

ROZHOVOR

ŽUFÁNEK:
**Architekt
 alkoholu**

TEXT: RADEK KOVANDA
 FOTO: JAKUB FREY

Boršice u Blatnice. Vesnice o 823 obyvatelích, kterou díky bratrům Žufánkům dnes znají alkoholoví gurmeti nejen v Česku, ale třeba i v Singapuru nebo Austrálii. Na jejím okraji se rozprostírá velký sad a naproti stojí palírna, kde vznikají ušlechtilé ovocné pálenky a bylinné destiláty jako gin nebo absint, který se dostal do první desítky nejlepších absintů na světě. Začátky však byly dlouhé a těžké a několikrát to málem nedopadlo dobře...

Dneska zná Žufánka snad každý aspoň z doslechu, museli se k tomu ale propracovávat dost dlouho a složitě. Jak na to vzpomíná Martin, nejstarší z bratrů, který ve firmě zastává funkci hlavního palírníka?

„V roce 1993 měl náš otec geniální myšlenku – neobnovovat náš stárnoucí vinohrad a vysadit na něm ovocné stromy. Že se to bude někdy hodit. Tehdy jsme provozovali kovoobráběcí dílnu na mosazné fittingy, ale měli jsme jen jednoho odběratele a jeden typ výrobku. A jak se rozši-



řoval trh, odběratel na nás začal tlačit, že si to může jinde nechat vyrobit levněji. Čili naše pozice značně znejistěla. Navíc to byla taková špinavá práce, která otce nebavila, štítíl se špon a chladičí emulze, on je totiž ovocnář a včelař. Tak jsme se s tím nakonec rozhodli praštit a 11. 9. 2000 jsme založili lihovar.

V roce 2000 jsme ještě měli jen málo strojů a z jejich úrody bylo tehdy asi 700 litrů slivovice. A z toho měl být člověk živ? Zisk po odečtení daní činil sedm tisíc korun. Na deset lidí! Přitom naše slivovice nebyla nejlevnější. Lidé z velkoobchodu nás zrazovali, prý ať se vykašleme na drahou slivovici a děláme levný tuzemák nebo podobné věci. Že to budou odebírat po paletách, dostaneme-li se s cenou pod stovku za lahev. To byl jeden z rozhodujících momentů, ale my jsme tomu nechtěli podlehnout. Mohli jsme to tak začít dělat, vyrábět levný alkohol. Jenže kdybychom pak vyrukovali s nějakou kvalitní (drahou) slivovicí, nikdo by nám už nevěřil.

Tak jsme hodně let zažívali krušné časy. Mnohokrát jsme si říkali, jestli nepronajmeme jeden z našich domů jako sklad nebo jestli to celé úplně nezavřeme. Ale pak Hanka Michopulu začala v Praze s farmářskými trhy a nám začalo svítat na lepší časy. Lidé se seznamovali s pojmem domácí výrobek nejen v oblasti potravin, ale i v té naší. A nakonec přišla zásadní událost – metanolová aféra. Je blbě to takhle říkat, když zemřelo padesát lidí, ale nám to pomohlo. A každému poctivému výrobcí. Až v ten okamžik si lidé uvědomili, že alkohol není žádná prdel, že to není jako minerálka a že mohou klidně do druhého dne zemřít. Že důležitější než cena je to, odkud pochází, kdo ho vyrobil, z jakých surovin, jaké s tím má zkušenosti... Pro nás byl výsledek takový, že když skončila prohibice, vyprodali jsme do konce roku všechno, co jsme měli na skladě. Od té doby se to jen zlepšovalo, dnes jsme na 100 % výrobní kapacity – a větší už nebudeme. Takže se můžeme soustředit na kvalitu a vymyšlení nových věcí.

Teď máme stabilní portfolio, které firmu živí – hlavně ovocné destiláty jako slivovice a hruškovice. A díky nim můžu dělat různé úchylárny, třeba vyrobit jeden 225litrový barel absintu a vyjít s ním celý rok – prostě dělat limitované edice, které se vyprodají za pár hodin. Je to

ideální situace, když si takhle můžeme „hrát“. Trvalo nám třináct let se do ní dostat.“

Kvalita ale není všechno, je také třeba umět ji prodat.

