ale ten pravý, když

si navzájem tak protiřečí? Jedním z potíží při výběru zdravé stravy je, že její propagátoři jsou většinou mladí nadšení lidé, kteří by se cítili zdravě, i kdyby jedli celý den párky. Pokud chcete vědět, co funguje, ptejte se devadesátníků a stoletých, co jedli celý život. Odpovědi jsou většinou překvapivé a ke zklamání dietových fanoušků se nedají shrnout do žádné přísné škatulky. Hlavním kritériem se zdá být lokální a vyvážené. Jak vypadají některé nejzdravější kuchyně světa?

Ikarie, Kréta

Ikarie a Kréta se pyšní jedněmi z nejdéle žijících obyvatel v Evropě. Z archeologických výzkumů víme, že lidé v dávných mínojských palácích konzumovali velmi podobné potraviny jako dnešní ostrované: olivový olej, luštěniny, med, horské plevely jako vlita nebo cikorka, semena a byliny. Díky takové stravě přežili i náročná klimatická a politická období.

Okinawa, Japonsko

Tradiční strava Okinawanů se z třiceti procent skládá ze žluté a zelené zeleniny. Na rozdíl od zbytku Japonska zde jedí mnohem méně rýže, kterou nahrazují růžovými batáty. Ty nezvyšují hladinu cukru v krvi jako naše brambory. Z luštěnin se používá hlavně sója. Jednou z největších stálíc této ostrovní stravy je kromě ryb také vepřové maso, které spotřebují kompletně, včetně vnitřností. Lidé jsou zde zvyklí na menší porce.

Zdravá vesnice

V holandské vesnici Leende v provincii Brabant spustili lékaři, gastro-podnikatelé a residenti unikátní projekt: všichni dohromady se rozhodli zlepšit to, co vesnice jí, a sledovat výsledky. Sportovní lékař Hans van Kuijk si všiml, že i když lidé v jeho vesnici cvičí víc než průměrně, zdravotní výsledky mají dokonce podprůměrné! Hans van Kuijk zjistil, že stravovací návyky obyvatel se za poslední století rapidně proměnily – z hodně tuků se přešlo na málo tuků, ale za to spoustu sacharidů. S dalšími partnery zajistil pro všech 6 500 obyvatel kurzy vaření, sdílení receptů, rozšiřování informací...

Lékaři se spojili i s místními výrobci potravin, obchody, supermarkety a restauracemi a tipy na zdravou stravu rozšířili i mezi ně. Pekaři nabízejí chléb s nízkým obsahem sacharidů, v jídelně se místo hranolek podává k masu salát. Dvě stě padesát obyvatel souhlasilo s pečlivým dodržováním předepsané diety a pravidelnými testy. Výsledky byly úžasné. Nižší cholesterol, méně prášků proti vysokému tlaku a cukrovce, štíhlejší těla... Hans van Kuijk poté zformuloval osm principů zdravé výživy, které může snadno aplikovat každá vesnice i rodina.



Osm principů zdravé výživy z Fresh & Tasty...

...podle dr. Hanse van Kuijka. V provozovnách Fresh & Tasty se podobným přístupem snažíme řídit a nabízet vám vyváženou, čerstvou stravu, uvařenou vždy v ten samý den ze zdravých surovin.

1

Jezte jídlo s nízkým obsahem sacharidů a s dostatkem zdravých tuků.

2

Jezte skutečné jídlo, ideálně nezprocesované.

3

Vynechte uměle zpracované sacharidy a nezdravé tuky.

4

Řiďte se svou intuicí a naslouchejte svému tělu.

5

Nejezte ve spěchu a dopřejte si před, během i po jídle klid.

6

Dobře si planujte hlavně snídani a oběd.

7

Kdykoli můžete, jezte bio, lokální a čerstvé jídlo.

8

Starejte se o svá střeva – mikrobiom rozhoduje nejen o zdraví, ale i o náladě.



Blahoe

uprostřed dne

Oběd je jeden z nejdůležitějších okamžiků dne, zvlášť když jej pojmete jako oázu klidu a příjemnosti. Obědová menu V Zátiší a Bellevue jsou vizuálně

i chuťově na úrovni fine diningu, ale za méně než polovinu času i ceny večere. Nechte v půli dne opečovat sebe, své obchodní partnery nebo přátele...

