



HRVATSKA365

Gourmet





## SADRŽAJ

1. Što radi svijet ?
2. Što radi Hrvatska ?
3. Što predlažemo ?



## DEFINICIJE

**Gourmet**  
vrhunsko kulinarstvo

**Kulinarstvo**  
vještina pripremanja hrane

**Gastronomija**  
proučavanje povezanosti kulture i hrane





SVIJET

Što su danas restorani ?

Restorani su danas ljudima ono što su im u 60-ima bila kazališta.

*Kad je Harry sreo Sally (WHEN HARRY MET SALLY, 1989.)*





## PROGLAS NOVOG KULINARSTVA (2006.)\*:

1. **Izvrsnost** - kvaliteta namirnica, korištenje punog potencijala hrane
2. **Znanje** - odlično poznavanje kulinarske tradicije
3. **Inovativnost** - nove ideje, tehnike i tehnologije
4. **Scenska umjetnost** – predstava za sva osjetila (vid, sluh, njuh, opip, okus, toplina, hladnoća)
  - priprema i usluživanje hrane može biti **najsloženija scenska umjetnost**
  - korištenje znanosti (od kemije hrane do psihologije), arhitekture, dizajna, svih vrsta umjetnosti i tradicijskih obrta

\*Ferran Adria, Heston Blumenthal, Thomas Keller i Harold McGee





## TRENDOVI POSLJEDNJIH DESETLJEĆA - KULINARSTVO I INDUSTRIJA ZABAVE

- TV *cooking show* i *food reality TV* - kulinarnstvo ušlo u svaki dom
- kuhari postali *celebrity chefovi* i *zabavljači* (Gordon Ramsey, Jamie Oliver, ...)
- fenomen *celebrity chefa* postao globalan i transformirao restoransku industriju





# POTROŠAČKI SEGMENTI PO PONAŠANJU

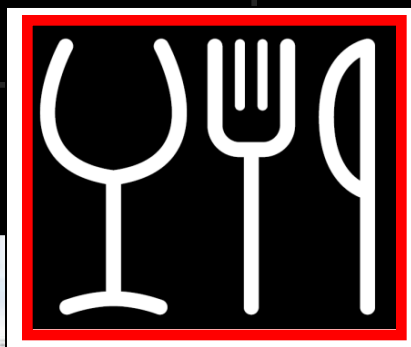


## Odmor- *Statičan*

- Motivacija: Opuštanje i uživanje
- Potrebe: Traži opuštanje, ugađanje i uživanje u području odabrane mikrodestinacije

## Touring - *Dinamičan*

- Motivacija: Aktivnosti i doživljaji
- Potrebe: Želi osjećaj uzbuđenja i iznenađenja tijekom putovanja u širem području destinacije



## Posebni interesi – *Poseban*

- Motivacija: Posebni interes (ronjenje, promatranje ptica .. )
- Potrebe: Želi se osjećati posebnim

## Sastanci – *Putovanje dio posla*

- Motivacija: Putuje zbog poslovnih obveza
- Potrebe: Želi sastanke na drugačijim, posebnim mjestima



MICHELIN VODIČ - kriteriji iz 1936.



Vrlo dobar restoran u svojoj kategoriji.



Izvrсна kuhinja, **vrijedna skretanja s puta.**



Iznimna kuhinja, **vrijedna posebnog putovanja.**



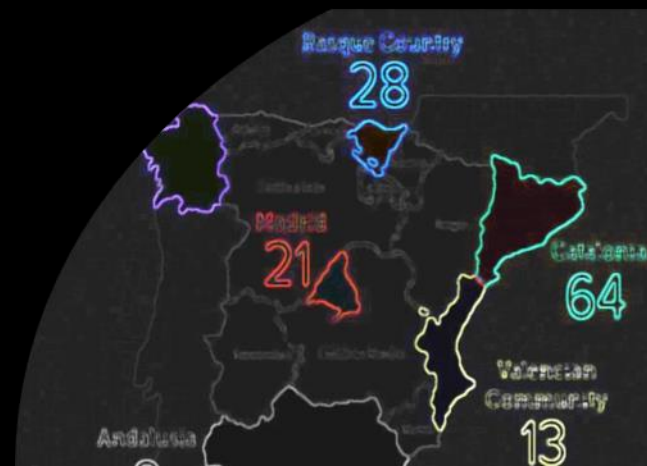




## BROJ RESTORANA S MICHELIN ZVJEZDICOM - TOP 10 ZEMALJA

	★ ★ ★ ★	★ ★ ★	★	Σ
Francuska	26	83	485	594
<b>Japan</b>	<b>32</b>	<b>106</b>	<b>378</b>	<b>516</b>
Italija	8	39	285	332
Njemačka	11	38	233	282
Velika Britanija	4	20	134	158
Španjolska	8	18	117	143
Belgija	3	17	112	132
<b>SAD</b>	<b>12</b>	<b>17</b>	<b>103</b>	<b>132</b>
Nizozemska	3	16	84	103
Švicarska	2	18	76	96

