

## HOTELSKA KAVA I NOVI TRENDOWI U UGOSTITELJSTVU

Domagoj Trusić

*Stručni rad*

<https://doi.org/10.20867/hk.1.9>

### Sažetak

Hotelski sustav ima više modula ugostiteljstva te je u svakom prisutna kava kao proizvod i usluga. Pristup za svaki modul je drugačiji te postoje parametri koji definiraju koja kava se služi u kojem ugostiteljskom modulu. Uvođenje novih trendova u kavi donosi osvježanje u ponudu hotelskog sustava, ima imperativ podizanja kvalitete sirovine na *specialty* kvalitetu te kuhanja i posluživanja kave prema potrebama modula. Trendovi u ugostiteljstvu promijenili su navike gosta i u kavi. Kava kao finalni proizvod mora poštivati proizvodne standarde, što uniformiranost proizvoda i svježinu postavlja kao imperativ. Očekivanja gosta od šalice kave su se povećala jer je senzibilizirao nepce. Cijeni se porijeklo i transparentnost, kako u hrani, tako i u kavi, tako da proizvod s više informacija ima veću vrijednost. Kvaliteta napitka ponekad ne ovisi o kvaliteti kave, već i o stilu kuhanja. Funkcionalnost i cijena nisu više jedini parametri pri odabiru. Kava u hotelu treba biti bez brenda, ali jasno definirane i komunicirane kvalitete. *Specialty* kvaliteta kave i educirani barista su obligatorni za 4+ kategorizaciju hotela jer to prati ostalu ponudu.

**Ključne riječi** kava, *specialty coffee*, hotelska kava, barista, edukacija

### UVOD

Plod pod punim nazivom *Coffea* odnosno ekstrakt koji svakodnevno pijemo, koji je ušao u srž životnog stila, pa tako i u ugostiteljstvo i hotelski sustav općenito nazivamo kavom. Govorimo o namirnici koja postiže puni potencijal organoleptičkih svojstava oko 15 dana od prženja. Nakon 30 dana prženja, neovisno o pakiranju i stanju namirnice (zrno ili mljevena kava) kava gubi oko 20% organoleptičkih svojstava. Kava kojoj svježina opada stajanjem, te nakon 60 dana gubi većinu individualnih organoleptičkih karakteristika i u dodiru s kisikom oksidira, laički rečeno nazivamo starom. Kroz cijeli rad spominjemo kavu i pod tim nazivom mislimo na napitak, međutim, za napitak se ne koristi plod, niti sjemenka s drveta *Coffea*, već se taj plod nakon branja obrađuje, selektira, prži, melje, kuha uz pomoć otapala (otapalo je voda), te se dobiveni ekstrakt konzumira. Kava kao namirnica danas u svijetu ugostiteljstva s najvećim gastronomskim potencijalom postaje dio doživljaja. Doživljaja koji kreiramo autentično s određenom destinacijom, te njen okus i miris upotpunjuju sliku destinacije. Kada govorimo o hotelskom sustavu, gledajući servis i ambijent koji će upotpuniti taj doživljaj, a kroz osnovni proizvod (kavu) koji se može razlikovati od objekta do objekta, možemo naglasiti ekskluzivnost i glamur. Kava i napitci na bazi kave čine temeljni dio menija skoro svakog modula jednog hotela te kategorizacija istog određuje pristup, nivo kvalitete i uslugu kave. Pristup kroz module generira sasvim drukčiju sliku od one koja danas vlada u hotelima. Tržište brendova je zaslijepilo marketinškim alatima osobe koje odlučuju o izboru proizvoda u hotelima u Hrvatskoj, tako da se kava kupuje brendovski, a ne namjenski ili funkcionalno. Svježina i porijeklo su u drugom planu, a šalice u koje se serviraju napitci su često van standarda, tako da proizvodi nisu ono što gost očekuje. Kava i napitci na bazi kave referiraju se na kategorizaciju te korištenje instant kave upućuje na neprofesionalnost. Nadalje, svježina i uniformiranost proizvoda obligatorni su te oscilacije u izgledu, okusu i teksturi nisu

dozvoljene. Temeljem ovih parametara gore navedeni stilovi kuhanja mogu zadovoljiti potrebe postojećih modula kako je navedeno. Uz određene modifikacije moguće su varijacije.

