

SVĚT

BARMANŮ

Oficiální časopis České barmanské asociace

DUBEN - KVĚTEN
2013



**Jaká byla
konference CBA**

**PIVNÍ VYNÁLEZY:
tácek s počítadlem**

Pravda o tequile:

**Ta pravá je
ze 100% agáve**

Václav Hlaváč věnoval tequila život

TEQUILA - NÁPOJ PRO ZASVĚCENÉ



Plantáž agave tequilana

„Osvětové“ ochutnávky exotických destilátů pořádá Václav Hlaváč ve své mexické restauraci Sonora na pražských Vinohradech už patnáct let. Jeho srdeční záležitostí je tequila a boj proti mýtům, které si Češi s touto mexickou delikatesou a její konzumací stále spojují. Sůl, citron, skořice, pomeranč... Všechno špatně! „Tequila se pije z koňakové sklenky o pokojové teplotě, bez jakékoliv přísady a podává se k ní měkká neperlivá voda,“ učí Čechy trpělivě Hlaváč, který ročně vychová desítky nových přesvědčených fandů tequily. Té pravé, vyrobené ze 100% agáve.

Tequila je nejlepší destilát na světě, říká Václav Hlaváč, ale přiznává, že se nyní nápoj z agáve v Česku ocitl ve stínu populárnějších rumů. „Jednoznačně se rum stává destilátem 21. století. Rumových barů opravdu přibývá houfně a rum rychle u nás dobývá trh. Praha a Brno jsou toho důkazem. Srovnávat ale tequila s rumem je zavádějící, to je jako byste chtěl srovnávat pivo s vínem,“ upozorňuje Hlaváč. Rum je chuťově jednodušší a líbivější. Tequila u českých konzumentů nemá tu nejlepší pověst. V 90. letech totiž dovozci zahltili trh „pseudotequilami“, které toho s mexickým originálem nemají příliš společného. „Bohužel je tomu tak dodnes. To, co se zde nabízelo, nabízí a vydává za tequila, je výčepní lihovina nejhrubšího zrna. V Německu takto paralyzovaly tyto produkty trh s tequilou. Každý, kdo konzumoval tento nápoj ve větším množství, měl těžký negativní zážitek a nebojím se tvrdit, že na to do smrti nezapomene,“ říká Hlaváč.

Rozdíly mezi mixem a tou pravou

Lidé často ani netuší, co si v barech nebo v klubech objednávají a někdy ani barmani

5x O TEQUILE

- Tequila se smí vyrábět jen z modré agáve
- Tequila se smí vyrábět pouze v pěti státech Mexika: Jalisco, Guanajuato, Michoacán, Nayarit a Tamaulipas
- Tequila musí být ze zákona minimálně dvakrát destilována
- Do tequily nesmí být přidáván hmyz nebo larvy, na rozdíl od mezcalu
- Jen pravá tequila ze 100% agáve smí být označena na etiketě „100% Puro de Agave“, „100% de Agave“ nebo „100% Agave Azul“

nevědí, co přesně rozlévají. Naprostá většina podniků v Česku nenabízí čistou tequila, ale jen takzvanou tequila mixto (míchanou) což je směs šťávy z agáve a melasy. Z Mexika se vyváží ve velkých cisternách a lahvuje se teprve až v Evropě. Pravá tequila se naopak dělá jen z agáve a vyvážet se smí pouze v láhvích již balených do krabic.

Rovněž v restauraci Sonora původně nabízeli také tequila s příměsí melasy. Před pěti lety ale nabídku omezili jenom na destilát ze 100% agáve a tento krok si nemohou vynachválit. „Od této doby náš zákazník nemá s tequilou problém, odchází nadšený a vrací se zpět. Mohu s čistým svědomím prohlásit, že jsme naučili stovky zákazníků pít tequila a mezcal a oni nic jiného už nechťejí. Kdyby to udělaly ostatní restaurace, tak by rum nebyl ani náhodou v takovém postavení,“ tvrdí Hlaváč a dodává, že se k podobnému kroku



v hlavním městě odhodlaly i další mexické restaurace, třeba Hombre nebo Cantina.

