

SVĚT BARMANŮ

OFICIÁLNÍ ČASOPIS ČESKÉ BARMANSKÉ ASOCIACE



BEVERAGES:

Likéry a sirupy mají budoucnost

Království jalovcových bobulí

TÉMA:

Báze jako stavební kámen baru?

Miroslav Řehoř:

Konkurence nás motivuje



Zeptejte se barmana na šest základních bází, které používá při tvorbě svých drinků. Měl by vám je odříkat jako když bičem mrská a to i uprostřed noci. Každá z nich je jiná, něčím specifická, každá má své kouzlo a krásnou historii, pojí se se spoustou příběhů a chutí. Nejhezčí na nich je ale to, co všechno se s jejich pomocí dá vykouzlit.

A jestliže k rumu přiřadíme cukrovou třtinu, k tequile Mexiko a srdce agáve, k vodce čistotu a jiskrný nádech, k ginu neodmyslitelně patří jalovec. Není divu, že v podvědomí lidí je vnímán jako „jehličí“, protože ve skutečnosti bobulky jalovce jsou skutečně obaleny drobnými jehličkami, které se zasloužily o jeho přezdívku.

Království jalovcových bobulí

Mnoho lidí si myslí, že gin pochází z Britského ostrovního království. Ač je dnes Anglie jedním z největších producentů ginu, jeho původ se váže ke kořenům Holandska, kde byl podáván jako lék a prevence proti bolestem žaludku, kurdějím a černému moru. Nejčastěji byl k dostání v lékárnách a tehdy se mu říkalo Genever. Byl to takový pratáta ginů, kterými se dnes chlubíme v našich barových displejích.

TROCHA HISTORIE

Původní **Genever** (gin holandského typu) byl nasládlé chuti se silnou chutí jalovce, hustší konzistence a při jeho ochucování se používal pouze jalovec a citrusy. Na jeho bázi vznikla řada drinků, které jsou až už v původním znění nebo různě poupravené oblíbené dodnes. Je považován za jednu z kategorií ginů právě pro svou specifickou chuť a výrobu.

Díky anglickým vojákům, bojujícím za třicetileté války (1618 - 1648) na straně Nizozemí, kdy dostávali tento alkohol na kuráž zejména před bitvou, se tato "jalovcová pálenka" dostala až do Anglie, kde se těšila velké oblibě a to zejména poté, co král Vilém Oranžský zakázal dovoz brandy do země. Lidé byli nuceni vyrábět alkohol z vlastních zdrojů a tím alkoholem byl právě gin. Až tady, v Anglii, byl původní název Genever zkrácen do tří písmen GIN. Tehdejší zákon podporoval výrobu ginu a proto se jeho výroba rychle rozšířila.

HLAVNÍ ROLI PŘI ZRODU GINU HRAJÍ TŘI ASPEKTY

Jsou jimi: **kvalitní vstupní surovina**, z níž se vyrobí čistý vysoce procentní destilát, **bylinky**, které nám tento destilát ochutí a **cesta**, kterou se tak děje. Pokud jsou tyto tři věci kvalitní, na konci procesu bychom měli být odměněni spirem s jedinečnou vůní a charakteristickou chutí, které dominuje jalovec.

V roce 1831 byla vynalezena kontinuální destilace, která způsobovala to, že veškerý cukr ve vstupní surovině, což je v případě ginu většinou obilí (ale není to podmínkou), byl

KOKTEJLY Z GINU

Základem některých z nejslavnějších koktejlů ve světě, včetně klasického suchého martini, je gin. Nejlepšího koktejlů z ginu se dosáhne, jsou-li gin i sklenka ledově chladné.

přepálen a vznikl destilát o vysokém procentu alkoholu a velmi suché chuti. Díky této senzaci vznikly giny typu "London dry", které jsou oproti svému předchůdci velmi suché, lehké a mají širokou škálu použití. Je zde ale jedna velmi podstatná věc a to, že nemusí pocházet z Londýna, ač mají na lahvi nápis „London dry!“, jedná se pouze o kategorii takto označenou. Jediný London dry gin, který se zrodil v Londýně je Beefeater gin, který těší svou chutí své milovníky už téměř 200 let.

Další a to třetí kategorií je **Plymouth gin**, u něj je zajímavé, že má chráněné místo původu právě ve městě Plymouth na jihozápadě Anglie, kde je vyráběn již od roku 1793. Je kořeněný až zemitě chuti a díky přidavku pomerančů má jemně nasládlou dochuť. První Martini dry cocktail byl vytvořen právě na jeho bázi.

RENESSANCE GINU

Pokud po vás bude váš zákazník požadovat sladší gin, s klidným svědomím mu můžete nabídnout **Old Tom gin**, u nás je neznámější Hayman's Old Tom gin, který svému znovuzrození vděčí Christopheru Haymanovi, prapravnukovi Jamese Barrougha, což byl zakladatel značky Beefeater. Svou chutí je na polovině cesty mezi sladkým Geneverem a suchým London dry. Podobá se anglickým ginům 18. století. Mnoho dnešních barmanů využívá jeho nasládlé chuti a rád se vrací k recepturám vzniklým na bázi tohoto ginu.

V dnešním přísunu nových a nových produktů nejrůznějších chutí i giny zažívají svou renesanci. Ať už svého favorita naleznete mezi klasiky, nebo mezi novými zástupci této báze, ať už jej budete popíjet samotný v teple svého domova, či jako součást drinku ve svém oblíbeném baru, každému z vás přeji, ať vám chutná!

Katka Kluchová



Provozovatelům barů by za opilé děti mohlo hrozit dočasné zavření

Provozovatelům restaurací, barů a klubů by v budoucnu mohly hrozit nejen postihy za nalévání alkoholu mladistvým, ale i za to, když u nich v podniku opilé děti budou. Na nějakou dobu by kvůli tomu mohli svůj podnik třeba i nuceně zavřít. Novinářům to řekl národní protidrogový koordinátor Jindřich Vobořil. S postupem nejen proti nelegálním, ale i legálním drogám počítá akční protidrogový plán do roku 2012, který schválila vláda.

Podle Vobořila jsou počty nezletilých pijáků alarmující. Mladí Češi pijí alkohol nejvíc z Evropy. Evropská studie ESPAD ukázala, že se v Česku v posledním roce nejméně jednou opilo 48 procent šestnáctiletých. Evropský průměr dosahuje 39 procent. Výzkumy také podle koordinátora ukázaly, že pokud člověk pije alkohol před svým 15. rokem, je u něj vysoké riziko užívání ilegálních drog.