## 1. KAVA I DANAŠNJI TRENDVI

### 1.1. Kava

Kava je opći naziv za plodove i sjemenke drvolike zimzelene biljke roda *Coffea* iz porodice Rubiaceae. Za izradu proizvoda od kave upotrebljavaju se samo kave vrste *Coffea* L. iz grupe *Eucocoffea* (*C. arabica*, *C. canephora*, *D. abeocute*, *C. dewevrei*, *C. congensis*, *C. stanophylla*, *C. liberica*, *C. arabusta*). Ekvatorsko područje je područje uzgoja i plantaže kave. Područje opisuje tropska i suptropska klimatska zona te visoravni između 600 i 1500 m nadmorske visine s količinom oborina od 1500 do 2000 mm. Plod kave je veličine trešnje te izraste u obliku kuglastog grozda s 5 do 10 bobica. Tijekom zrenja plod mijenja boju od zelene, preko žute, crvene, da bi u stadiju optimalne zrelosti za preradu poprimio crvenoljubičastu boju.

U svakom plodu nalaze se dvije polukuglaste sjemenke, odnosno dva kavina zrna, a u 10 do 15% slučajeva nalazimo samo jedno zrno ovalnog oblika poznate pod nazivom perl-kava, može se naći i dva zgrbljena zrna ili čak tri zrna (Brown, 2018).

Kava laički spada u skupinu voća i pristup treba biti prilagođen tome. Svježina i uvjeti čuvanja su imperativ. Pun potencijal kave je oko 15 dana nakon prženja, te nakon toga do 30. dana. Nakon prženja, neovisno o pakiranju i stanju namirnice (zrno ili mljevena kava), kava gubi oko 20% organoleptičkih svojstava. Nakon 60 dana većina individualnih organoleptičkih karakteristika se gubi te u dodiru s kisikom nakon otvaranja vrećice ona vrlo brzo „ostari“ na svoju realnu starost i kavina ulja oksidiraju.

### 1.2. Napitci od kave

Kava je naziv širokog značaja. Tako se naziv „kava“ primjenjuje za proizvode kao što su svježi plod kave, suhi plod kave, kava u ljusci, sirova kava, monsunska kava, polirana kava, kava bez kofeina, pržena kava u zrnu ili mljevena, ekstrakt kave, instant kava i napitak od kave (Mandić, 2006). Zanimljiva je činjenica da se za napitak ne koristi plod, niti sjemenka s drveta *Coffea*, već se taj plod nakon branja obrađuje, selektira, prži, melje, kuha uz pomoć otapala (otapalo je voda), te se dobiveni ekstrakt konzumira.

Uniformiranost proizvoda je ključna u ugostiteljskom sustavu, pa tako i u kavi kao napitku. Najvažnije je, dakle, postaviti standard u isporuci te praktičnu nomenklaturu artikala, prilagođenu i iskomuniciranu s vizualnim prikazom. U višoj frekvenciji posla tj. gužvi često izostaju osnovni elementi. *Specialty* kvaliteta još dodatno traži animaciju kroz razne materijale da bi se kod gosta stvorilo osjećaj dodane vrijednosti u napitku. Nadalje, nekolicina hrvatskih hotela uvrstila je u doručak automatske aparate za kavu koji nude nepersonalizirane napitke, često i van standarda, te niska kvalitete sirovine kave i mljeko u prahu ruše dodatno finalni napitak. Trend kave na doručku je da se ponudi visoka ili *specialty* kvaliteta kave te se to iskomunicira s gostom.

