

Kde chutná Tommymu • Following a gut feeling

Má-li Tommy Sjöö tajnou strategii úspěchu, rozhodně se o ni nepodělí. Místo toho upozorní na lidi, kteří pobíhají v jeho restauraci. „Nezáleží na tom, co děláte, vždy musíte mít dobrý tým a dobře ho vést,“ říká. Ve sportu, podnikání i v životě „jsou ingredience stejné“.



luminum - drab & lisavcova

When asked for his strategy for success, Tommy Sjöö points to the staff running around his restaurants. “It doesn’t matter what you do, you have to create a good team and be a leader,” he says. In sport, business or life, “the ingredients are very much the same,” he adds.

THIS IS ONE THING he's learned in 15 years of running restaurants in Prague-and abroad-through his company, Bacchus Group. The 51-year-old Swede, who had been visiting the country since 1979 as an amateur golfer, came to Prague after 1989 – after selling a flourishing construction business in his native country – and quickly landed the opportunity to run the restaurants at Obecní dům. He knew then that a restaurant group was what he wanted. “That was the original plan from the beginning,” he explains. Out of the 16 restaurants he has created throughout the years, currently Sjöö has five, four of which are in Prague – Barock, Pravda (with a sister establishment in Spain), Hot, and Mercedes Forum Café.

He approaches each restaurant differently. For example, for Pravda he wanted to build an eclectic menu with a taste of the world; the result is one dish from more than a dozen countries around

the globe. “A lot of people say you can’t be good in all this kind of food – but I think we can,” he insists. He also brings an Asian influence to Hot and is currently reworking Barock to focus on simple, but filling, food. When starting a new place, Sjöö says he just asks himself what he wants or where he would personally like to eat.

In marketing, he also relies on this approach. “I have some strategy, but I go mostly on feeling,” Sjöö says. Over the years, the group has sporadically organized events and trips, thrown parties, held tastings and taught food courses. “The best marketing is always to have a good product and give the guest more than they expect,” he notes. “It sounds simple but isn’t always easy to do.” That’s where his 200-strong team comes in again. “It’s not me,” he says, “but the people around me who are making the restaurants successful.”

This doesn’t mean Sjöö has a hands-off management style. He says he is hanging around his restaurants whenever he is in Prague – which is the large majority of time. In the end, though, restaurants for the Swede aren’t just a business. “For me it’s not work,” he says sincerely. “I do it because I love it, because it’s a pleasure.”

Jason Hovet

má sestru ještě ve Španělsku), Hot a Mercedes Forum Café.

Ke každé z restaurací přistupuje odlišně. V Pravdě chtěl například sestavit eklektické menu s chutěmi celého světa: výsledkem je jedno jídlo z více než tuctu zemí po zeměkouli. „Spousta lidí říká, že nemůžete být dobrý ve všech těch typech jídel – ale já si myslím, že můžete,“ namítá. Do Hot přinesl asijské vlivy, Barock nyní přetváří tak, aby se soustředil na jednodušší (ale stále uspokojující) pokrmy. Když Sjöö otvírá novou restauraci, zeptá se sám sebe, co chce a kde by sám rád jedl.

Také v marketingu uplatňuje různorodý postup podle daného místa. „Mám určitou strategii, ale řídím se citem,“ říká. Za ta léta jeho skupina občas zorganizovala nějakou událost nebo výlet, pořádala

večírek, připravila ochutnávky nebo kurzy vaření. „Nejlepší reklamou je mít dobrý výrobek a dát hostům víc, než čekají,“ říká Sjöö. „Zní to jednoduše, ale není vždycky jednoduché toho dosáhnout.“ A tady přichází ke slovu jeho dvousetčlenný tým zaměstnanců. „Nejsem to já,“ říká, „ale lidé kolem mě kdo zajišťuje úspěch našich restaurací.“

To ovšem neznamená, že by stál stranou. Podle svých slov se ve všech restauracích objevuje pokaždé, když je v Praze – což je dost často. Koneckonců restaurace nejsou pro Tommyho Sjöö jenom byznys. „Pro mě to není práce,“ říká upřímně, „dělám to, protože to miluju a protože je to pro mě potěšení.“

Jason Hovet

TO JE JEDNA Z VĚCÍ, které se naučil za 15 let vedení restaurací své společnosti Bacchus Group v Praze – i v zahraničí. Jednapadesátiletý Švéd do Česka jezdí od roku 1979 – tehdy jako amatérský golfista – a definitivně do Prahy přišel po roce 1989, když prodal úspěšný stavební podnik v rodné zemi. A pak hned popadl příležitost za pačesy a začal vést restaurace v Obecním domě. Tehdy věděl, že po skupině restaurací toužil odjakživa. „To byl od samého počátku můj plán,“ vysvětluje. Za léta otevřel šestnáct podniků, dnes jich má pět – čtyři v Praze: Barock, Pravda (která