Podle Vobořila se sekretariát vládní rady pro koordinaci protidrogové politiky snaží s příslušnými ministerstvy hledat „jiné typy sankcí“, než je nynější trest za nalévání alkoholu mladistvým. Jedním ze zvažovaných řešení je to, že by provozovatelům podniků mohl hrozit trest i za to, že v restauraci či baru po určité hodině opilé děti jsou.

„Musí se řešit to, že by po nějaké hodině byl odpovědný provozovatel. Když je násilí na sportovištích, tak také odpovídají provozovatelé sportoviště,“ uvedl Vobořil. Podotkl, že v Londýně nesmějí mladí po 21:00 v barech, kde se nalévá alkohol, být. Koordinátor řekl, že pokud nyní policie nechytí hospodského při činu - tedy jak nalévá alkohol mladistvým, není možné ho potrestat. Provozovatel se může vymluvit na to, že se mu opilá mládež jen pohybuje po lokále. V budoucnu by za to mohlo ale hrozit třeba i pozastavení činnosti. Restauratér by tak za podnapilé děti ve svém podniku nemusel otevřít celý týden, měsíc či dokonce rok, a to podle závažnosti prohřešku.

Podle Vobořila by mělo hrát roli i to, zda se k alkoholu dostali chlapci a dívky pod 15 let nebo starší. Sekretariát vládní rady proto spolupracuje s policejním prezidiem a snaží se najít model možného zpřísnění trestů za podávání alkoholu mladším 15 let. Zvažované sankce nemají podle koordinátora ale představovat represii. „I vymáhání práva má fungovat preventivně. Nejde o to, že chytíme někoho za rukáv, ale že postih může přijít. Má to mít tedy preventivní dopad,“ zdůraznil Vobořil. Podle něj se možnosti zatím zvažují, podobu návrhu zákona nemají.

Ke snížení spotřeby drog a dopadů jejich užívání má přispět Národní strategie protidrogové politiky, která zahrnuje období do roku 2018. Její jednotlivá opatření obsahují tři tříleté akční plány. Jeden z nich již vláda schválila. Materiál mezi drogy zahrnuje i alkohol a tabák a v příštích letech počítá s opatřeními k omezení jejich užívání.

MIROSLAV ŘEHOŘ: KONKURENCE NÁS MOTIVUJE



„Nabízíme
výjimečné koktejly
pro výjimečné
hosty.“

PRVNÍ SKUTEČNÝ KOKTEJLOVÝ BAR V JIŽNÍCH ČECHÁCH OTEVŘEL V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH PŘED DESETI LETY. VE STEJNÉM MĚSTĚ V LOŇSKÉM ROCE OTEVŘEL NOVÝ DANCE BAR PARADOX. ŘEČ JE O MIROSLAVU ŘEHOŘOVI. ČASOPIS SVĚT BARMANŮ HO POŽÁDAL O ROZHOVOR.

S JAKÝM CÍLEM JSTE V ROCE 2000 ZAKLÁDAL KOKTEJLOVÝ BAR V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH? PODAŘILO SE VÁM TENTO CÍL SPLNIT?

Bar jsme otevřeli na začátku léta roku 2000, naším cílem bylo otevřít první skutečný koktejlový bar v jižních Čechách, ve kterém se hosté budou cítit skvěle. Vzhledem k tomu, že mi vyhovuje poklidný život na jihu Čech, bylo dané, že bar otevřeme právě v Českých Budějovicích.

Stylem a nabídkou jsme se chtěli přiblížit nejlepším barům nejenom v Praze, ale inspiraci jsme čerpali také za hranicemi naší republiky. Cílem nebylo pouze prodávat koktejly, ale vytvořit podnik pro všechny příznivce kvalitní nápojové gastronomie a příjemné atmosféry. Myslím, že se nám náš cíl splnil, a to i přes to, že bar nesídlí v centru města. Od začátku jsme naše hosty zaujali vysokou kvalitou služeb a bohatým výběrem prvotřídních koktejlů, což se nám, věřím, daří dodnes.

CO BYLO NA POČÁTKU NEJTĚŽŠÍ A CO NAOPAK „ŠLO“ SNADNO?

Nejtěžším úkolem bylo najít kvalitní personál a vytvořit perfektní profesní tým. Dnes jsem moc rád, že se nám tento úkol povedlo splnit a zdravé jádro teamu je stále stejné. V začátcích byl samozřejmě také problém s pravidelnou dodávkou kvalitních surovin. Vše ostatní nebylo obtížné, ale je potřeba si uvědomit, že v roce 2000 nebyla téměř žádná konkurence.

Situace se od té doby velmi změnila, koktejly již nejsou výsadou kvalitních barů. Jsem příznivcem názoru, že konkurence je zdravá věc, která nás motivuje a posouvá dál, nicméně řekl bych, že aktuálně jejich kvantita je na úkor kvality. Naopak lahodný koktejl z rukou profesionálních barmanů je skutečně pastva pro všechny smysly.

ČEŠTÍ ZÁKAZNÍCI NEBYLI ASI ZPOČÁTKU ZVYKLÍ KONSUMOVAT KOKTEJLY. PODAŘILO SE VÁM JE PŘESVĚDČIT, ŽE KOKTEJL JE TEN SPRÁVNÝ NÁPOJ? JAK?

Od samého začátku jsme měli jasnou vizi a pozornost na prodej koktejlů. Naše motto bylo, že nabízíme výjimečné koktejly pro výjimečné hosty. Vsadili jsme na kvalitu surovin a na tehdejší poměry skutečně nadstandardní servis. Uspokojení a požitek hostům nepřinášela jen samotná konzumace drinků, ale také jejich příprava, což je dodnes pro mnohé vizuální zážitek. Nemusím zdůrazňovat, že aktuálně se koktejly těší celosvětové oblibě.

V ROCE 2008 JSTE ŽLUTOU PONORKU OBLÉKLÍ DO NOVÉHO KABÁTU A ZMĚNILI DESIGN BARU. CO VÁS K TOMU VEDLO?

Po osmi letech úspěšného fungování baru ukončil svou činnost v baru můj bývalý společník a já se rozhodl pro zásadní změnu tváře baru. Interiér získal

nový náboj. Nové barvy zdí doplněné tapetami v kombinaci s novým decentním osvětlením a netradičními dekoračními prvky svezly Ponorku na luxusní vlnu. Změnili jsme kompletní corporate identitu firmy (logo, www stránky, nápojový lístek,...). Od této změny uběhly již dva roky a tak můžu konstatovat, že to byla změna zásadní a našimi hosty velmi vítaná.