### 1.3. Proizvodi od kave

Globalna paradigma da kava ima okus kave prerasla je u novi trend gdje kava kao namirnica s najvećim gastronomskim potencijalom postaje dio doživljaja; doživljaja koji kreiramo autentično za određenu destinaciju te njen okus i miris upotpunjuju sliku destinacije. Kave s geografskim porijeklom (*single origin* kave) te *specialty* kvaliteta dobivaju na značaju jer za malu razliku u cijeni možemo transformirati komercijalni meni u nešto “*craft*” i posvećeno gostu. Servis i ambijent upotpunit će taj doživljaj, a kroz osnovni proizvod koji se može razlikovati od objekta do objekta možemo naglasiti ekskluzivnost i glamur. Kategorije kvalitete kave:

- Niska - instant i mljevena
- Srednja - mljevena i zrno
- Visoka 100% arabika - zrno i SS
- *Specialty* - zrno i SS.

### 1.4. Kava u hotelskoj ponudi

Pristup kroz module generira sasvim drukčiju sliku od one koja danas vlada u hotelima. Tržište brendova je zaslijepilo marketinškim alatima osobe koje odlučuju o izboru proizvoda u hotelima u Hrvatskoj tako da se kava kupuje brendovski, a ne namjenski ili funkcionalno, kao što uvod ukazuje. Svježina i porijeklo su u drugom planu, a šalice u koje se serviraju napitci često su van standarda, tako da proizvodi nisu ono što gost očekuje. Forsiranje služenja *espresso* kave na manje frekventnim lokacijama dodatno ruši kvalitetu jer je kava potpuno ishlapljela. Isto tako i kod *coffee-breaka* često *espresso* aparat ne može zadovoljiti potrebu za velikim brojem napitaka u kratkom roku. Na doručku superautomatski aparati nude loše napitke iz loših namirnica u lošim šalicama u hotelima s 4 i više zvjezdica. Dakle, trenutno vlada kaos jer svi pokušavaju pomiriti potrebe i navike potrošača preko *espresso* aparata, a ne uzimaju u obzir ostale stilistike kuhanja i njihove prednosti. Npr. *Cold brew* kava ljeti koja se može konzumirati cijeli dan jer je hladna i ne zagorča kad odstoji ili se servira s ledom.

### 1.5. Hotelska kava kroz module

Kava i napitci na bazi kave čine temeljni dio menija skoro svakog modula jednog hotela te kategorizacija istog određuje pristup, nivo kvalitete i usluge kave. No, to nije jedini parametar, već je i sam tip modula definiran kroz frekvenciju služenja i složenost koji stil kuhanja kave smješta tamo gdje pripada. Ovako izgleda ta podjela:

- a) doručak – filter kava i/ili *espresso* iz profesionalne opreme
- b) *lobby bar* – *espresso* iz profesionalne opreme
- c) kavana – *espresso* iz profesionalne opreme te opcionalno ostali stilovi kuhanja
- d) *pool bar/beach bar* – *espresso* iz SS (*single serve*) sistema/kapsule ili *cialde*
- e) wellness – nepotrebna/*espresso* iz SS (*single serve*) sistema/kapsule ili *cialde*
- f) večera i/ili ručak – *espresso* iz SS (*single serve*) sistema/kapsule ili *cialde*
- g) *a’la carte restoran* – *espresso* iz SS (*single serve*) sistema/kapsule ili *cialde*
- h) *coffee break* – filter kava i *espresso* iz SS (*single serve*) sistema/kapsule ili *cialde*
- i) *brunch* – *espresso* iz profesionalne opreme.

*Ad a.) DORUČAK – FILTER KAVA I/ILI ESPRESSO IZ PROFESIONALNE OPREME*

Važnost prilagođenog doručka u hotelu nepotrebno je objašnjavati, te su funkcionalnost i estetika kao imperativi najvažniji kod donošenja odluke kakvu kavu kuhati. Uvriježeno je da na doručku ponudimo filter kavu, no kroz najnižu kvalitetu kave cjenovno i kvalitativno nismo u mogućnosti zadovoljiti potrebe gosta jer proizvod dobiven takvim odabirom nije pitak bez dodanog šećera ili mlijeka.