Barmani o tequila mnoho neví

Tequila tu hostům chtějí servírovat čistou, tak, jak si ji dávají Mexičané. „Většina barmanů v České republice vůbec neví, jak se má tequila podávat, ale když už ví, tak podléhá hlasu ulice a stejně jí podá se solí nebo skořicí,“ mrzí Hlaváče. A kde se vůbec zvyk servírovat nápoj s citronem a solí nebo skořicí a pomerančem vzal? Kdoví, legendy jsou desítky. Někdo tvrdí, že se touto povídkou chtěli Mexičané v 19. století pomstít Američanům za prohranou válku, jiní, že všechny ingredience mají zamaskovat horší kvalitu „řezané“ tequily.

To by mohlo platit především o zlaté tequila a jejích nerozlučných společnících pomerančích a skořici. Přestože název tohoto destilátu zní honosně, jde naopak o tu nejhorší možnou tequila – je totiž dobarvená a karamelizovaná. Levnější „pseudotequila“ se logicky také většinou dávají do koktejlů, jako je například Tequila Sunrise.

Jak má ale host nebo majitel podniku poznat dobrou tequila? Co by o ní měl vědět barman? Podle Hlaváče je důležité, aby měl personál odborné znalosti a dokázal hostům poradit a vysvětlit všechna pro a proti. „Musí ke stolu také donést láhev a ukázat a vysvětlit, co vypovídá etiketa. To ale obsluhující personál ve většině restaurací v České republice nedělá,“ říká Hlaváč. Na lahvi by například mělo být napsáno „100% Puro de Agave“, tedy informace o tom, že destilát pochází z čisté agáve.

Láhev i za 80 000 korun

Pro hosta pak může být dobrým vodítkem cena nápoje. Pokud se nabízí za 40 korun, měl by si zákazník tenhle „zážitek“ odpustit. Jaký je ale podle Hlaváče v českých podmínkách správný poměr cena/kvalita? „Na baru nabízíme Herencia de Plata Silver za 75 korun 0,4ml. Každý týden máme v akci jednu tequila a tady se zákazník dostane i na nižší cenu,“ vybírá z nápojového lístku. Najdou se na něm ale i výrazně luxusnější kousky. Tak třeba nejdražší panák Jose Cuervo Milleni-

um Añejo za 690 korun. Co je to ale proti lahvi Porfidio Barrique de Ponciano Añejo za 80 000 korun, kterou Hlaváč nabízí na specializovaném e-shopu.

Není divu, že si luxusní lahve tequily lidé po celém světě kupují také na investici. Výhodou pro investora je, že se tequila smí vyrábět jen v pěti státech Mexika. V roce 1997 navíc EU uznala Mexiko jako zemi původu tequily, takže tamní výrobci mají relativní klid a mohou se věnovat kvalitě tohoto nápoje.

Hodně zajímavé tequily, ale i prémiových rumů nebo whisky můžete zkusit na ochutnávkách, které se ve vinohradské restauraci Sonora konají minimálně jednou měsíčně. Účastníci těchto ochutnávek, které trvají tři až čtyři hodiny, se dozvědí hodně informací o nabízených značkách stejně jako o nápoji samotném, což zahrnuje historii, výrobu nebo doporučení, jak daný nápoj konzumovat.

„Účastní se jich návštěvníci naší restaurace, zákazníci našeho e-shopu, barmani nebo jen náhodní milovníci jednotlivých produktů. Každý, kdo absolvuje takovou ochutnávku, je na tom poté odborně lépe než 99 % barmanů a obsluhy restaurací v České republice. A to bez nadsázky,“ tvrdí Hlaváč.

Na konci ochutnávek se prý dokonce pozná, kdo z účastníků se věnoval kterému nápoji a z tohoto srovnání opět vychází nejlépe te-



„Tequilový guru“ Václav Hlaváč

quila. Na ctitelích tequily téměř nepoznáte, že by požili alkohol, což rozhodně nelze říci o těch, kteří přišli na rum nebo na whisky. „To, co umí tequila (ale i mezcal) s konzumentem, neumí žádný jiný destilát. Dospělý muž může po vydatném jídle bez problému vypít celou láhev tequily, aniž by se opil, pokud jí nevypije způsobem „start-cíl“. Tequila se pije stejně, jako kulturní konzumenti pijí víno. V žádném případě se neprokládá jiným alkoholem,“ uzavírá Hlaváč.