Izvor: Wikipedia





# HRVATSKA 2015.

## NEKI NOVI TRENDОВИ

- Najbolji hrvatski restoran u 2014. po izboru 500 restoratera, chefova, eno i gastro novinara i blogera, poslovnih ljudi, turističkih djelatnika i vinara iz cijele Hrvatske nije restoran nego **konoba** (*Batelina*, Banjole)\*
- Najbolji hrvatski chef po istom izboru je Tom Gretić, chef restorana *Wine vault* u **hotelu Monte Mulini**, Rovinj
- Od 456 ocijenjenih restorana u Zagrebu po *Tripadvisoru*, najbolje je rangiran *Mundoaka Streetfood*, koji nije klasični restoran nego **bistro** \*\*

\* izbor "Dobri restorani 2014."

\*\* Tripadvisor 10.02.2015.





## HRVATSKA - USVAJAMO POSLOVNU FILOZOFIJU NAJBOLJIH U SVIJETU

*"Više od polovice menija je stalna, a preostalih 40% neprestano se mijenja. Uglavnom se sve kreira prema trenutno dostupnoj izvršnoj namirnici. I onda počinje kreativni proces koji uzima u obzir sezonu, teksture, okuse i još neke elemente. Nakon nekog vremena i uložena rada izlazi novo jelo.*

*Hoćemo pokazati da se kvalitetna hrana može raditi po prihvatljivoj cijeni. Naša kuhinja veća je od restorana. To vam govori što nam je uistinu važno. Nitko ne bi rekao da ovdje radi 12 ljudi (četiri konobara i osmero u kuhinji).*

*Marža nam je na sva vina minimalna i jednaka. Cijena čaše vina treba biti između 20 i 30 kn, a boce prihvatljiva u odnosu na cijenu hrane jer želim da kao gost pijete vino. Vina se stalno mijenjaju. S obzirom na veličinu prostora, vinska karta ograničena nam je na desetak etiketa."\**

\* intervju Tvrtko Šakota, Iće&piće, prosinac 2014.



## HRVATSKA GOURMET SCENA - RAZVOJNI IZAZOVI I ŠANSE

- Restorani s Michelin zvjezdicama
  - dug, težak i nezaobilazan put ka punoj međunarodnoj afirmaciji hrvatske gourmet scene
  - za postizanje ozbiljnih rezultata bit će potrebno nekoliko godina napornog rada
  - ključ ulaska u crveni Michelinov vodič **kvaliteta, konzistentnost kvalitete i volumen ponude**
- Hrvatska 365 Gourmet

Brz i komplementaran put ka međunarodnoj afirmaciji hrvatske gourmet scene. Ključni elementi:

- dobavlјivost izvrsnih svježih namirnica tijekom cijele godine
- dobavlјivost lokalnih kvalitetnih i vrhunskih vina u svim hrvatskim regijama
- kreiranje atraktivnih dnevnih gourmet ponuda



# HRVATSKA 365 Gourmet – glavni razvojni izazovi

## 1. Kvaliteta

- edukacija i ulaganje u ljudske potencijale
- povezivanje s proizvođačima i dobavljačima kvalitetnih lokalnih namirnica
- financiranje iz EU fondova