*Espresso* iz profesionalne opreme drastično poskupljuje doručak, ali se u biznis klasi hotela 4+ često uvodi ta praksa. *Specialty* kava je preporučljiva u takvom objektu.

*Ad b.) LOBBY BAR – ESPRESSO IZ PROFESIONALNE OPREME*

Hotelski *lobby bar* vrlo je širok pojam jer se taj modul ovisno o specifičnim uvjetima može razlikovati od najmanjeg priručnog funkcionalnog šanka do glamuroznog modula s velikim izborom destilata i širokom ponudom koktela. Kava je najfrekventniji proizvod u *lobby* baru i kao takva ima veliku važnost. Odabir kvalitete bi trebao biti u skladu s klasom hotela. U hotelima 4+ ili biznis hotelima trebalo bi se odabrati 100% *arabiku* ili *specialty* kvalitetu jer gost to očekuje.

*Ad c.) KAVANA – ESPRESSO IZ PROFESIONALNE OPREME TE OPCIONALNO OSTALI STILOVI KUHANJA*

Često u hotelskom sustavu više kategorije nalazimo i kavanu, mjesto za druženje i relaksaciju i, kao što sam naziv kaže, za uživanje u kavi. Kava kao proizvod koji se naručuje tijekom cijelog dana, ali najviše ujutro ima u kavani najvažniju ulogu te beskompromisno kvaliteta mora biti najviša. Servis i ambijent moraju biti prilagođeni ispijanju kave te je raspored sjedenja ključan za dobivanje kavanske atmosfere. *Espresso* aparat može biti i skriven od gosta, ali servis to mora nadoknaditi, glamur i ekskluzivnost kojom odišu svjetski poznate kavane mora zavoditi gosta i unutra i na terasi. *Specialty* kava i educirani barista imperativ su takvog objekta

*Ad d.) POOL BAR/BEACH BAR – ESPRESSO IZ SS (SINGLE SERVE) SISTEMA/ CAPSULE ILI CIALDE*

Veliki problem je osigurati kvalitetan proizvod na bazenu. Kava koja je izrazito higroskopska namirnica osjetljiva je na vlagu te će sistemi koji imaju pakiranje za dozu sigurno omogućiti lakšu i bolju isporuku kvalitetnih napitaka. Kada se uzme u obzir i sezonalnost, takav je odabir za stil kuhanja također najlogičniji. O kvaliteti same kave te dodatku *cold brew* kave kao osvježavajućeg stila kuhanja pogodnog i za miješanje treba individualno procijeniti potencijal.

*Ad e.) WELLNESS – NEPOTREBNA/ESPRESSO IZ SS (SINGLE SERVE) SISTEMA/ KAPSULE ILI CIALDE*

Danas je kava dostupna od kioska preko ureda pa tako gost očekuje da mu treba biti dostupna i dok se osvježava u wellnessu, mada se sama funkcionalnost kave koja uzbuđuje i elevira kosi s namjerom wellnessa da vas opusti i logičniji odabir bio bi biljni, herbalni čaj ili neki komad voća. No, ukoliko postoji potreba, SS sistemi su upravo idealni za takav tip objekta.

*Ad f.) VEČERA I/ILI RUČAK – ESPRESSO IZ SS (SINGLE SERVE) SISTEMA/KAPSULE ILI CIALDE*

Kava nakon ručka ili večere u mnogim europskim kulturama dominira kao ritual. I mi u hotelu moramo imati dostupnu tu opciju. No, niža frekvencija i korištenje tradicionalne opreme samo par sati dnevno sigurno će bitno utjecati na finalni napitak. SS sistemi su i u ovom modulu sigurno najefikasnije rješenje.

