

„Oxalis není jenom čaj. Jsme jedni z největších zpracovatelů výběrové kávy u nás“



Káva je úžasný produkt, který má mnoho dimenzí, říká **Petr Zelík, čajový a kávový vizionář, který už třicet let vede firmu Oxalis.** Tu v porevolučním podnikatelském kvasu doslova vydupal ze země. Ukázal Čechům něco, co dosud vůbec neznali. Nejdříve sypané čaje, později i výběrovou kávu. S tou má nyní velké plány. Díky nové supermoderní pražičce zdvojnásobil její výrobu a v Praze chystá osvětové semináře pro veřejnost i baristy.

Firmu Oxalis jste založil před 30 lety. Kde berete motivaci posouvat ji dál?

Ano, Oxalis byl založen 29. července 1993, takže přesně před třiceti lety. Právě slavíme. Tou inspirací je vašeš pro čaj a kávu. Obě tyto komodity jsou součástí života a každý den se jimi zabýváme, je to moje celoživotní náplň. Každý den se de facto zúčastňuji různých degustací a spojení s kávou a čajem je natolik inspirující, že je mi výzvou nadále. Jsou to tak ušlechtilé, zajímavé a po celé planetě rozprostřené nápoje, že se z toho necítím nijak unaven.

Kvůli čaji a kávě musíte dost cestovat.

Samozřejmě, člověk je spojen nejen s produktem jako takovým, ale i s pěstiteli. A měl jsem možnost se podívat na řadu čajových a kávových terroirů. Když se ba-

víme o kávě, tak nejdříve v Panamě, potom v Kostarice, Etiopii. Takže člověk vidí, jak se ta káva pěstuje a zpracovává.

Čajem se zabýváte od roku 1993. A kávou?

Ta přibyla až o šest let později, v roce 1999. Ale teď je organickou součástí firmy a někteří lidé nás spojují často hlavně s čajem, ale my ty dva produkty stavíme na roveň a jsme opravdu čaj a káva.

Platí, jak jsem se dočetl, že vaše vášeň pro čaj se zrodila na Srí Lance, kde jste se rozhodl jej dovážet?

Já jsem se v roce 1992 dostal na čajové zahrady na Srí Lance a byl to pocit, jako kdybych byl prvně u moře. Ty čajové zahrady, to je plantáž, to není zahrádka. Linou se až za horizont. Setkal jsem se s lidmi, kteří tam pracovali a za pár dolarů s úsměvem na tváři v té buddhistické Srí Lance sklízeli čaj. To byl takový kontrast s tím, co se dělo v té době v Československu, kdy se zde tvořil první kapitál a rodily se první firmy. Najednou jsem se ocitl v místě, kde peníze byly až na druhém místě a lidé tam žili hlavně pro ten čaj. A působili šťastně jen proto, že byli spojeni s tím nádherným produktem, s čajem, a pili jej celý den. To je něco, co mě fascino-

lo a inspirovalo, až jsem rok poté založil Oxalis.

Od začátku sídlíte ve Slušovicích?

Pocházím z Lipníku nad Bečvou. Studoval jsem v Hranicích na Moravě a pak Vysokou školu ekonomickou v Praze. Končil jsem v roce 1988, a protože měl slušovický agrokombinát výjimku a mohl provozovat zahraniční obchod, tak jsem tady začínal. Na začátku deva-

A co vám nosí štěstí? Máte oblíbený talisman?

To je dobrá otázka. Mám u postele kaštan, který mi dala máma v roce 2010, než zemřela. A to je pro mě vzpomínka na mámu a zároveň talisman.

Udělal byste v začátcích firmy něco jinak?

Bylo velmi těžké na začátku přesvědčit lidi, aby kupovali sypaný čaj. Lidé

„ Oxalis byl založen 29. července 1993, takže přesně před třiceti lety. Právě slavíme. Mou inspirací je vašeš pro čaj a kávu.

desátých let se už začal rozpadat, tak jsme založili vlastní firmu, která dovážela potraviny. V té jsem působil dva a půl roku a už jsem tady zůstal. Oxalis vznikl ve Zlíně, ve Slušovicích jsme až od roku 2002, kdy byla příležitost pořídit tuto budovu, ve které nyní sedíme. Bývalá slušovická jídelna.