## 2. Organizacija

## 3. Marketing

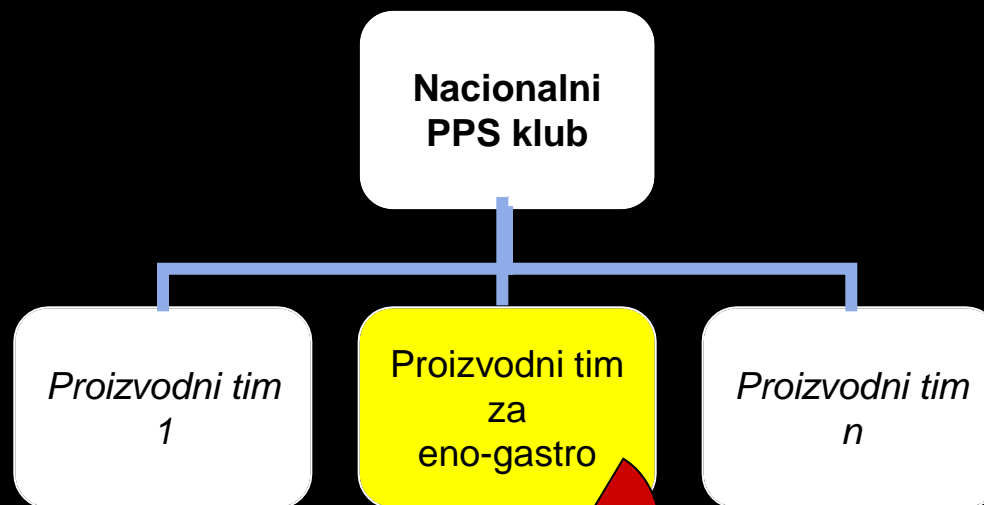
S programom Hrvatska 365 (22 logično formirane destinacije) prvi puta imamo organizacijsku i marketinšku mrežu s kojom možemo krenuti u promociju Hrvatske kao uzbudljive, cjelogodišnje gastronomske destinacije



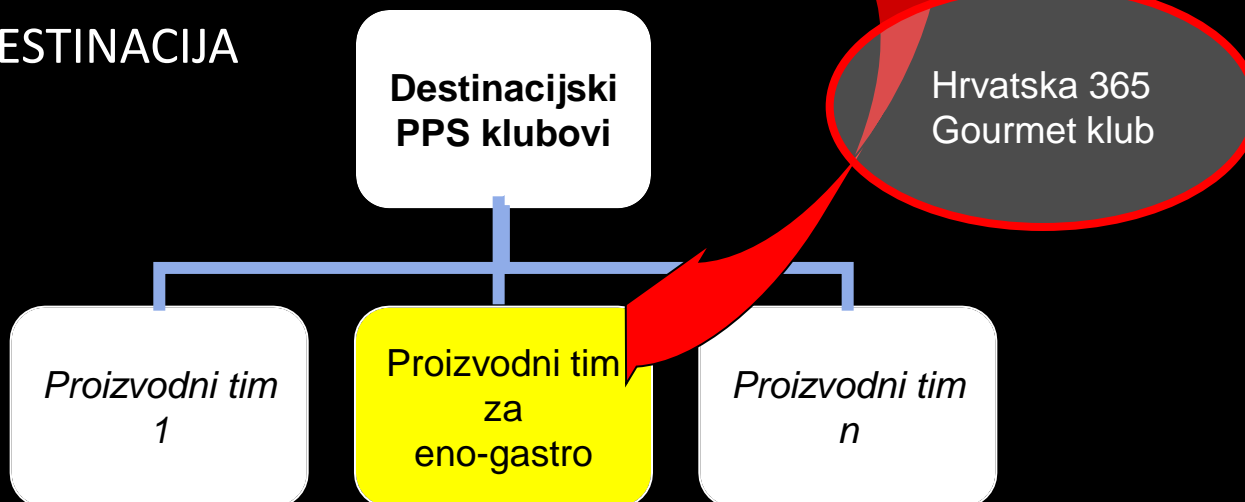


# HRVATSKA 365 Gourmet - okvirni prijedlog organizacije

HTZ



DESTINACIJA





# HRVATSKA 365 Gourmet - okvirni prijedlog nacionalnih pravila

	Otvoren min. 10 mjeseci godišnje*	Dnevna ponuda	Lokalne namirnice	Vino u butelji i na čaše	Som- melier **	Znanje stranih jezika
Restoran						
Konoba						
Bistro						

## Napomene:

\* U slučaju manjih odstupanja moguća kompenzacija ukoliko objekt ima visoku kvalitetu u ostalim elementima.

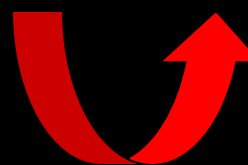
\*\* Ukoliko objekt nema sommeliera, dozvoljava se rok za usklađenje od 6 mjeseci

# HRVATSKA 365 Gourmet - koncept



STARO

NOVO







## HRVATSKA 365 Gourmet - okvirni prijedlog programa 2015.

	I kv.	II kv.	III kv.	IV kv.
Izrada i usvajanje pravila Hrvatska 365 Gourmet	■			
Izrada web i mobilne aplikacije + društvene mreže	■	■		
Izbor članova Hrvatska 365 Gourmet kluba		■		
Dodjela oznaka i označavanje			■	
Marketing i promocija			■	■



Godina ima 365 dana.  
Želim da svaki od njih bude uzbudljiv.

Mario Testino , modni fotograf