*Ad g.) A'LA CARTE RESTORAN – ESPRESSO IZ SS (SINGLE SERVE) SISTEMA/KAPSULE ILI CIALDE*

Kava nakon ručka ili večere u mnogim europskim kulturama dominira kao ritual te bi i mi u hotelu morali imati dostupnu tu opciju. No, niža frekvencija i korištenje tradicionalne opreme samo par sati dnevno sigurno će bitno utjecati na finalni napitak. SS sistemi su i u ovom modulu sigurno najefikasnije rješenje.

*Ad h.) COFFEE BREAK – FILTER KAVA I ESPRESSO IZ SS (SINGLE SERVE) SISTEMA/KAPSULE ILI CIALDE*

Velike grupe koje treba poslužiti nisu lak zadatak kada se radi o kavi, ali automatski filter uređaji mogu osigurati 10 litara kave svakih 10 minuta i kroz cijeli period pauze ako se pripremi unaprijed neograničenu količinu kave. Svi ostali sustavi su za velike grupe nedostatni, no mogu biti podrška kao opcija.

*Ad i.) BRUNCH – ESPRESSO IZ PROFESIONALNE OPREME*

Kultura *bruncha* još uvijek nije u Hrvatskoj jaka premda mi imamo pandan u obliku *marende* oko 11.00 sati. U Europi se taj obrok koji može biti par zalogaja i kava i/ili sok pretvorio u ritual koji *bonvivanima* koji spavaju do kasno nudi prvu hranu. Tako i u hotelskom sustavu takav tip obroka može biti vrlo zanimljiv dodatak na postojeću ponudu. Od kave se očekuje da bude najviše kvalitete jer će neki od gostiju u toj pauzi između doručka i ručka odabrati samo nju i praviti društvo drugima koji jedu. Opet, ovisno o frekvenciji treba dobro procijeniti hoće li ići na tradicionalni aparat ili SS sistem. *Specialty* kava je preporučena u takvom tipu objekta.

## ZAKLJUČAK

Trendovi u ugostiteljstvu su promijenili navike gosta i u kavi. Kava kao finalni proizvod mora poštivati proizvodne standarde, što uniformiranost proizvoda i svježinu postavlja kao imperativ. Očekivanja gosta od šalice kave su se povećala jer je senzibilizirao nepce. Cijeni se porijeklo i transparentnost, kako u hrani, tako i u kavi, tako da proizvod s više informacija ima veću vrijednost. Kvaliteta napitka ponekad ne ovisi o kvaliteti kave, već i o stilu kuhanja. Funkcionalnost i cijena nisu više jedini parametri pri odabiru. Kava u hotelu treba biti bez brenda, ali jasno definirane i komunicirane kvalitete. *Specialty* kvaliteta kave i educirani barista obligatorni su za 4+ kategorizaciju hotela jer to prati ostalu ponudu.

## REFERENCE

- Brice C.F, Smith A.P. (2002.), "Effects of caffeine on mood and performance: a study of realistic consumption", *Psychopharmacology*, Vol.164, str. 188–192., DOI 10.1007/s00213-002-1175-2.
- Brown, R. (2018.), *Dear coffee buyer- A guide to sourcing green coffee*, Scott Rao coffee books, str. 49-53, 91-95.
- Illy, A., Viani R. (1995.), *Espresso coffee the science of quality*, Elsevier Academic Press, str. 108-115, 290-304.
- Mandić, L. M., Perl, A. (2006.), *Osnove senzorske procjene hrane*, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera, Osijek, str. 19-23, 56-68.
- Narodne novine (8.12.2004), *Pravilnik o kvaliteti kave, kavovina, te proizvodima od kave i kavovina*. Zagreb: (N.N. 172/2004) str. 3003
- Scott, R. (2019.), *Coffee roasting best practice*, Independent Publisher, str.11-13, 34-40, 78-82.

**DOMAGOJ TRUSIĆ**, Specijalist za kavu, Voditelj edukativnog centra za kavu  
Hug & punch  
Dalmatinskih brigada 35, Matulji, Hrvatska  
Telefon: +385-99-3736320  
E-mail: jadriks@gmail.com