TELECÍ SVÍČKOVÁ,
BRAMBORY GRENAILLE,
SEZONNÍ ZELENINA

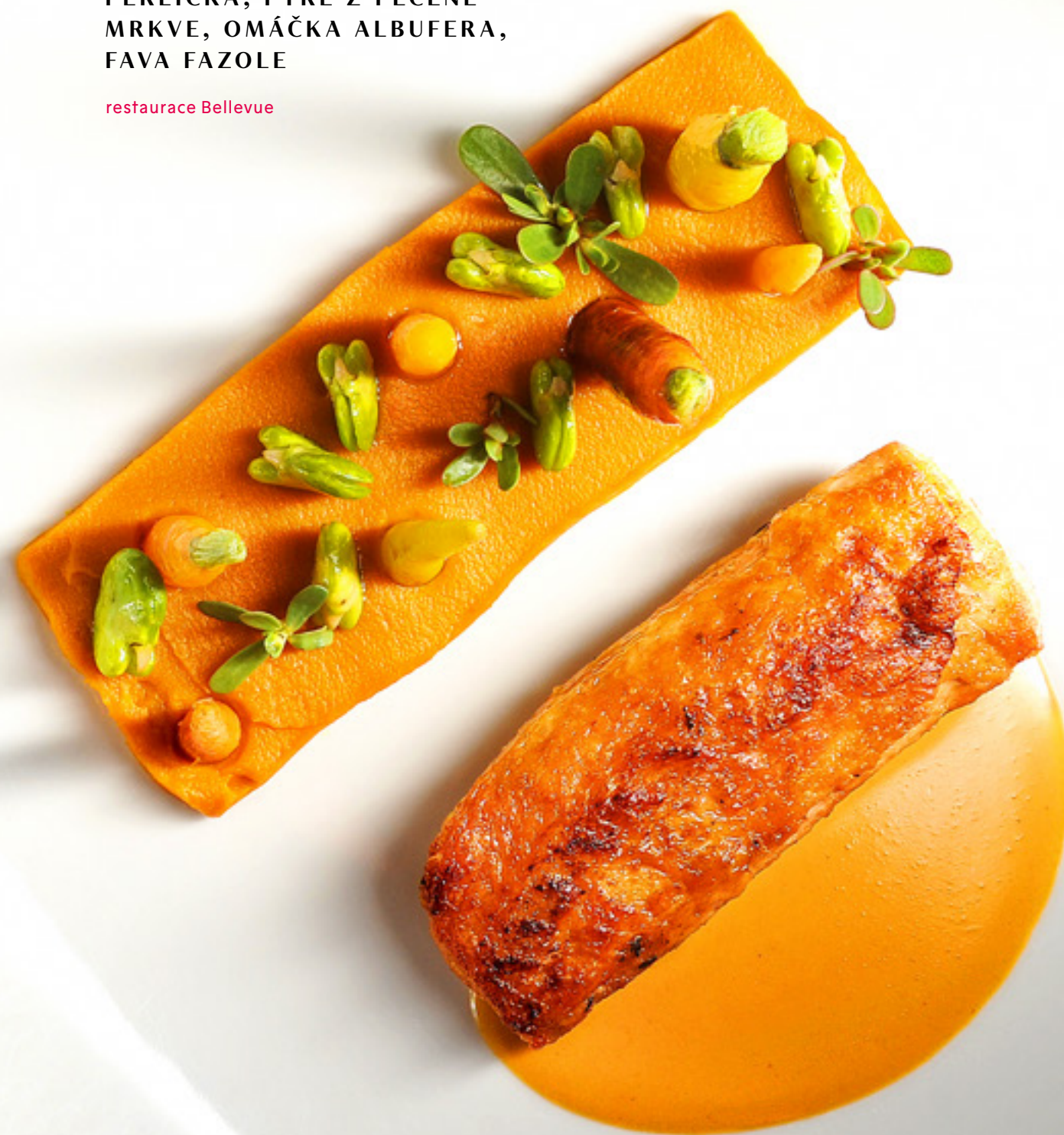
restaurace V Zátiší

TOMATOVÁ
POLÉVKA
S NAKLÁDANOU
OKURKOU

restaurace V Zátiší

PERLIČKA, PYRÉ Z PEČENÉ
MRKVE, OMÁČKA ALBUFERA,
FAVA FAZOLE

restaurace Bellevue



TATARÁK, LÍSKOVO-OŘÍŠKOVÁ
MAJONÉZA, KONFITOVANÁ
ŠALOTKA, ARAŠÍDOVÉ CHIPSY

restaurace Bellevue



Renesanční muž

Zátiší Group právě dokončilo proměnu vizuální komunikace všech svých divizí a završilo ji proměnou vizuální identity značky. Stojí za ní Frank Ateliér. Jeho kreativní ředitel David Hanousek je renesanční člověk a podobně vede i své studio.