Co znamená Oxalis?

Latinsky čtyřlístek. Když jsme s manželkou, než firma vznikla, přemýšleli nad názvem, měli jsme asi sedm variant. Ale řekli jsme si, že chceme přát firmě štěstí.

v osmdesátých letech kupovali porcované čaje v sáčcích a o sypaných nic nevěděli. Hlavně nevěděli o tom obrovském rozpětí terroirů, druhů čajů, neznali zelený čaj, jihoafrický rooibos, neznali rozdíl mezi indickým assamem a darjeelingem a nilgiri a tak dále. A najednou bylo velmi složité tuto kulturu přinést do České republiky. V roce 1994 jsme v centru Zlína otevřeli čajový dům, kde byla prodejna i čajovna a byly to velmi obtížné začátky, protože neprosperovala. Čaje jsme nabízel v plechových dózách a lidé nevěděli, proč by si je měli kupovat.

Zabral tedy pověstný čtyřlístek?

Tři roky trvalo, než přišly tři důležité okamžiky, které mě nasměrovaly k prosperitě. První byl ten, že jsem chtěl sypatý čaj lidem více ukázat, nabídl jsem ho tedy ve skleněných dózách, kde lidé viděli strukturu čaje a hlavně po zvednutí víka i věděli, zda jim voní, nebo ne. Druhé rozhodnutí bylo po relativně neúspěšných aktivitách ve Zlíně otevřít první prodejny v Praze. V roce 1996 a 1997 se v Praze otevřela první nákupní centra, Vinohradský pavilon a Centrum Černý Most, a v obojích jsme otevřeli specializované prodejny. Nejenže je v Praze větší kupní síla, ale i společnost tam žije více, je multikulturní a kosmopolitnější. Vidělo je mnoho lidí z krajů a ti je chtěli otevřít i v regionech. Tak se zrodil velkoobchod. Takže se vrátím k té otázce, co bych udělal jinak – lidem bych čaj vysvětlil více polopaticky a rovnou bych s ním šel do velkého města. Přeskočil bych překupny realizované v západní Evropě a rovnou importoval z pěstitelských zemí. Ale po bitvě je každý generál.

Kolik tun čaje a kávy nyní prodáváte?

Co se týče čajů, tak je to k 400 tunám včetně ovocných a bylinných, které ale s čajovníkem nemají nic společného. U kávy jsme na čísle přes 120 tun.

A káva ještě poroste podle faktu, že jste nakoupili zcela novou pražičku.

V roce 2010 jsem se dostal poprvé do Panamy a Kostariky. Seznámil jsem se se světem výběrové kávy, s kávou, která má jasný původ a která má také patřičné hodnocení 80 a více bodů. V tom roce byl v ČR boom výběrové kávy a my jsme byli jedna z asi pěti pražirek, které se jí začaly zabývat. Od začátku spolupracujeme s firmou Loring Smart v Kalifornii, a to nejdříve s malou pražičkou Merlin, potom pár let na to jsme koupili větší pražičku, co už uměla během patnácti minut upražit 30 kilogramů zelené kávy. Ale protože 30 procent kávy jde na export a i ten roste, rozhodli jsme se koupit třetí – model Loring Peregrine S70, ta už zvládne 70 kilo. Kdybychom jeli na třisměnný provoz, uměla by vypražit až 600 tun kávy ročně, ale takovou ambici nyní nemáme. Zdvojnásobení současné kapacity ale cílem je.

Četl jsem, že je to ekologická pražička. Čím?

Ekologická, protože spaliny zároveň redukuje tím, že se nevypouští do volného prostoru, ale hořák je dokáže zlikvidovat v rámci pražičičího procesu. Je to zatím jediný stroj tohoto typu v České republice. Dva roky jsme na něj čekali.

Jaké je vaše postavení na trhu?