BĚHEM LET JSTE ZÍSKALI ŘADU CEN A UZNÁNÍ. KTERÉHO Z NICH SI NEJVÍCE VÁŽÍTE?

Není snadné z té řady ocenění vybrat jedno, kterého si vážíme nejvíce. Každé ocenění je pro nás velmi cenné a každé je specifické. Vážíme si velmi těch, které jsme získali na základě hlasování našich hostů, ale samozřejmě i těch, které jsme obdrželi na základě rozhodnutí odborné poroty. Velmi si vážím ocenění CZECH BAR AWARDS, konkrétně 1. místa v kategorii nejlepší DESIGN BAR 2008 a aktuálního 3. místa v kategorii nejlepší COCKTAIL BAR 2010. Jsem velmi rád, že se nám podařilo vybudovat podnik, který již několik let patří mezi barovou elitu.

V NABÍDCE DNES MÁTE NA 150 DRUHŮ KOKTEJLŮ – NENÍ TO AŽ PŘÍLIŠ MNOHO?

Všichni víme, že koktejlů existuje nesčetně mnoho, fantazii se meze nekladou. Začínali jsme s 230 koktejly, nyní jich máme v nabídce zhruba 150. Značný počet koktejlů se těší velké oblibě a jsou stále aktuální. Do budoucna však budeme jejich počet dále redukovat, rád bych se dostal na polovinu. Jsem si vědom, že mne čeká velmi nelehký úkol. Z každé kategorie vybrat ty nejlepší a nejoblíbenější, zaměřit se chceme na klasiku a originální drinky dle vlastních receptur.

O JAKÝ KOKTEJL JE DNES NEJVĚTŠÍ ZÁJEM? JAK SE LIŠÍ ZÁJEM PODLE ROČNÍHO OBDOBÍ?

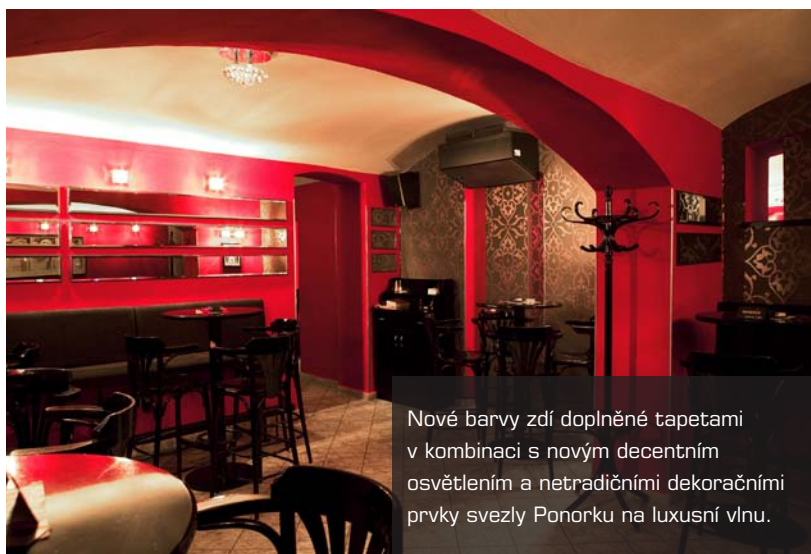
Nejprodávanější koktejly jsou na bázi rumu, vodky a ginu. Ustupují smetanové koktejly, vládně čerstvé ovoce, marmelády, bylinky. Vrací si klasika lehce twistovaná, fenomén jménem Mojito zůstává nadále v popředí. Vnímáme rozdíl v prodeji drinků v letních a zimních měsících. Teplým měsícům vévodí osvěžující ovocné koktejly, podvědomě zákazníci volí drinky z čiré pálenky, šumivého vína, či champagne koktejly. V zimě spíše ty, které zahřejí, jako jsou koktejly na bázi tmavých pálenek, likérů, vinných destilátů, apod.

CO VÁS BRZDÍ V TOM, ABY VAŠE NABÍDKA BYLA JEŠTĚ ATRAKTIVNĚJŠÍ A KVALITNĚJŠÍ?

S dostupností kvalitních surovin již dnes problém nemáme, naopak objevují se stále nové velmi zajímavé, nestandardní a kvalitní suroviny. V našem regionu však bohužel máme problém s jejich vysokými vstupními náklady. Výsledná cena koktejlů z těchto surovin je potom tak vysoká, že velká většina by byla u nás v podstatě neprodejná. Naštěstí si umíme potřebné suroviny vyrobit sami, čímž jsme schopni uspokojit naše hosty výbornou kvalitou koktejlů za přijatelnou cenu. Další věci,



„Jsem velmi rád, že se nám podařilo vybudovat podnik, který již několik let patří mezi barovou elitu.“



Nové barvy zdí doplněné tapetami v kombinaci s novým decentním osvětlením a netradičními dekoračními prvky svezly Ponorku na luxusní vlnu.

JAKÁ JE VAŠE SPECIALITA?

(Dáte našim čtenářům recept?)

CHARDONNAY MARTINI

Ingredience:

5 kuliček modrého hrozna, 5 cl vodky, 5 cl bílého vína Chardonnay, 2cl cukrového sirupu, 1 cl citronové šťávy, led.

Postup:

Do skleněného tumbleru dáme hrozno, lehce podrtíme a přidáme zbylé suroviny, uzavřeme šejkr a důkladně protřepeme. Nalijeme do koktejlové sklenky přes double strainer (sítka) a zdobíme kuličkou hrozna.

kteřá nás brzdí v rozvoji podnikání je současná legislativa a velmi vysoké fixní náklady.

K VAŠEMU BARU PATŘÍ DÝDŽEJOVÉ NEBO ŽIVÉ HUDEBNÍ PÁRTY. O CO JE NEJVĚŠÍ ZÁJEM?

Na základě požadavků našich hostů častěji zveme na víkendové akce osvědčené dýdžeje. Zájem o živou hudbu bohužel není značný, živá hudební vystoupení pravidelně zpestřují již tradiční narozeninové party baru, či jazzové večírky.

DOZVĚDĚLI JSME SE, ŽE JSTE OTEVŘEL NOVÝ PODNIK. MŮŽETE JEJ NAŠIM ČTENÁŘŮM PŘIBLIŽIT?