Od úplného začátku jsme odřízli supermarket. Aby naše lahve nebyly někde zaprášené v regále a prodávané pod cenou v akci. Naopak jsme je tlačili do barů, protože tam lidé alkoholu rozumí a umí ho prodat. Díky tomu nás objevili zákazníci, kteří věděli, že nedostávají v koktejlech žádné tuzemáky a pražské vodky. Pravda, slivovice měla pověst takového obyčejného pití, jako že Pražák přijede na Moravu a odveze si ji po litrech v plastových lahvích. Já se snažím ukázat, že slivovice je ušlechtilý ovocný destilát, dá strašně práce ho vyrobit, ovoce roste celý rok, musí se sbírat, pak to dlouho kvasí... Není to pálenka destilovaná z prošlých kompotů. Zabere to spoustu času a práce a je tam hodně momentů, kdy to můžete celé zkazit. Ale nám se to s obrovským štěstím podařilo, mít v baru svoji slivovici. A za to všechno samozřejmě může Praha, tedy pražští chlastometři, že objevili novou značku z Moravy, která to umí dělat dobře. My to máme v krvi – nejenže se na Moravě pálí už po generace, ale my jsme to společně s bratry a manželkou i vystudovali, abychom to posunuli na komerční bázi. Žádné řezání lihem, jenom čistě z vlastního ovoce. Domácí kvalita, kterou si člověk může koupit. Postupně si lidé zvykali – že je to výtečná pálenka, i když ve srovnání s jinými taky dost drahá. Ale cca od roku 2012 už je na prodejích vidět, že kvalita nad cenou vítězí.

Teď už jste ale vidět i v regálech prodejen.

Jsme už i v obchodech, protože zákazníci, co

ŠTĚVEME VELKOVÝROBCE. VÍME, ŽE JSME U NICH DENNĚ NA PŘETŘESU. NE PROTO, ŽE VYROBÍME ZA ROK 50 TISÍC LITRŮ, ALE ŽE DÁVÁME LIDEM MOŽNOST SROVNÁNÍ.

nás znali z barů, si naše věci chtěli koupit i pro sebe domů. Začali jsme nejdřív dodávat do farmářských obchodů jako Sklizeno, Grunt



a Myfood Market, nebo do freeshopu na letišti – tam všude máme jistotu, že to nebude dlouho stát v regále. Také vyvážíme, naše největší trhy jsou Německo, Itálie a Belgie, a koncem tohoto roku posíláme do Singapuru a Austrálie. Což je pecka – jsme kluci z vesnice o 800 obyvatelích, pořád se považují za pidilihovar, a borci v Austrálii prohledávali internet, protože chtěli nějaký kvalitní český produkt – absint. Narazili na nás jako na výrobce nejkvalitnějšího absintu, nasedli na letadlo, vzali jsme je na ochutnávku a týden nato přišla objednávka, žádné smlouvání. To samé v případě Singapuru, tam to bylo zase s ginem.

Kde bereš inspiraci?

Hodně na cestách. Létám pravidelně do New Yorku nebo do

Londýna se svými úchylnými kamarády a chodíme po streetfoodech, nejradši po těch bizarních, třeba garážových. Baví mě zkoumat nové chutě a jejich kombinace, protože je velká pravděpodobnost, že když nějaká bylinka chutná dobře v jídle, bude tak fungovat i v alkoholu. Tak jsem třeba objevil mexickou damiánu a použil jsem ji v ginu OMFG. U nás tu bylinu prakticky nikdo nezná. Stejně tak asi nikdo neví, jak chutná destilované ginkgo nebo kadidlo.

Co považuješ za svůj největší úspěch?