Je známo, že jen málokdo z generace třicátníků a starších začínal přímo v reklamě, ale většinou se nechal rekrutovat z jiného kreativního oboru. Jak to bylo u vás?

V tomto nejsem žádnou výjimkou – do reklamy jsem přišel z Hudebního divadla v Karlíně, kde jsem zpíval a tančil (*směje se*). Stěžoval jsem si kamarádovi na tehdejší minimální příjmy a on mi poradil, ať zkusím reklamu. Já tenkrát ani nevěděl, že nějaké reklamní agentury existují, v ročence jsem si našel tři nejúspěšnější a oslovil je. Nakonec jsem po docela náročném výběrovém řízení zakotvil v Saatchi & Saatchi. Jsem vystudovaný umělecký rytec kovů, takže výtvarné sklony jsem měl vždy, ale tato práce mě nenaplňovala. V reklamě jsem našel směs přesně pro mě: kombinaci designu, textařiny, kreativity, možnost růstu a samozřejmě i velmi zajímavé peníze.

Která z činností je vám nejbližší?

Rozhodně sám sebe nepovažuji jen za grafického designéra, jsem spíš multifunkční člověk, umím skládat hudbu, psát texty, fotografovat, malovat... Z mnoha mých ambicí se dnes staly prosté koníčky. Díky téhle všestrannosti jsem v reklamním průmyslu vyzkoušel skoro všechno.

Vedla vás vaše vnitřní pestrost k založení vlastního studia?

Určitě. Cítil jsem, že nazrál čas, a věděl jsem, že reklama jde dělat i jinak. Nemám asi víc peněz, ale mám určitě lepší pocit. Nemusím se podřizovat agenturním procesům, nikdo mi nediktuje, co a jak mám dělat, a nenutí mě třeba vyhrávat ceny. Navíc máme nyní obrovské štěstí na klienty, jejichž produkty nás baví. A když máme s nějakým produktem vnitřní rozpor, prostě ho odmítneme. Nechci dělat ramena, že si můžeme na dnešním přeplněném trhu nějak moc vyskakovat, ale to je jeden z půvabů toho, když děláte na sebe. V našem týmu jsou převážně grafičtí designéři, ale nejsme čistě grafické studio. Kombinujeme design s koncepční kreativní prací a od čisté reklamy jsme se odklonili i k „artovějším“ projektům.

Které vaše projekty považujete za nejzajímavější?

Skvělé jsou třeba dva projekty slovenského specialisty na digitální vzdělávání: Kozmix a Fenomény světa. Tvoříme jejich vizuální i komunikační koncepci od samého začátku a je úžasné ten proces sledovat. Pro T-Mobile či E.ON připravujeme interní kampaně, což je specifická práce – nejsme téměř v ničem omezení, jako v klasické reklamě směrem ven, naopak to chce humor a my si můžeme dovolit uplatnit nápady na hraně. A pak je tu samozřejmě Zátíší Group, což je zase specifický segment jídla a služeb. Takže uvažujete v pojmech jako vůně, chuť, vizuální lákadla... Sám miluju vaření, takže spolupráce se Zátíší mi dělá velkou radost.

Čím je ta spolupráce specifická?

Zátíší Group je v mých očích malá-velká firma. Není to korporát, takže přístup ke komunikaci je odlišný. Firma má stále velké plány a víze, v čele doteď stojí majitel, pan Sanjiv Suri, denně jí dává směr a na výsledku to je znát. Podobnou spolupráci jsme měli třeba s Antonínem Kokešem, majitelem Antonínových pekařství, když jsme pro něj připravovali rebranding Albi. Přiznám se, že rád jednám přímo s majiteli firem, cítíte z nich úplně jinou úroveň zájmu a nadšení pro věc. Myslím, že i tým marketingu, který je v bezprostředním kontaktu s majitelem, často přemýšlí a pracuje jinak. U Zátíší je navíc velká výzva v tom, že to není jen jedna restaurace nebo jen catering, ale hned několik odlišných samostatných divizí.