S myšlenkou otevřít taneční klub v centru města jsem si pohrával velmi dlouho. Hledal jsem vhodné prostory, což se mi dlouho nedařilo. Nakonec jsem se dočkal vysněného prostoru a po velmi rychlém jednání s majitelem objektu jsme na jaře loňského roku začali budovat taneční klub v samotném centru města ve sklepních prostorách, které mají úžasnou atmosféru nejen svou ideální členitostí. Začátkem prosince loňského roku jsme otevřeli taneční klub s názvem PARADOX. Věřím, že bude patřit k těm nejlepším v republice a jsem si jist, že máme hostům co nabídnout. Cocktail bar Žlutá ponorka zůstává na své původní adrese.

JSTE ČLEMEM ČESKÉ BARMANSKÉ ASOCIACE. CO VÁM TO PŘINÁŠÍ?

Členem CBA jsem již od roku 1991. Od doby, co jsem objevil svět míchaných nápojů, stal se mým koníčkem. Aktivně a zodpovědně jsem se dlouhá léta účastnil barmanských soutěží a byl pravidelným návštěvníkem většiny akcí, které CBA připravuje. Díky této



Nejtěžším úkolem bylo najít kvalitní personál a vytvořit perfektní profesní tým. Dnes jsem moc rád, že se nám tento úkol povedlo splnit a zdravé jádro teamu je stále stejné.

organizaci jsem poznal mnoho kolegů odborníků a troufnu si říci i přátel, s nimiž se již léta velmi rád potkávám a konverzuji. Měl jsem šanci několikrát CBA reprezentovat na mezinárodních akcích, čehož si velmi vážím. Těší mě, že současný prezident pan Aleš Svojanovský dělá pro CBA maximum a věřím, že prestiž tohoto sdružení dále poroste. Přeji všem členům i nečlenům mnoho úspěchů nejen za barovým pultem.



Děkuji za rozhovor
Michal Král

KONFERENCE ČESKÉ BARMANSKÉ ASOCIACE 2011



11. – 13. března 2011

Clarion Congress Hotel Prague, Freyova 33, Praha 9

Akce předpokládá účast více jak 500 členů CBA a VIP hostů. Jsou očekávány delegace některých členských zemí „International Bartenders Association“ I.B.A. Konference je výhradně pro pozvané hosty a členy CBA.

11. 3. 2011

Páteční Gala večer bude ve znamení vyhlášení vítězů pohárů o „BARMANA ROKU 2010“ v kategoriích Junior a Profi Classic, Junior a Profi Flair. Dále budou rozdány ocenění vítězům pohárů COCA-COLA, MONIN, FABBRI a proběhne vyhlášení nejlepších barmanů v kategorii Junior a Profi MATTONI. Cena „BOHUMILA PAVLÍČKA“ bude předána jedné z významných osobností CBA. Jako hlavní bod programu slavnostního večera se představí se svou Flair show úřadující mistr světa roku 2010 - Juan Pablo Santiago z Uruguaye.

12. 3. 2011

Sobotní dopoledne bude patřit finále mezinárodní soutěže „Barista Open 2010“, ve kterém se utkají týmy baristů, kteří budou bojovat o titul vítěze. Odpoledne se uskuteční mezinárodní soutěž profesionálních barmanů v kategorii classic „GRAND PRIX CBA 2011 – BOHEMIA

SEKT COCKTAIL COMPETITION“. GP CBA je profesionální soutěž osmnácti nominovaných barmanských osobností české barové scény, kteří se utkají se současnou světovou špičkou - se šesti nejlepšími barmany světa roku 2008, 2009 a 2010 z World Cocktail Competition IBA. V průběhu celého dne se budou prezentovat PARTER'S BAR CBA v zastoupení BUGSY'S BARU, TRETTOR'S BARU, MARTINI'S BARU, ZAPA BARU, ABSOLUTBARU a baru ŽLUTÁ PONORKA. Večerní program bude zahájen týmovým vystoupením REPRESENT FLAIR TEAMU CBA, kteří v kombinaci s Juanem Pablem Santiagem předvedou flair exhibici. Následně budou jednotlivě vyhlášeny vítězné koktejly jednotlivých skupin a kategorií a nakonec „THE WINNER OF GRAND PRIX CBA 2011“, který obdrží 1000,- €.

www.cbanet.cz



Báze jako základní stavební kámen baru?



Foto: Radim Hamrosi

Je asi několik věcí, které by měl dobrý bar mít, bezpochyby do nich však patří zapálený personál a kvalitní nabídka alkoholu. Dvanáct opuštěných lahví, které nečítají ani plejádu základních produktů pro výrobu míšených nápojů se už vážně nenosí. Když k tomu přidáme otráveného číšníka či barmana, tak se dá říct, že zavřít nás vyjde levněji.

Není tedy pravdou, že stačí zaplnit barový displej veškerými produkty a čekat, že se prodají samy. Barový displej a zapálený personál by měli být rodinou a to dobře opečovávanou a přinejmenším by si měli vonět jako milenci v máji. Každý produkt na barovém displeji má svou historii a jeho stručná charakteristika je na jeho etiketě. Náročným to možná nestačí, ale pro znučeného barmana by to mohl být dobrý začátek.

Když k tomu přidáte senzorický vjem a to třeba čich, můžou se z vás brzy stát neodluční přátelé. Už dlouho mám jedno velké přání. Vyslovuji jej vždy potichu a velmi sporadicky většinou mi přijde na jazyk, když vidím barmana či barmanku ze široka vykládat jak já a já jsem to a tamto. Prostě je to jako v písničce od Olympicu „Každou větu začal slovy JÁ“.

Nebudu se rouhat a přiznávám, že mám pro ta slova pochopení. Asi každý si jimi prošel a ne každý má to štěstí, že má nad sebou

nadřízeného, který by se patřičně věnoval rozvoji svého personálu. Zpět k tomu přání, neprezentujte prosím sebe, ale produkt, co vám vychází z rukou!!! Proto tvrdím, že báze jsou základním stavebním kamenem baru. To je to, co bychom měli znát, poznat a na jejích poznání nastavovat i při tvorbě každého z našich signature drinks.

Takové poznání je dlouhodobý proces, při kterém se často vracíte na začátek, ale je to vážně zajímavá cesta.

NEJSTRUČNĚJI SE DÁ BÁZE DEFINOVAT JAKO ZÁKLADNÍ KÁMEN, DUŠE, SRDCE ČI TĚLO KOKTEJLU.