Libor Hruška

HIERARCHIE TEQUIL

1. kategorie: 100% čisté agáve

- Tequila Extra Añejo zraje minimálně 3 roky v sudech o maximálním obsahu 600 litrů
- Tequila Añejo zraje minimálně 12 měsíců ve státem zaplombovaných sudech o obsahu maximálně 600 litrů
- Tequila Reposado musí zrát ze zákona minimálně 60 dní většinou ve velkých sudech, například o obsahu 30 000 litrů, ale jsou i výjimky pocházející z menších sudů
- Tequila Blanco nebo také Silver či Plata je ze zákona dvakrát destilována a vyrábějí se z ní jak Añejo, tak i Reposado tequily. Převážná většina Blanco tequil nezraje v sudech, ale i tady existují výjimky

2. kategorie: mixto 51 % agáve + 49 % cizích cukrů (melasa)

- Tequila Añejo mixto zraje minimálně 12 měsíců v maximálně v 600litrových sudech
- Tequila Reposado mixto zraje minimálně 60 dní v sudech
- Tequila Blanco mixto
- Tequila Gold (zlatá) je tequila Blanco dochucená většinou karamellem a je do ní přidáváno barvivo, což má simulovat zrání v sudu

inzerce

Členství v CBA je určeno pro zástupce

HOTELOVÝCH I NEZÁVISLÝCH BARŮ ■ ZAVÁŘEN ■ RESTAURACÍ ■ FIREM ■ VŠECHNY BARMANY A BARTISTY

Členství v CBA nabízí:

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

Česká barterská asociace
Šimůčkova 1361/147, 628 00 Brno-Líšeň,
gsm: 777 628 333, email: info@cbanet.cz www.cbanet.cz

Dvě nová cool piva BEERMIXY STÁLE ÚSPĚŠNÉ



Začalo to před dvěma roky. V květnu roku 2011 nabídl Staropramen spotřebitelům poprvé svůj osvěžující mix piva a ovocné šťávy Cool Lemon. A strhla se nečekaná lavina zájmu. Z osvěžujícího nápoje s nižším obsahem alkoholu se stal hit, který vytvořil základ zcela nového segmentu trhu.

Díky loňskému nasazení druhé příchutě Cool Grep prodeje beermixů ze Staropramenu opět výrazně vyrostly a značka si upevnila pozici lídra tohoto segmentu, když jí patřila polovina trhu. Po nové příchutě Cool Hořký pomeranč, kterou uvedl na trh v březnu, nyní přichází s unikátním Cool Cidermix, který v portfoliu doplní další velice úspěšné příchutě Cool Lemon a Cool Grep. Staropramen Cool Cidermix představuje vysoce svěží pivní mix s příjemnou jablečnou vůní a vyváženou chutí piva, cideru a jablečné šťávy.

Nově je k dostání třeba v Izraeli BECHEROVKA LEMOND PRONIKLA DO DALŠÍCH ZEMÍ



Becherovka Lemond rozšířila exportní mapu o další země a zaokrouhlila jejich počet na 15. Nově si vychutnávají jemný citrusový likér v Izraeli, Polsku a Bělorusku.

Becherovka Lemond byla po uvedení na trh v roce 2008 výhradně určena pro český a slovenský trh. Postupně však přicházel zájem z dalších evropských i mimoevropských zemí. Aktuálně se Lemond vyvážá do 15 zemí na čtyřech kontinentech. „Na českém a slovenském trhu prodáváme Lemond v lahvích o objemu 0,5 l a 1 l. Ostatní exportní země

jsou specifické tím, že jsme se na těchto trzích přizpůsobili potřebám spotřebitelů a speciálně pro ně plníme likér do lahví o objemu 0,7 l,“ říká exportní manažerka Zuzana Dudová.

Nejlepší výsledky dosahuje Becherovka Lemond na největším evropském trhu, v Německu, kde působí od října 2011. V Mexiku je Lemond silný hlavně v barech a klubech, naopak německý trh více táhnou prodeje v obchodech. Odlišný rituál pití se ustálil ve Slovinsku. Zde si mladí lidé do panáku Lemonda vymačkávají limetku.