Jak probíhal proces rebrandingu jednotlivých značek skupiny Zátíší Group?

Rebranding není jednoduchá disciplína. V jeho průběhu se firma rozdělí na několik táborů – jedni věří, že by se mělo změnit všechno, druzí, že by stačilo pár kosmetických úprav a třetí nechtějí měnit vůbec nic. Najít tu správnou hranici, do jaké míry se to má vyvinout a do jaké zůstat, je o to těžší, když už značka má svou historii. Začali jsme rebrandingem cateringu, pak přišel na řadu Mlýnec a nakonec všechny ostatní značky. Vizuální identita Zátíší Group byla završením celého procesu. Skrze grafický prvek se podařilo najít propojovací element, který částečně navazuje i na předešlou identitu. Důležité je, že se podařilo identity zmodernizovat. Skvěle vypadají jak na tištěném menu, tak třeba i na nových webových stránkách.

Frank Ateliér se dobře zavedl. Máte ještě nějaké sny či přání?

Rozjet ateliér se skutečně podařilo, začínali jsme úplně na nule a přirozeným vývojem a kvalitní prací jsme získali skvělé klienty. Když jsme začínali, byli jsme tři a bylo nás málo, teď je nás deset, a pořád máme pocit, že je nás málo (*směje se*). Chceme se ještě víc vydávat uměleckým směrem a soustředit se třeba i na některé naše vlastní projekty.

David ve zkratce

**Davida inspiruje ke kreativ-
tě v práci, při focení i vaření
jeho okolí – cestování, filmy,
galerie a jeho tři děti.**

- Narodil se a bydlí v Praze, kterou miluje a z každé cesty se s radostí vrací domů. Rád ji fotí a v historických knihách hledá všechna její tajemství.
- Vyučil se uměleckému řemeslu, ale po roce cestování nastoupil do Hudebního divadla v Karlíně, kde zpíval a tančil v operetách i muzikálech.
- Poté zakotvil v reklamní agentuře, kde se jako art director vypracoval na kreativního ředitele. Po dvaceti letech v oboru založil s kolegy ateliér Frank a s radostí tvrdí, že nejsou reklamní agentura, ale kreativní ateliér. Jejich doménou je špičkový design v kombinaci s koncepční a kreativní prací.
- Za necelé čtyři roky působnosti zrealizoval Frank ateliér desítky projektů. Mezi jejich stálé klienty patří kromě Zátíší Group například T-Mobile, E.ON, National Geographic, Výstaviště Praha, Kozmix, Albi aj.

Kuchařský *alchymista*

ČAROVAL V ZÁTIŠÍ

V září se na menu restaurace V Zátíší objevily neobvyklé lahůdky a speciální ingredience. Připravil je pro vás šéfkuchař **Jérôme Jaegle**, který přijel ze svého rodného města Kayserberg v Alsasku, kde provozuje restauraci L'Alchémille oceněnou michelinskou hvězdou.

S Jérômem Jaeglem to snad ani nemohlo dopadnout jinak – jeho prarodiče i rodiče byli řezníci a uzenáři. Vyrůstat v takovém prostředí může znamenat, že maso buď nenávidíte, anebo milujete. Naštěstí pro gastronomický svět se stalo to druhé. Jérôme ale nezůstal jen u zpracování masa. Vášně pro vaření a také, jak sám říká, „soutěživý duch a nutkání jít až na hranu možností“ ho hnaly mnohem dál. Už jako malý chlapec přesně věděl, co chce a kam bude směřovat: „Michelinská hvězda, to byl můj dětský sen.“

Když pozorujete tohoto čtyřicetiletého sympatáka při vaření, přesně pochopíte, co znamená „dělat něco s láskou“. Ale nejde jen o samotný proces v kuchyni, Jérômovou filozofii je láska k přírodě, autentičnost a sdílení. To, co od Jérôma dostanete na talíři, bývá právem označováno jako „jedlé umělecké dílo“. V Jérômově restauraci, která je designována v jednoduchém dřevěném stylu, se budete cítit jako na návštěvě u starého kamaráda.