Tak nějak to podobně nazval legendární Rudolf Slavík. Základních bází je šest a zkuste se zeptat personálu zda vám je vyjmenují? Tequila, Vodka, Gin, Whisky, Koňak, Rum. Samozřejmě je možné drink postavit třeba i na likéru nebo absintu, který v posledních letech zažívá velký boom, ale těchto 6 komponentů jsou těmi základy, na kterých bychom měli postavit základ každého baru.

VODKA

je obilný destilát bez chuti a vůně, může se vyrábět i z brambor či jiných obilnin, za nejdůležitější se však pokládá způsob destilace. Země původu: Rusko a Polsko vedou o tento primát spory. Nikdy nezraje!!!

GIN

je obilný destilát s přidávkem několika druhů koření, ve kterém dominuje jalovec. Známe několik druhů ginů a za jeho počátky považujeme Jenever později Genevre a až s příchodem do Anglie zkráceně Gin. Později vznikla kvalitnější značka London dry, známe také lokální gin v podobě Plymouth Gin.

Země původního Jenevera je Holandsko a kolébkou Ginu suchého je bezprostředně Anglie. Holandský typ ginu se ukládá k maceraci do dubových nebo kamenných nádob a pak znovu prochází destilací. Anglický gin většinou podstupuje steeping destilaci. Máme tři druhy výroby destilace ginu: compounding, racking, steeping.

WHISKY/KEY

je to obilný destilát ukládající se ke zrání do dubových sudů. Mezi zeměmi původu jsou odlišnosti jak v destilaci tak v přístupu a neméně zajímavá je výroba sudů či zákony spjaté s výrobou tohoto destilátu. Například v Irsku se páli třikrát koloniální destilací, často nazývanou kontinuální destilace, ale i tam existuje jedna výjimka! Skotská whisky se destiluje zpravidla dvakrát a velký rozdíl je v sušení obilnin. Zato americká whisky neboli Bourbon má jiná pravidla. Musí obsahovat vždy více než 51% kukuřice a vždy se vkládá ke zrání

do nově vypálených sudů z amerického dubu a to po dobu minimálně 2 let, na což je zákon a nikdo to nesmí dělat jinak. Nejstarší písemné prameny pochází ze Skotska, tak ačkoli se Irsko ze Skotskem přou o primát, my dle těchto písemností považujeme za kolébkou tohoto zázraku Skotsko.

BRANDY/KOŇAK

je ovocná pálenka. Za královnu brandy se považuje koňak a za jeho matku mnohdy barmany opomíjený Armagnac. Francouzi si však vytýčili území a povýšili výrobu brandy do šlechtického titulu.

Velmi sofistikovaným procesem vyrobili pálenku eau-de-vie, kterou ukládají ke zrání do dubových sudů z francouzských dubů. Hrozny pocházejí zpravidla z oblasti Champagne a koňakové domy tvoří ideální klimatické podmínky pro zrání tohoto nadpozemského elixíru, ke kterému se propit znamená pocit blaha pro každého zúčastněného.

Nejznámější domy koňaku: Martell, Henessy, Remy Martin. Země původu je bezpochyby Francie.

TEQUILA

je destilát vyrábějící se z Agáve, velmi vzácného druhu plodiny, přirovnávané ke kaktusu. Roste 7-8 let, než se může uplatnit jako základ pro výrobu tequila. Ale k výrobě tohoto destilátu se však používá jen část - a sice jen srdce této rostliny. To se zpracovává v kameninových sklepích do ne příliš vábně vypadající směsi, která se nadále nechává kvasit a vyrábí se většinou dvoustupňovou destilací. Tento destilát má také zákonem vymezené území a nenapodobitelné klimatické podmínky jak pro pěstování rostlin, tak pro jeho zrání. Tento destilát posledních pár let zažívá obrovský boom a právem je přirovnávan ke koňaku.

Země původu: Mexiko.

RUM

je pálenka z cukrové třtiny. Jeho historie je velmi obsáhlá a zemí, kde se dnes vyrábí, je nespočet. Začalo to však díky Kryštofovi Kolumbovi a jeho plavbám za obzor. Rum je jednou z nejoblíbenějších bází barmanů a rozhodně nejmixovanější. Ať je to, jak je to - všechny rummy na světě jsou porovnávány s rummy kubánskými a tamní světoznámou značkou je Havana Club, která před 5 lety uvedla dna trh nejstarší a jedinečný stařený rum Havana Maximo.

Kubánská škola, karibské koktejly, tiki drinky a Havana Club patří k sobě a tvrdí to i Jeff „Beachbum“ Beery (Tiky Papa).

Radim Hamrosi



LIKÉRY A SIRUPY MAJÍ BUDOUCNOST

Likéry patří k oblíbeným lihovinám. Skoro každý si jím občas správi chuť a náladu. Samotný pojem líkér pochází z latinského liquifacere, což znamená rozpustit. To odkazuje na rozpouštění chuťových složek v alkoholu při přípravě líkéro. Likéry většinou nejsou „stařené“ po dlouhou dobu, ale mohou při výrobě nějakou dobu „stát“, aby se jejich složky správně spojily.

Techniku destilace alkoholu přivezl do Evropy ve 13. století z křížové výpravy do svaté země rektor lékařské fakulty Arnaldo de Villanova. Do alkoholu a vodou zředěného alkoholu nakládal řadu bylinek, aby získal jejich účinné látky. Této technice se říká macerace a patří vedle destilace dodnes k nejoblíbenějším způsobům výroby líkéro. Macerace trvá od několika hodin do několika týdnů.

Po maceraci byla alkohol včetně extrahovaných olejů ještě jednou nebo dvakrát destilován. Druhá

destilace je označována jako rektifikace. Aby se výtažek z rostlin dal požívat, doladoval Villanova chuť svého výrobku medem.

Líkér byl tedy původně léčivem. Dlouhou dobu byly likéry doménou lékáren a klášterů s jejich bylinkovými zahradami. Ještě dnes se v lékárnách nabízejí v alkoholu rozpuštěné neslazené výtažky z bylin, např. heřmánkový či šalvějový extrakt nebo směsi z několika různých bylin, která mají v podobě žaludečních hořkých pomoci při trávení. Za předchůdce dnešních likéro jsou však považována aromatická vína římské a řecké antiky. Chuťově podobné jsou i mnohá ovocná vína střední Evropy jako např. víno z černého rybízu. Likéry jsou stupňovitostí alkoholu někde mezi dezertními víny a destiláty. Většinou mají mezi 20 - 40% alkoholu, ale některé mají i přes 50%.