Akce malých pivovarů VÝČEPY NA STOJÁKA



V Brně byl v dubnu představen nový gastronomický koncept Výčep Na stojáka. Na stojáka do slova a do písmene, na místě totiž nenajdete ani jednu židli. Hlavní nabídku tvoří především pivo z menších pivovarů nebo malopivovarů, které se neustále obměňuje. Záměr začal vznikat začátkem roku 2012 z potřeby dvou dlouholetých kamarádů. Jeho pilířem se stal návrat k tradicím a odkaz na časy první republiky. A proto výčep – za první republiky to byly především pivovarské výčepy, kam se chodilo na pivo. A proto také na stojáka, protože nebylo nijak neobvyklé stát se na pár piv, postát u výčepu, prohodit pár slov s výčepníkem nebo se známými či neznámými, nebo sám, prostě jen tak, nezávazně, a ať už s jídlem či bez jídla. Další informace, např. i o aktuálních právě točených pivech nebo o obědové nabídce tvořené tradiční poctivou polévkou se salátem a pečivem lze nalézt na stránkách www.vycepnastojaka.cz.

Pivovarský den nymburského pivovaru OCHUTNEJTE POSTŘIŽINY

Tradičně třetí červnovou sobotu otevírá své brány pro veřejnost Pivovar Nymburk. Letošní Pivovarský den proběhne v sobotu 15. června od 9 do 19 hodin. Hudební vystoupení, soutěže, parní vlak, prohlídka pivovaru a všechny druhy Postřižinského piva, to je jen krátký výčet toho, co vás čeká. Největším lákadlem osmnáctého ročníku je kapela Buty, která vystoupí v podvečer.



Letošní akci bude uvádět moderátorská dvojice Pokorný a Ondráček, kteří zároveň vystoupí se svou kapelou Těžkej Pokondr. Vedle hlavních hvězd program zpestří i úspěšní Beatles revival z Bratislavy a bohatý doprovodný program. Pro děti i dospělé jsou připraveny soutěže o lákavé ceny, projížďky parním vlakem, exkurze do pivovaru nebo výstava nových vozidel.

Přímo do pivovaru se dostanete parním vlakem i z nedalekého okolí, v 8.21 z Lysé nad Labem, ve 12.25 z Poděbrad. Pokud jste navíc fanouškem Postřižinského piva, máte samozřejmě výhodu. Na akci můžete ochutnat hned několik druhů lahodného chmelového moku. Chybět nebudou ani stánky s občerstvením a sladkostmi. Vstup je zdarma. Více na www.postriziny.cz.

Konference České barmanské asociace **THE BEST BARTENDERS SHOW**



Hotel NH Olomouc Congress hostil 6. dubna 2013 účastníky výroční konference České barmanské asociace (CBA). Odpoledne bylo ve znamení soutěžního vystoupení patnácti barmanů a šesti baristů, kteří byli nominováni prezidentem CBA do soutěže Grand Prix CBA 2013 – The Best Bartenders.

V rámci výroční členské schůze České barmanské asociace byl zvolen II. viceprezident na další funkční období 2013–2017. Svou pozici obhájil současný viceprezident Mojmír Prokeš. V rámci jednání byly prezentovány výsledky práce posledních pěti let. Jedním z hlavních cílů CBA bylo definováno pořízení kamenného sídla asociace, administrativního a vzdělávacího centra s širokou možností využití pro členy a partnery CBA. Jednání schůze se také věnovalo přípravám na konferenci mezinárodní barmanské asociace IBA, jejíž pořadatelství CBA získala pro rok 2013.



V rámci této mezinárodní konference IBA Annual Meeting 2013 v Praze, se ve dnech 16.–22. srpna uskuteční mistrovství světa World Cocktail Competition 2013 a Mattoni Grand Drink 2013.

Byly rozdány cenné poháry Barman roku CBA 2012, v kategoriích classic/flair a junior/profi, poháry Coca-Cola, Monin, Fabbri, Red Bull, Bohemia Sekt, Stock a zvláštní ceny Mattoni. Vítězové pohárů barmanů Barman roku CBA 2012 profi classic Martin Vogeltanz a profi flair Václav Abrahám získali cenný postup na již zmíněné mistrovství světa barmanů WCC 2013 v Praze.

Více informací a fotogalerii naleznete na www.cbanet.cz.

Aleš Svojanovský, prezident CBA

inzerce



18. MEZINÁRODNÍ VELETRH

**interiérů,
dekorací
a dárků**

**Nejvýznamnější specializovaný veletrh dekorací,
stolování a interiérových doplňků v ČR.**

**Veletrh je určen profesionálům
z oblasti gastronomie a hotelnictví.**

12 - 15 | 9 | 2013

Výstaviště Praha Holešovice

www.tendence.eu



Oslňte hosty historkami z pivních dějin

TOHLE BYLY PIVNÍ VYNÁLEZY

Práce v hospodě nebyla nikdy med. Není divu, že hostinští za časů našich prapradědek nadšeně vítali každý vynález, který jim mohl usnadnit život. Bez některých inovací si už dnes provoz restaurace nelze ani představit, mnoho „cimrmanovských“ nápadů naopak skončilo v propadlišti dějin. Jako třeba automatický tácek počítající „čárky“ nebo pípa, která sama odměřovala pivo.

