



tickou klientelu ze zahraničí, v nové době objevily tuzemského zákazníka. Až se zase jednou gastro otevře, budou si třeba hostů víc vážit a my si zase budeme mnohem víc vážit toho, že se můžeme normálně najíst ve svém oblíbeném podniku. Co dál? Restaurace se předhánějí v nápadech, jak strážníky nalákat. Kromě slev vymýšlejí různé speciální pokrmy a akce. Třeba v pražské rodinné restauraci Gourmet Pauza kromě denní nabídky přišli i s krabičkovou dietou, přičemž v balíč-

## Restaurace se předhánějí, jak strážníky nalákat.

ku se skrývá jídlo na celý den. „Jídelníček šijeme na míru zákazníkům, kteří chtějí zdravě žít, případně hubnout. Máme štěstí, že jedna ze spolumajitelek je výživová poradkyně s dvacetiletou praxí,“ pochvaluje si spolumajitelka Pavlína Zemanová.

Vymýšlejí se různé kanály, jak jídlo prodat a dopravit ho k zákazníkům. Třeba restaurace Babiččina zahrada už má vlastní internetový obchod [menunado-ma.cz](http://menunado-ma.cz). Přes svoje stránky prodávají vlastní výrobky i další. Všichni se snaží vyjít z této doby alespoň s čistým štítem.

Jak jim pomáhá stát? Restauratéri se shodují, že pomoc je pomalá a nedosta- tečná. „Dotace od státu by nám pomohly, pokud by byly postaveny na procentech tržeb z minulých, předcovidových let,

## NÁŠ RECEPT NA KRIZI: Krabičková dieta na míru zákazníkům



**Pavlína Zemanová,** spolumajitelka rodinné restaurace Gourmet Pauza, Praha

**CO SE ZMĚNILO?** „Všechno. Otevírací hodiny - místo od 8 do 23 máme od 9.30 do 15. Polovinu zaměstnanců jsme museli propustit. Změnila se skladba jídelníčku i požadavky zákazníků. V předcovidové době k nám lidé rádi chodili na romantické večere, dobré víno a středomořskou kuchyni. Každý večer jsme nabízeli speciality typu argentinské steaky, čerstvé ryby, mořské plody, což se dnes do krabiček nehodí a ani po tom není příliš poptávka. Alkohol už téměř neprodáváme, maximálně v rámci víkendových gastrobalíčků lahev vína pro dva. Snídaně, které tvořily až třetinu tržeb, dnes také téměř vymizely. Paradoxně jsme rozšířili nabídku poledního menu, ze tří předcovidových jídel denně na sedm. Nabízíme nově více pokrmů české

kuchyně typu svičková či španělský ptáček, největší bestsellery bývají dnes guláše a řízky. Snažíme se nicméně udržet v nabídce i původní středomořský koncept - tzn. čerstvé ryby, čerstvou pastu, risotto a saláty. Pokud jde o původní stálý lístek, ten v této době ztratil smysl. Nechali jsme pár nejoblíbenějších trháků: snídaně avoast na našem domácím žitném chlebu, krůtu Tandoori se zeleninovými hranolkami či krevetové speciality. Na každý víkend vymýšlíme zajímavé čtyřchodové menu pro celou rodinu. Měli jsme třeba dvě baby kuřátka s krocketami a nádivkou, hrášek na másle, dvě porce kulajdy s lahví červeného vína za 990 korun. Nebo za stejnou cenu půlku kachny se zelím a opečenými bramborovými šiškami, dvě porce kaldounu a k tomu perník a lahev vína.“

**RESTAURAČNÍ E-SHOP.** „Jídlo dnes samozřejmě prodáváme pouze s sebou, tedy v krabičkách, což nás vedlo k úplně novému konceptu - krabičková dieta šitá na míru zákazníkům, kteří chtějí zdravě žít, případně hubnout. Můžou si zvolit stravu s obsahem méně sacharidů, stravu vegetariánskou anebo fitness klasik, která je pro fyzicky aktiv-

ní. Průměrná cena za snídani, oběd i večeři je dohromady 440 korun, včetně dovozu. Rozvážkové firmy využíváme, ze stávajících tržeb nám vytvářejí zhruba třetinu. Spolupracovali jsme s rozvážkovou společností i před covidem, v době covidové se samozřejmě počet objednávek zvýšil. Zároveň jsme spustili vlastní e-shop s dovážkou, kde nabízíme veškerý náš sortiment. I tady počet zákazníků roste.“

**BEZ VEČÍRKŮ A CATERINGU.** „Jídel uvaříme zhruba stejný počet jako dříve, ale v zásadě jen polední menu v úplně jiné cenové kategorii. Nejvíc nás zasáhlo, že nejsou večerní návštěvy, večírky, oslavy, svatby, firemní cateringy a podobné akce. To jsou zásadní ztráty. Tržby nám spadly ve srovnání s předcovidovou dobou zhruba na 40 procent. V kuchyni jsme mívali tři kuchaře a dvě pomocné síly, na place čtyři servírky. Dnes máme kuchaře jednoho, jednu pomocnici, jednu servírku v okénku a se vším ostatním, když je potřeba, si vypomáháme jako rodina. Naši zákazníci jsou věrní, přátelské prostředí je baví, vracejí se a kupují si pravidelně i náš chléb, naše dorty a další zákusky, nejen teplá jídla...“