PESTRÁ NABÍDKA NA TRHU

Na téma likéry jsme se zeptali samotných výrobců. Zástupcem těch menších je Bc. Martin Žufánek, obchodní ředitel rodinné firmy ŽUSY s.r.o., z Boršic u Blatnice ve Zlínském kraji.

Přišli jste na trh s Kontušovkou, starým líkéro, který proslavil i Švejk. Co Vás k tomu přimělo?

Zvědavost. Ta byla hlavním důvodem, proč jsme se pro výrobu rozhodli. Kontušovka se dříve pila v každé hospodě a jedna jediná narážka ve Švejkovi z ní udělala legendu. Z moderního trhu ale úplně zmizela a spousta zákazníků tak nemělo vůbec možnost ji kdy ochutnat. Dříve se kontušovka vyráběla pouze z olejů a esencí, my jsme se zcela automaticky rozhodli a kompletně přírodní variantu. Základ tvoří destilát z tříleté medoviny, ve kterém jsme mnoho týdnů macerovali byliny a koření. Výsledek jsme na rok uložili do sklepa a do lahví poprvé stočili v prosinci 2010.

Vaše firma sídlí v kraji, který je zaslíbený především slivovici. Vyrábíte i jiné lihoviny. Proč toto rozšiřování nabídky? O slivovici je přece pořád velký zájem...

Slivovice je náš stěžejní produkt, to bezpochyby. Ale už po roce prodávání samotné slivovice jsme si řekli, že bychom na trh rádi uvedli i další destiláty a likéry, které jsou v našem kraji populární a vyrábí se v každé rodině. Tak přišla na řadu višňovka a ořechovka. No a pak už se to rozjelo. Výrobu některých produktů nám dokonce navrhli sami zákazníci. Byli jednoduše



Foto: Palírna rodinné firmy ŽUSY s.r.o.

zvědaví, jak by chutnaly v našem podání. Takto přišel na svět náš Absinthe St. Antoine - první destilovaný absint na českém trhu. Vedle stávajících českých absintů vyráběných za studena mícháním lihu, aromat a barviv působil jako zjevení. Dnes je to náš nejuspěšnější exportní produkt.

Trh kromě oblíbených stálic stále žádá něco nového a nutí stále rozšiřovat nabídku. Podle čeho se přitom řídíte?

Řídíme se pouze tím, co bychom chtěli sami pít a co bychom si sami koupili. Proto nechceme vyrábět tak populární vodku, tuzemák či zeleň. Vše co vyrábíme je 100% přírodního charakteru, takže to musíme buď sami vypěstovat (švestky, hrušky, ořechy atd.) nebo nakoupit z prvotřídního zdroje (absintové byliny). Trh si kupříkladu stále žádá levný tuzemák s cenou do 100,- za láhev. To ale zase nechceme my.

Patříte k těm menším firmám. Jak se Vás dotklo zvýšení daně z alkoholu?

Zvýšení daně bylo určitě nepříjemné, ale právě kvůli povaze naší malé firmy se nás to zase tak moc nedotklo. Nedodáváme do žádných řetězců, nejsme pod tlakem nákupčích snažících se o nejnižší ceny. Naši zákazníci patří mezi lidi, kteří vědí, co za své peníze dostávají a kteří rozumí tomu, že není možné prodávat pravý ovocný destilát za cenu známou ze supermarketů.

Na naše otázky odpověděl také Juraj Grosoš, ředitel obchodu a marketingu společnosti GRANETTE & STAROREŽNÁ Distilleries a.s.

Patříte k největším výrobcům lihovin u nás. Jaké hlavní trendy je z ohledu spotřeby lihovin u nás možné z Vašeho pohledu výrobce sledovat?

Z našeho pohledu se trendy odrážejí na změnách struktury námi prodávaného portfolia a na vývoji váhy jednotlivých produktů a segmentů, jak cenových, tak typových. Cítíme, že výrazně začíná ztrácet segment hořkých bylinných likérů a také segment emulzních likérů. Na vítězném tažení je naopak tuzemák a některé dovozové značky rumu. Také však řezané destiláty se vkládaným ovocem, které si na trhu vytvořily vlastní kategorii. Zhruba na stejné úrovni se drží vodka a whisky.

Jak se vyrovnáváte s nárůstem daně z alkoholu? Jak to ovlivnilo Váš odbyt?

Tato problematika je značně náročná na posouzení, protože se nás netýká individuálně. Je to problém všech výrobců i obchodu. Navíc nárůst daně přišel v době krize, kdy se spojilo více faktorů, takže je obtížné objektivně posoudit dopad na odbyt. Všeobecně se dá konstatovat, že část prodeje se přesunula do lacinějšího sortimentu a dá se usuzovat, že spotřebitel svůj pomyslný balíček peněz, určených na alkohol nemění, jen se ho snaží využít efektivněji, tzn. nakoupit určité množství, avšak v jiném, nižším kvalitativním standardu.

Když se podívám na to, co vyrábíte, tak tvrdší destiláty asi především oslovují muže. Jak je tomu u likérů? Dělí se tam nějak mužské a ženské publikum? Dá se

nějak to rozdělení charakterizovat? Třeba že mužům chutná hořká ořechovica a ženy preferují sladký višňový likér?

Určitě ano. Je to dané obsahem cukru a chuťovými preferencemi, kdy sladší likéry jsou určitě doménou ženské části spotřebitelského spektra. Pokud bychom ale měli likéry rozdělit mezi ženy a muže, tak z našeho pohledu ženy preferují likéry všechny a muži pak jejich určitou podmnoužinu a to likéry bylinné, hořké, kde je vysoký podíl cukru vyvážený či spíše převážený jinou chuťovou složkou.

Trh kromě oblíbených stálic stále žádá něco nového a nutí stále rozšiřovat nabídku. Podle čeho se přitom řídíte? Jak odhadujete chuť publiku?

Vývoj nových výrobků v naší společnosti probíhá dlouhodobě a každý produkt je vyvíjen v několika etapách. Snažíme se nestřílet naslepo, ale cíleně se trefit do spotřebitelovy chutě, resp. vytvořit chuť novou, která ho osloví. Zabývá se tím naše vývojové oddělení, které sbírá ve spolupráci s marketingem informace z domácího i zahraničního trhu, sleduje trendy a navrhuje receptury. Ty pak procházejí náročným procesem testování jak interně, tak externě. Pouze výrobek s recepturou, která obstojí ve všech těchto fázích, je schválen do tržního oběhu, přičemž ještě následně je podrobně vyhodnocována reakce spotřebitelského publika. Prostě nikdo z nás není tak bohatý, aby si mohl kupovat laciné věci. A to platí jak pro spotřebitele, tak pro výrobce.



hledejte na správné adrese...



sirupy

likéry

purée

saucy

MONIN INSPIRACE

▪ FAN CLUB

20ml MONIN Jahodový sirup
30ml light rum
4 čerstvé jahody
1 kousek citronu

▪ TEQ SMOOTH

30ml MONIN Kokosový sirup
dash MONIN Grenadina sirup
30ml tequila
30ml pomerančový juice

Postup pro výše uvedené drinky:

Všechny přísady vložíme do mixeru, doplníme ledem, rozmixujeme do hladka a nalijeme do sklenice.