Klasický pivní tácek původně sloužil jako ochranná poklička. Pokládal se na sklenice a zabraňoval zvětrávání piva stejně jako krajíc chleba, kterým si své nádoby chránili před nálety hmyzu andaluští pijáci vína. Postupem času se tácky přesunuly pod sklenice a hostinští je začali používat také místo účtenek.

Jak ale hostovi dokázat, že počet „čárek“ na keramickém tácku souhlasí, když se rozhodl účet reklamovat? Právě pro takové případy tu byl prapodivný vynález, s nímž přišel před první světovou válkou pražský zlepšovatel Ferdinand Šik. V každém tácku měl být vyvrtán otvor a připevněno k němu Šikovo počítadlo na deset nebo dvacet piv. „Čísla na kulatém ciferníku se posouvají pružným stisknutím, což je provázáno zřetelně slyšitelným cvaknutím. Nazpět počítadlo nejde,“ stálo v dobové reklamě.

Šikovy tácky s „budíkem“ nepropazily, stejně tak jako podobný vynález dalšího z pražských všeumělů Dominika Čapka, který počítací strojek zabudoval přímo do dna sklenice. Jak měl celý mechanismus fungovat? Host by podle Čapkových představ pil stále z jednoho půllitru a výčepní posouval čísla pomocí speciální magnetické desky. Sám vynálezce svůj výrobek vynášel do nebes, jak ale z jeho popisu vyplývá, nebyl pro výčepního příliš praktickým. A ani pro některé hosty – dokázal totiž pracovat jen do dvacátého piva.

Nedostal si fleka?

Vraťme se ale k táckům jako takovým. S jejich pomocí si usnadňoval práci třeba jeden z nejslavnějších českých hostinských všech dob, plzeňský Martin Salzmann. Bývalý forman, který si po úrazu nohy otevřel dodnes fungující restauraci, byl svéráznou postavíčkou a Plzeňáci na něj dlouho vzpomínali. S pomocí plstěných podtáček, kterým říkal „fleky“, nejen chránil stoly a sklo, ale také kádroval svoje hosty. „Komu nedal Salzmann

na stůl flek, ten piva neobdržel. Byl-li host poněkud rozjařen, aneb nelíbil-li se jinak panu hostinskému, vzal mu jednoduše flek a živou mocí mu více nenalil,“ vzpomínal redaktor Plzeňských listů Adolf Srb na doby, kdy podivínský hostinský ještě sídlil v Perlové ulici. Později se hostinec přestěhoval pod hlavní náměstí do Pražské ulice, kde funguje i v současnosti.

Hostů, kteří se Salzmannovi znelíbili, zjevně nebylo málo. Jak jinak si vysvětlit, že se jeho hospůdce přezdívalo „U Krobiána“. Salzmann také nesnášel, když si hosté při připitcích tukali sklenicemi. „Pivo jste si koupili, ale sklo je moje,“ říkal nabroušeně. Bezpochyby by se mu proto líbil další z poetických vynálezů počátku 20. století – speciální gumový návlak, který měl bránit otloukání pivních sklenic. Ani tento připitkový „narázník“ ale ani hostinské ani pivaře příliš nenadchl.

Sláva budiž tlakostroj

Život hostinskému personálu naopak skutečně změnil vynález pivních tlakostrojů. Až do 19. století museli číšníci kvůli každé objednávce absolvovat strastiplnou cestu do