Devadesát, možná i více procent trhu tvoří takzvaná komoditní káva, která je v supermarketech. A tento trh okupují tři giganty: Tchibo, Douwe Egberts a Nestlé. Ti také koupili české výrobce jako Jihlavanka, Dadák a tak podobně. A pak tady zůstává nějakých deset procent. Pět procent tvoří pražirny menší, ale ne třeba

ba s výběrovou kávou. A teprve v tom rozmezí tři až pět procent se pohybuje my s výběrovou kávou. My k tomu navíc prodáváme aromatizovanou kávu a v tom jsme špičkoví. Používáme špičková aromata od firmy, která se koncentruje jen na výrobu těch aromat. A používáme ušlechtilý základ Arabica.

Farmáře, od kterých berete kávu, osobně znáte?

Ano, sedmdesát procent dodávané kávy je direct trade od farmářů, které známe osobně. Jsou z Kostariky, Panamy, Guatemaly, San Salvadoru, Brazílie, Kolumbie, Indie, Ugandy. Zbytek kávy, těch třicet procent, bereme od významných evropských velkoobchodů. Na všech farmách jsem nebyl, ale na řadě z nich ano.

Jaká je vaše obalová kultura, chováte se ekologicky?

Myslím, že jsme poměrně daleko. Na prodejnách už máme všechny sáčky recyklovatelné a kompostovatelné i v domácím kompostéru. Lidem nabízíme prodej do jejich vlastních nádob. A právě instalujeme solární panely na střechu. Do toho nás sice nutí energetická situace, na druhou stranu, je to kvůli přírodě opravdu potřeba.

Čajů prodáváte nepřeborně, ale té kávy? Kolik nabízíte druhů?

Když se budeme bavit o nové sezoně, tak je to sedmáct druhů výběrové kávy Arabica a pak devatenáct druhů aromatizované kávy. Nabádáme zákazníky k tomu, aby si tu kávu namleli až před tím, než ji použijí. Službu mletí nabízíme, ale daleko více si nyní hrajeme s čerstvostí.

V Praze ve Vodičkově ulici máte velké čajové a kávové centrum. Co se tam děje?

Včera jsem tam zrovna byl. Je to v domě U Nováků naproti galerii Myšák. Máme tam tři poschodí, v nich je prodejna zahrnující veškerý náš sortiment, pak kavárna s čajovnou, kde naše produkty můžete ochutnat. V suterénu je umístěna workshopová a zážitková část. Jde o nový prostor pro zhruba pětadvacet lidí, kde pořádáme semináře o čaji a kávě. A právě kávové semináře se rozjedou na podzim, protože v době



covidu jsme tam bohužel nic provozovat nemohli. Jeden z workshopů bude třeba ten, že upražíme jeden druh kávy v různých stupních pražení. Můžete ochutnat, jak chutná na světlý, skandinávský způsob, pak více pražená, až přepražená. Tu my ale neděláme, protože to je signál, že se při pražení někdo snažil zakrýt defekty zrna.

Mění se chuť Čechů, co se kávy týče?

Generace našich rodičů preferovala hořkou kávu, ve které dominovala robusta, a zrodil se tak mýtus, že káva má být hořká. Ten mýtus se začal rozbíjet s rozvojem výběrové kávy a propagací toho,

že káva je vlastně ovoce a to přece nemá chutnat hořce. Má různé tóny například po borůvkách, ostružinách, ale i exotickém ovoci. Takže lidé začali objevovat i ty pestré chutě, které káva skýtá. To je transformace, která proběhla v posledních patnácti letech.

Mladší je ovšem rozvoj alternativních způsobů přípravy kávy.

Ano, to je hudba posledních let. Česká republika je do značné míry ovlivněna italskou espresso kulturou. V devadesátých letech a v prvních deseti letech tohoto století převažoval názor, že káva, když má být dobrá, tak by měla mít formu espresa. Až kolem roku 2010 se rozjel trh výběrové kávy a s ním dalších forem přípravy, které jsou i levnější – chemex, V60, aeropress, frenchpress a tak dále. Je to svět, který má své místo hlavně ve Skandinávii, Japonsku, Koreji, Spojených státech a Kanadě, kde kultura výběrové kávy je na vysoké úrovni. No a Česko ten svět začalo objevovat také. Jinak mezi největší pijáky kávy patří Skandinávci a největším spotřebitelem kávy na obyvatele na světě je Finsko. My spadáme spíše do průměru.