Pstruh, klobáska s česnekem, mrkev, libeček

1 Co je dobré vědět o Jérômeovi Jaegleovi

- Držitel mnoha kulinářských ocenění včetně cen z mezinárodních soutěží Prix Culinaire International Taittinger, Bocuse d'Or France nebo Bocuse de Bronze Europe; jeho restaurace L'Alchémille získala prestižní michelinskou hvězdu v roce 2018.
- Kayserberg – zásadní místo pro Jérôma Jaegleho. V tomto malebném alsaském městečku se narodil, vyrůstal, získal první kulinářské zkušenosti v rodinném podniku a sem se také vrátil otevřít svoji první restauraci poté, co 20 let sbíral zkušenosti u velkých jmen světa gastronomie jako Jean-Yves Schillinger, Olivier Nasti nebo Christian Têtedoie.
- L'Alchémille – alchymista kuchyně Jaegle pojmenoval svou restauraci po bylině používanou právě alchymisty – po kontryhelu (latinsky alchemilla); v lidovém léčitelství kontryhel podporuje plodnost a navrácí ženám panenství. Jérôme také zmiňuje, že kapičky nalezené na kontryhelu v časných ranních hodinách jsou slzami elfů.

2 Co potřebujete vědět o alsaské kuchyni

- Východofrancouzský region, který již formálně neexistuje (v roce 2016 bylo Alsasko sloučeno s Lotrinskem a Champagne-Ardenne do nového celku zvaného Grand Est), leží u hranic se Švýcarskem a Německem, a právě německé vlivy definují alsaskou kuchyni.
- Zdejší hvězdou jídelních lístků je choucroute neboli kyselé zelí. Dělá se na různé způsoby, nejčastěji s uzeninou (hlavně štrasburským párkem), slaninou a bramborami.
- Už od 17. století je Alsasko známé svým kontroverzním pokrmem foie gras, tedy ztučnělými játry hus a kachen. Ve většině zemí byla už produkce foie gras zakázána kvůli způsobu výkrmu zvířat, který mnozí považují za drastický, ve Francii by ale takový zákon zřejmě neprošel.
- Oblíbenou specialitou je také matelote, tedy dušené sladkovodní ryby v ryzlinku.



Švestka, tvaroh, med, máta



Jehněčí, tuřín, med, pyl, chlorofyl



Jérôme Jaegle

Ta správná

partner

Mezi jednu z charitativních organizací, které Zátíší Group pravidelně podporuje, patří Village Enterprise, která již přes 30let úspěšně bojuje s extrémní chudobou v Africe. Její klíčová slova jsou podnikání a inovace.

Village Enterprise pomáhá extrémně chudým obyvatelům zvýšit své příjmy, úspory i kvalitu života. V duchu okřídleného pořekadla „nekrm hladového jedním talířem jídla, raději ho nauč chytat ryby,“ tato organizace pomocí ročního školicího programu podporuje lidi (75 % jsou ženy) žijící v extrémní chudobě ve venkovské Africe k vytvoření malého podnikání. Učí je obchodním dovednostem a finanční gramotnosti, poskytuje počáteční kapitál a nabízí celoroční poradenství pro jejich malé podniky. Nabídne jim rady mentora v začátcích podnikání, ať už se jedná o farmaření, pěstování dobytka, včelaření, otevření malého obchůdku, restaurace či krejčovské dílny. Program je finančně i sociálně velmi efektivní, protože lidem pomáhá nejen zvýšit životní úroveň, ale také budovat síť podnikatelských a společenských vztahů.



Devítinásobná maminka Esther uprostřed svého slunečnicového pole u národního parku Murchison National Game Park.



Drobní podnikatelé v ugandské Nwoya se sešli, aby dostali svůj druhý grant.

Nabatte Samayia (vlevo) a Alinaitwe Moreen podávají domácí jídla v jejich vlastní restauraci ve městě Hoima, Uganda.



Drobné podnikatelky Dorkos a Stellah prosívají své vlastní proso, které budou prodávat na trhu v ugandském Soroti.



Tři podnikatelky prodávají rajčata a ryby (karase) na farmářských trzích ve městě Hoima, Uganda.

Village Enterprise

pomohla nastartovat 48 000 malých podnikatelských projektů a vyškolit 185 000 lidí trpících extrémní chudobou.



wow.zatisigroup.cz