sklepa, kde se pivo chladilo u ledu a čepovalo se pípou rovnou ze sudu. Ze džbánů pak v lokálu pivo rozlévali hostům. Časem se začala objevovat první výčepní zařízení podobná dnešním party pípám s ruční pumpou, ale třeba pivnice, kde se točilo pilsenské pivo, tento bohulibý vynález dlouho ignorovaly. „Plzeň je nejlepší přímo od čepu,“ trvali na svém štamgasti a majitelé restaurací se proto do žádných experimentů nepouštěli. Čišníci, neboli, jak se tehdy příznačně říkalo, sklepníci, se pak mohli po mnohahodinových směnách trumfovát, kolik kilometrů s jakým převýšením ten který den nachodili. Ve sklepě navíc bylo skoro na nule, a tak byly v parném létě tyhle časté výpravy o zdraví. Čišníci tedy vynález tlakostrojů oslavovali, méně nadšení už byli hosté a také hygienici. V trubkách se hromadila špína a pivo bylo teplejší, než kdyby se natočilo přímo ze sklepa. Druhý problém řešila přídavná vanička s ledem schovaná pod pípou přímo v lokále, skrz kterou vedly pivní trubky, složitější to bylo s první námitkou. Hostinští nedokázali trubky, které se mnohdy klikatily po celém domě, účinně čistit, a tak čas od času dokonce úřady používání



3x foto SXC

pivních tlakostrojů plošně zakázaly. Na přelomu 19. a 20. století se proto objevovaly inzeráty nabízející specializované čističe pivních trubek a například smíchovský pivovar poskytoval svým odběratelům odborný servis. V pivovaru si mohli objednat speciální pojízdný stroj, který zastavil před hospodou a pivní trubky vyčistil párou.

Nenalejváté mě náhodou?

Práci hostinským přidělovali také hosté, kteří si pro pivo chodili se džbánkem. Takových pivářů nebylo v minulosti právě málo, pivo „přes ulici“ totiž bylo výrazně levnější, než když si ho hosté dali přímo ve výčepu nebo v restauraci. Jak ale přesně změřit objem džbánku a nemuset do něj přelévát jedno pěnící pivo za druhým? Tenhle problém svým vynálezem v 80. letech 19. stole-

VYNÁLEZY PRO HOSTY

Kromě vynálezů, které usnadňovaly život personálu, se v hostincích a restauracích objevovaly také zlepšovávky, co mohly přilákat nové hosty. Ne vždy přitom byly výsledkem dlouhých hodin strávených nad výkresy, někdy stačil jen netřelý nápad.

Váha pro nespokojence

Dáváte malé porce, slychal tak dlouho jeden anglický restaurátér, až se rozhodl pro vychytralý reklamní tah. Do svého podniku zakoupil velkou váhu a hosty vážil před a po návštěvě svého podniku. Výsledek byl více než uspokojivý – v restauraci nikdo nezhubnul a nová atrakce hosty začala bavit.

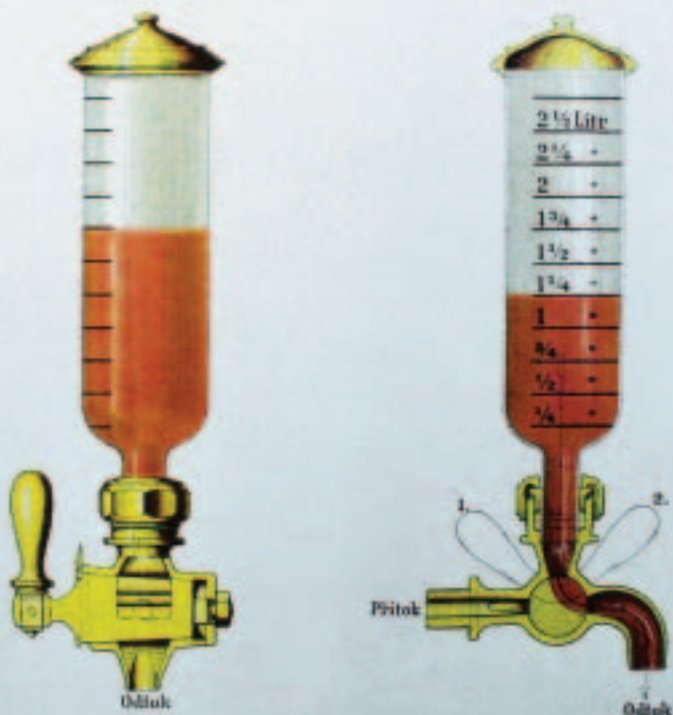
Hygienický brusíč tág

Pokud hostinského obtěžovali hráči kulečnicku stěžující si na saka špinavá od křídý, mohl jim ucpat ústa nákupem „automatického přístroje ku mazání tág“. Stačilo tág strčit do otvoru ve zdi, kde ho tlakem roztočená křída sama připravila na další štouch.