▪ CAFÉ & CO

25ml MONIN Kokosový sirup
10ml MONIN Čokoládový sirup
35ml vodka
1 šálek espresso

▪ CUPIDON MIX

20ml MONIN Jahodový sirup
20ml MONIN Violet likér
40ml vodka
70ml ananasový juice

▪ ARUBA

15ml MONIN Karamelový sirup
30ml light rum
80ml banánový juice

▪ SLIGHTLY RED

5 ml MONIN Grenadina sirup
25 ml MONIN Broskvový sirup
40 ml vodka
100 ml pomerančový juice

Postup pro výše uvedené drinky:

Všechny přísady nalijeme do shakeru naplněného kostkami ledu, razantně protřepeme a nalijeme do sklenice.

▪ VYPAL

20ml MONIN Karamelový sirup
40ml mražená vodka
Postup: ingredience nalijeme přímo do malé sklenky.

▪ BUBLIFUK

10 ml MONIN Grenadina sirup
šumivé víno
30 ml pomerančový juice
10 ml citronový juice
Postup: všechny přísady kromě šumivého vína nalijeme do shakeru naplněného kostkami ledu, razantně protřepeme, nalijeme do flétny a zakápneme šumivým vínem.

Zdroj: www.monin.cz



Dotazovali jsme se malých i větších firem v likérové a sirupové branži. Je jen logické, že naše otázky také směřovaly k Pavlu Juričovi ze společnosti Zanzibar, s.r.o. a tím celosvětově uznávané firmy Monin, která patří k lídrům v oblasti sirupů. Naše otázky zněly:

Můžete říci, jaké chuti jsou nyní „in“?

Pokud máte na mysli TOP prodávaných sirupů, stále se jedná o: kokos, limetkovou šťávu, grenadinu, karamel a jahodu. Z pohledu inovativních druhů jsou pak nyní „in“ tyto příchutě: Creme Brulee, Chocolate Cookie, Cucumber - okurkový sirup a Mojito Mint sirup.

Díky za zajímavou informaci. Monin přichází na trh neustále s novými sirupy. Čím se řídíte při vytváření nového produktu? Jak odhadujete chuťové trendy?

Firma Monin přichází ročně zhruba se čtyřmi novými příchutěmi. Jelikož v portfoliu Monin již všechny „klasické“ příchutě existují, nové jsou většinou na základě poptávek

z celosvětového trhu, na základě průzkumu firmy Monin mezi všemi svými distributory z celého světa a poptávek z nadnárodních kavárenských řetězců typu Costa coffee apod.

Odrážila se na Vaší produkci nějak současná ekonomická situace ve světě, kdy lidé mají méně peněz?

Ano, v roce 2009 jsme zaznamenali pokles prodeje, ale v roce 2010 se situace naštěstí stabilizovala. Všichni z oboru si myslíme, že rok 2008 byl vrcholem na který budeme velice dlouho šplhat zpět.

Jaký význam přikládáte v současné době reklamě a dalším marketingovým opatřením?

Pro nás, jelikož obchodujeme se „specializovaným“ sortimentem je nejdůležitější přímý kontakt s lidmi z gastronomie, ať již s barmany, baristy, F&B, majiteli apod.

Nejcílenější reklama pro náš sortiment je přímé oslovení zákazníků gastronomie formou menu, nabídek specialit apod.

fav

SLAVNÁ JMÉNA

Svět likérů je plný slavných jmen. Namátkou: Advokát, Alaš, Anýzovka, Apfelnorn, Becherovka, Cointreau, Cordial, Curacao, čert, Eccau, Griotka, Izarra, Jägermeister, Kmínka, Klášterní tajemství, Kümmel, Maraskino, Pastis, Pepermint (zelená), Světluška, Triple sect (z pomerančové šťávy), Vinariko (bylinný likér).

K nejtradičnějším a nejstarším výrobcům patří Bénédictine, který poprvé vyrobil v roce 1510 benediktinský mnich Dom Bernardo Vinceli v opatství Fécam v severní Francii. Další proslavená jména jsou Bols (1575, Nizozemí), De Kuyper (1695, Nizozemí) a Marie Brizard (1755, Francie). Tradicí a tajemstvím je ověněna i receptura francouzského likéru Chartreuse (1605). Recept zná pouze vymezený okruh mnichů, další je zasvěcen až po smrti některého ze strážců tajemství.

INSPIRATIVNÍ PŘEHLÍDKA FANCY A LONG DRINKŮ

Během podzimního Gastro festivalu v Ostravě se konal již 10. ročník barmanské soutěže, kde své dovednosti prezentovali ostřílení profesionálové a nadějní mladí barmani. Nejvyšší ocenění v kategorii profesionálů získal Pavel Štrba z Frýdku Místku a za juniory bodovala Martina Richterová z Ostravy.

Během soutěže měli junioři za úkol připravit long drink a fancy drinky prezentovali profesionálové. Byly předepsány 2 suroviny - sirupy Fabbri a nealko produkty od Kofoly. Sami soutěžící si mohli zvolit, zdali připraví alko či nealkoholický nápoj. Soutěže se zúčastnilo více jak 40 barmanů, jejichž výkony

hodnotila odborná komise složená ze zástupců České barmanské asociace (CBA).

O tom, že barmani jsou kreativci svědčí i fakt, že některé soutěžní nápoje byly doplněny např. o živé tvory (speciální sklenice, kde v dolní části plavala ve vodě ryбка a oddělená horní část byla určena pro drink) nebo jste se mohli setkat s drinkem podávaným v zavařovací sklenici, jehož autorka Kateřina Kluchová, získala v kategorii profesionálů třetí místo.

„Byli jsem mile překvapeni velkým počtem soutěžících a samotnou návštěvností soutěže. Je vidět, že soutěž má své jméno a tradici,“ okomentoval průběh akce Karel Mayer, I. viceprezident CBA.