Kolik jste měl dneska už káv?

Celkem jsem ochutnával pět druhů kávy. Dnes ráno jsme degustovali několik sort z Myanmaru, Peru a Brazílie. Cupping, jak se ochutnávce kávy říká, je však více o usrkávání než o skutečném pití. PETR HOLEČEK, METRO



Cesta zrnka z jutového

Ve Slušovicích jsme ve výrobním závodu Oxalis sledovali cestu kávy. Od prvních zkušebních testů až po pražení a následné ozvláštnění různými aromaty. Co všechno musí kávové zrno podstoupit?



(1) Přijely vzorky kávy z barmské farmy Sawbwa. Byly zpracovány suchou metodou, kdy se suší celé kávové třešně včetně dužiny a slupky. Vedle této metody existuje ještě metoda mokrá neboli promytá a třetím nejrozšířenějším druhem je metoda honey.



(3) Je připraven takzvaný kávový profil. Zde je káva vyskládána po minutě pražení. Jedním z nejdůležitějších faktorů ovlivňujících kvalitu a chuť kávy je nadmořská výška – tato vyrostla ve výšce 1245 metrů nad mořem.



(5) Po čtyřminutové době extrakce se vytvoří křusta na povrchu, tzv. kávový plátek, který se lžičkou odebere. Degustační lžičky a systematicky hodnotí každý vzorek kávy. Kávy jsou často hodnoceny anonymně.



(2) Zkušební pražička vypraží vzorky. Malý buben je zahříván hořákem a káva se v časových intervalech odebírá v různých fázích propražení. Z výsledného pražení se pozná, zda má potenciál být vhodná na další pražení a jaké budou její chuťové vlastnosti.



(4) Kvalita kávy je hodnocena na takzvaném cuppingu neboli cup tastingu, kde se posuzuje pět základních atributů: aroma, chuť, acidita, tělo a dochuť. A chuť a v ní skryté chuťové tóny jsou na kávě nejvíce fascinující. Připraví se tři šálky a káva se zalije horkou vodou o teplotě 93 °C.



(6) Pokud káva vyhovuje požadavkům, Oxalis ji objedná u farmáře. Poté putuje po lodi nejčastěji do přístavu v Hamburku a následně kamionem nebo vlakem do Slušovic. Zde je uskladněna v jednom ze skladů zelené kávy.

pytle až k zákazníkovi



(7) Zde je ukázka kvalitního zrna kávy, která byla zpracována mokrou metodou. Ta umí vyzdvihnout kvalitu zrna nejlépe ze všech metod. Chuť kávy je čistší než u suché metody a lépe vystihuje původ a odrůdu. Má také nižší riziko zahnívání a vzniku plísní.



(8) Tohle je nová hvězda firmy Oxalis, pražička Loring S70 Peregrine. Je jediná svého druhu v Česku, umí napražit až 70 kilogramů zelených zrn kávy za 15 minut, což je dvojnásobek předchozí pražičky. Má nízkou spotřebu plynu a umí vypražit až 600 kilogramů ročně.



(9) Zde se nastavují parametry samotného pražení, které obsluha pražičky neustále kontroluje. Dá se precizně nastavit hořák a vypouštění zelených zrn, a tak se pražič může lépe soustředit na svou práci. Pražička umí uspořit až 80 % paliva oproti jiným typům pražiček.



(10) A je hotovo. Nyní celou dávku pražič vysype do násypky, kterou posléze obří vysavač nazývaný destoner nasaje vzhůru, přičemž dole v sítku zůstávají nečistoty těžší než vypražená káva (například různé kamínky).



(11) Pokud je káva připravena k dalšímu zpracování, což může být třeba aromatizace, ve které je Oxalis jedničkou, nasype se dávka až dvou stovek kilo do obřího míchače a zde je směs promíchána s aromaty. Ta dodává firmě Oxalis externí firma.



(12) A zde už je káva připravena na samotný závěr výrobního procesu. Pytel s kávou je nasypan do zásobníků na vrcholu baličky a pečlivě odměřené dávky pak putují do sáčků. Obsluha je ještě jednou převážá a připraví do krabice. Je hotovo a káva míří do obchodů nebo e-shopu.