Umělý déšť

Hostům jednoho velkého pařížského hotelu zas vadilo dusno, které v létě panovalo v pokojích. Stěžovali si hlavně Angličané, a tak se hoteliér rozhodl vytvořit umělý déšť. Nad hotelový dvorek, kde hosté snídali, natáhl plachtu, kterou každý den hodinu zkrápěl vodou. Klima se vylepšilo v celém hotelu a Angličané se mohli cítit jako doma.

Kohoutek k měření piva.
Patent Dr. K. Urban & A. Kwoyssen.



tí vyřešil pražský německý sládek Karl Urban. Ve svém malostranském pivovaru U Hermannů, který stával v Mostecké ulici na místě bývalého kina U Hradeb, sestavil speciální pípou s polohovatelným kohoutem a přídavným skleněným zásobníkem opatřeným ryskami.

Pivo se nejprve otočením kohoutu napustilo do průhledného zásobníku a zákazník si mohl zkontrolovat, kolik mu ho hostinský prodává. Pak teprve putovalo do přineseného džbánku. Geniální nápad! Ne náhodou to Urban dotáhl až do zemského sněmu a během první světové války byl dokonce krátce ministrem ve vídeňské vládě.

Jeden sen se ale hostinským přece jen nesplnil. Už při procházce po pražském výstavišti během Jubilejní zemské výstavy roku 1891 si přitom mohli myslet, že naprostá automatizace jejich práce je otázkou velmi blízké budoucnosti. U jedné z výstavních restaurací fungoval totiž automat na pivo, který zcela zastal lidskou práci a za vhozený desetník vydal sklenici točeného moku. Ani tento vynález se ovšem neuchytil – bez živé obsluhy to přeci jen není ono.

Libor Hruška

Michal Veselý, ambassador Johnnieho Walkera

JAK MILE DOJDE NA OCHUTNÁVKU, SKÓRUJU



Michal Veselý

Být ambasadorem Johnnieho Walkera není žádný med. „Práce ambasadora spočívá v tom, že neustále reprezentujete značku a děláte jí osvětu. Whisky jsem ale propadl naštěstí jen pracovně,“ říká v rozhovoru pro Svět Gastro & Svět Hotel ambassador této whisky Michal Veselý.

Být ambasadorem whisky je práce snů – samé večírky, whisky, zábava, noční život... Cítíte to také tak?

Ano, může se zdát, že život ambasadora je jeden velký večírek, každopádně opak je pravdou. Práce ambasadora spočívá v tom, že neustále reprezentujete značku a děláte jí osvětu. Whisky jsem propadl naštěstí jen pracovně. Tu a tam si dám skleničku s přáteli na zdraví, víc mě ale baví o ní mluvit.

Jak vypadá váš pracovní den?

Ráno vstanu, vyčistím si zuby... jen žertuji, tohle vás asi nezajímá. Každý den je specifický. Někdy mám více schůzek, jindy zase prezentaci za prezentací... Snažím se, aby má produktivita byla co největší. Víte kolik má Johnnie Walker v Česku kamarádů?

Závidí vám přátelé tuto pozici?

Neříkal bych tomu závist, ale spíše respekt a uznání. Být ambasadorem pro takto prestižní značku je pro mne opravdu výzva. Je to silná značka, která si zaslouží podvědomí lidí a z mého pohledu se jí to v České republice velmi daří.

Co vás v pozici ambasadora nejvíce baví?

Baví mě neustále poznávat nové lidi a především mě baví lidem dělat radost. Vždy, když někam přijedu a dělám osvětu, cítím, že mě lidé rádi vidí. Značka Johnnie Walker má za sebou dlouhou historii a příběh, který vyprávím, je opravdu zajímavý. Jakmile dojde na ochutnávku, skóruju.

Jak jste se k práci dostal, kde se vzal váš zápal pro whisky?

Když jsem poprvé „přičichl“ ke gastronomii, okamžitě jsem věděl, že musím pracovat za barem. Od té doby mě zajímal jakýkoliv alkohol, který mi přišel do ruky. Za každou značkou stojí nějaký příběh a mě to vždy strašně zajímalo... Musím se přiznat, že whisky nebyla vždy mým favoritem. Nicméně s přibývajícím věkem jsem se posunul i k těm složitějším destilátům, jakými jsou whisky a koňak. Momentálně mě whisky hodně baví. Rozmanitost mezi jednotlivými značkami je tak pestrá, že je stále co se učit.