PŘEHLED VÍTĚZŮ

KATEGORIE - PROFESIONÁLOVÉ

1. místo: Štrba Pavel, SŠGS - Frýdek Místek
2. místo: Mikuláščíková Barbora, Slezská univerzita - Karviná
3. místo: Kluchová Kateřina, Hemingway Bar - Praha

KATEGORIE - JUNIOŘI

1. místo: Richterová Martina, SŠSS Krakovská, Ostrava
2. místo: Braneacová Lucie, SŠGS Frýdek Místek
3. místo: Rakovičová Hana, OHŠ Brno

1. MÍSTO
KATEGORIE PROFESIONÁL



NÁZEV DRINKU:

HOT ROSE

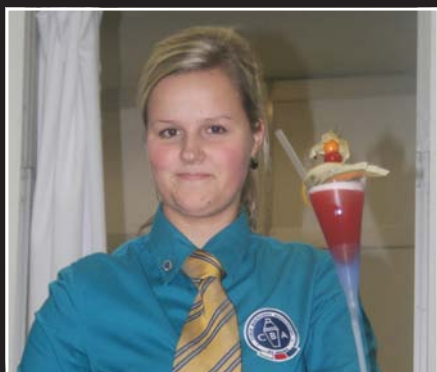
PŘIPRAVIL: Štrba Pavel, SŠGS - Frýdek Místek

INGREDIENCE:

- 2 cl Ron Varadero Aňejo 3 Años
- 1 cl Passoa
- 1 cl Fabbri lime
- 4 cl Snipp broskev
- 1 cl Fabbri granatina (přímo do skla)
- Zástřík pomerančovou kůrou



2. MÍSTO
KATEGORIE PROFESIONÁL



NÁZEV DRINKU:

AUTUMN REFRESHER

PŘIPRAVILA: Mikuláščíková Barbora, Slezská univerzita - Karviná

INGREDIENCE:

- 2 cl Amundsen vodka
- 1 cl Archers
- 1 cl Fabbri sirup - Amarena (třešeň)
- 1 cl Čerstvá šťáva z citronu
- 6 cl Snipp ananas



3. MÍSTO
KATEGORIE PROFESIONÁL



NÁZEV DRINKU:

GOOD MORNING MY SWEAT

PŘIPRAVILA: Kluchová Kateřina, Hemingway Bar - Praha

INGREDIENCE:

- 1 barová lžička zázvorovopomerančové marmelády
- 4 cl Beefeater gin
- 1 cl Grand Marnier likér
- 1 cl sirup Fabbri karamel
- 1 cl pomerančový juice
- 2 cl citronová šťáva



V soutěži Czech Bar Awards zvítězily pražské podniky

Výhradně pražské podniky zvítězily ve třetím ročníku soutěže Czech Bar Awards 2010, která hodnotí úroveň českých barů, kaváren a klubů. Nejlepším café barem se stala malostranská kavárna Cafe Lounge, nejlepším cocktail barem je Hemingway Bar, v kategorii nejlepšího design baru vyhrál podnik Siddharta Café, nejlepším hotelovým barem je Cloud 9 v Hiltonu a nejlepším klubem se stal smíchovský Phenomen.

V každé kategorii Czech Bar Awards 2010 byla zastoupena zařízení, která zvítězila v hlasování veřejnosti a podniky nominované gastronomickými odborníky. Veřejnost hlasovala prostřednictvím sms zpráv a internetu. Své hodnocení zaslalo více než 6500 hodnotitelů. O vítězích pak rozhodla v tajném hlasování porota.

Soutěž navazuje na světové klání Bar



Vítězem kategorie Nejlepší hotelový bar se stal Cloud 9 - Hilton, Praha



Finalisté kategorie Nejlepší cocktail bar

Awards. Podobně jako inspektoři proslulého gastronomického podniku Michelin hodnotili porotci kvalitu servisu i nápojů inkognito. Důležitým hlediskem byla kvalita nápojů a potravin a jejich úprava. Roli hrála mimo jiné rychlost obsluhy a její chování k zákazníkům. Velký důraz je kladen na čistotu podniku a přihlíží se také k celkové atmosféře.

Praha ovládla tuto soutěž také loni. Nejlepším café barem byl tehdy Al Cafetero a nejlepším cocktail barem Bugsy's. Pozici nejlepšího hotelového baru letos obhájil Cloud 9. Podle pořadatelů soutěže není vítězství pražských podniků žádný „pragocentrismus“, ale spíše náhoda. Do finálového hodnocení se dostaly bary či kavárny z Kutné Hory, Českých Budějovic, Sokolova, Brna či Plzně.

VÍTĚZOVÉ CZECH BAR AWARDS 2010

Nejlepší café bar/kavárna

Vítěz kategorie Cafe Lounge, Praha
(2.místo Cafe Louvre, Praha,
3.místo Cafe Savoy, Praha)

Nejlepší cocktail bar

Vítěz kategorie Hemingway Bar, Praha
(2.místo Bugsy's Bar, Praha,
3.místo Žlutá Ponorka, České Budějovice)

Nejlepší design bar

Vítěz kategorie Siddharta Café, Praha
(2. místo Café Bar Perla, Praha,
3.místo Jack Daniels Pub Sokolov)

Nejlepší hotelový bar

Vítěz kategorie Cloud 9, Hilton, Praha
(2.místo Tom's Bar, The Augustine,
Praha, 3.místo Barego, Mandarin
Oriental, Praha)

Nejlepší klub

Vítěz kategorie Phenomen, Praha
(2. místo Žumberská stodola, Plzeň,
3. místo Two Faces, Brno)



Je vaší prioritou
spokojený zákazník?



staňte se členy CBA a získáte:

- aktuální informace z oboru
- vstup na semináře a školení
- výcvik zaměstnanců
- účast na prestižních soutěžích
- nové obchodní partnery
- možnost zviditelnění

Česká barmanská asociace
Šimáčkova 1361/147, 628 00 Brno-Líšeň
gsm: 777 628 333, email: svojanovsky@tiscali.cz
www.cbanet.cz



INSPIRACE PRO:

- » HOTELY
- » RESTAURACE
- » KAVÁRNY
- » BARY
- » OBCHODNÍ CENTRA



1. Press Real Group, spol. s r.o.
 U lip 100, 155 31 Praha 5, tel.: +420 257 219 241
 email: redakce@1PRG.cz
 www.1PRG.cz



**GASTRONOMIE
 HOTELNICTVÍ
 OBCHODU**