Když jsme začínali, tak se nám obchodní zástupci komerčních značek smáli, že chceme prodávat takové škaredé flašky neznámého paliče z Moravy, co sotva vylezl ze školy. Taková držka, my jsme přeci zavedená značka... No a ti samí zástupci teď



PLÁNY DO BUDOUCNA? MIKROŠARŽE ÚCHYLÁREN. ŽÁDNÁ EXPANZE. CHCEME TO MÍT STÁLE JAKO ČISTĚ RODINNÝ BYZNYS.

chodí po barech a obchodech a nabízejí svoje věci s tím, že jsou stejně kvalitní jako Žufánek. Stali jsme se etalonem kvality, a to mě hodně těší.

Druhý úspěch, díky kterému se snad zapíšeme do historie – v Česku nikdy nebyl zakázán absint, a proto se tu taky vyráběl. Jenomže jaký: namíchaný z lihu, anýzového aroma a E132, svítí to v regálu jak semafor. Znalci ze zahraničí dávali těmhle „absintům“ přezdívky jako „Czechsint“ nebo „Crapsint“. Ostuda, potupa, všichni z toho měli legraci. Dnes jsou hned dva ze čtyř absintů, co vyrábíme, v žebříčku Top 10 světových absintů.

Úspěch jednoho vyvolává závist druhých...

Jako že třeba u nás ve vsi v hospodě naše věci nemají? To mě nijak nepřekvapuje ani netrápí. Spíše se zadostiučiněním sleduji, jak trápíme velkovýrobce. Víme od lidí, kteří u nich pracovali, že jsme u nich často na přetřesu. Je ale netrápí to, že vyrobíme za rok 50 tisíc litrů, to je jako nic, ale že dáváme

lidem možnost srovnání.

Co považuješ naopak za neúspěch?

Že nás lidé neobjevili dříve. Že jsme se dlouho potáceli na pokraji přežití a přemýšleli jsme o tom, že to celé zavřeme. Že musela proběhnout metanolová aféra, aby se lidi naučili mít k alkoholu jiný vztah a ocenit kvalitu.

Jaké máš plány do budoucna?

Mikrošarže úchyláren. Třeba jen jeden stolitrový soudek z nějakého vzácného ovoce nebo bylinky. Žádná expanze. Chceme to mít stále jako čistě rodinný byznys. Teď jsme na 100 % kapacity, slušně nás to uživí, a do toho si můžeme hrát. Prostě ideální situace.

Jak se vidíš, až odejdeš do důchodu?

S dlouhým bílým vousem budu v kotlíku nad ohněm vařit barmanské bittersy. Pevně v to věřím. **M**



Žufánek

Rodinná firma s pěti účastníky, všechno Žufánkoví: otec Josef a maminka Marcela, bratři Martin, Josef a Jan. Martin je, jak sám říká, alkoarchitekt. Vymyslel všechny nápoje, kromě tradičních ovocných pálenek. Jeho bratři Jan a Josef se starají o destilaci čistě ovocných pálenek, provoz, prodej a distribuci.

Uvnitř palírny to vypadá zčásti jako v galerii moderního industriálu, zčásti jako ve steampunkové laboratoři. Dominantou jsou měděné kolony od firmy Arnold Holstein, která je už přes padesát let v lihovarnickém oboru legendou, co si své zákazníky může vybírat. Na vrcholech kolony jsou impozantní bāně – tzv. aroma klobouky, které dokáží zachovat v destilátu cenné organoleptické látky – tedy ty, které pak vnímáme ve vůni a chuti.

Žufánčí vyrábějí jen to, co jim samotným chutná a co by si sami koupili. Švestky, meruňky a hrušky získávají ze svých nebo „spřátelených“ sadů z okolí, bylinky na gin a absint pak pečlivě vybírají jak z místních, tak i zahraničních zdrojů. Ovoce je bio, i s patřičným certifikátem, jen to nemají potřebu někde okatě propagovat.

Když budete mít cestu kolem, ať už náhodou nebo schválně, můžete si nakoupit přímo u Žufánků ve firemní prodejně – stačí v rozumnou hodinu zazvonit u vrat.