Úzce spolupracujete i s barmany. Jak taková spolupráce vypadá?

Spolupráce s barmany je fajn. Máte všude známé, u baru nikdy nečekáte dlouho na drink... Kontakty v mém telefonu jsou z padesáti procent zaplněny lidmi, kteří pracují za barem, před barem, v kanceláři baru nebo v jakékoliv spojitosti s gastronomií. Lhal bych, kdybych tvrdil, že si s barmany nevolám denně.

Petr Holeček



WALKER KRÁČÍ DO HISTORIE

Zakladatel rodu, John Walker, začal podle Wikipedie ve 20. letech 19. století jako malý obchodník a míchač whisky. Rodinné jméno proslavil jeho syn Alexandr, který v roce 1867 uvedl na trh míchanou whisky Walker's Old Highland Whisky (dnes Black Label). Jeho synové George a Alexandr II. rozšířili nabídku a zavedli barevné označení (výjimkou je Johnnie Walker Swing z roku 1932 pojmenovaná podle tvaru lahve – ostatní typy jsou stáčené do hranatých lahví typických pro značku Johnnie Walker). V roce 1893 koupila společnost J. Walker & Sons palírnu Cardhu, která je také označována jako domov Johnnieho Walkera. Whisky Cardhu je dodnes základem pro Johnnie Walker Black Label. V roce 1909 byla v rámci reklamní kampaně poprvé použita postava kráčejiho muže (na etiketě poprvé 1937), jehož podoba doznala do dnešní doby několik změn.

ŠÁRKA JANOVA,
vítězka v kategorii
Rudolf Jelínek

Výherce **BARMAN ROKU 2012** v kategorii **PROFI FLAIR**
(1. místo **VÁCLAV ABRAHAM**, 2. místo **MARTIN VOGLTANZ**,
3. místo **MICHAL TĚŽKÝ** – přebíral **ONDŘEJ SLAPNÍČKA**)



GRAND PRIX CBA



Výherce **MISTR KAVY ROKU 2012** v kategorii
PROFI IT (1. místo **MICHAL NOVÁČEK**,
2. místo **JAN ROPELÍNSKÝ**,
3. místo **ZUZANA MRÁZOVÁ**)

KONFERENCE CBA UKÁZALA TALENTY

Absolutním vítězem kategorií
barmanů byl vyhodnocen
ACHIM ŠIPL



Konference České barmanské asociace proběhla 6. 4. 2013 v NH hotelu Olomouc a generálním partnerem byl BOHEMIA SEKT s.r.o., hlavními partnery Coca-Cola a Karlovarské minerální vody, a.s.

Konference se účastnilo více než 450 akreditovaných účastníků z řad CBA, zástupců partnerů CBA a odborné veřejnosti. Česká barmanská asociace, o.s. děkuje všem partnerům akce za spolupráci. Všem návštěvníkům vyjadřuje díky za enormní zájem o akci a aktivní účast.

Vrcholem akce bylo slavnostní vyhlášení výsledků BOHEMIA SEKT COCKTAIL

COMPETITION - GRAND PRIX CBA 2013 - THE BEST BARTENDERS. V rámci slavnostního vyhlášení vystoupili zástupci „Czech Flair Teamu CBA“ pod vedením Davida Neumanna společně s Václavem Abrahamem, který si v loňském roce vybojoval v obrovské konkurenci 3. místo na mistrovství světa IBA v Pekingu.

Všech 21 nominovaných barmanů a baristů převzalo z rukou prezidenta CBA a Alice Dvořákové zástupce společnosti BOHEMIA SEKT plaketu s označením: „THE BEST BARTENDERS“. Samotná nominace do této klasické prestižní a vrcholné soutěže CBA je nejvyšším možným oceněním profesionálních barmanů starších 25-ti let a není nijak vázána na členství v CBA nebo na státní příslušnost. Nominace je na návrh členů prezidia CBA výhradně v kompetenci představenstva CBA. Česká barmanská asociace vyjadřuje samotnou nominaci do soutěže uznání za práci v oboru.

Absolutním vítězem soutěže v kategorii baristů se stal **MICHAL KOCMAN**, který převzal cenný pohár obdržel šek od prezidenta CBA šek v hodnotě 1000 €. Absolutním vítězem kategorie barmanů byl vyhodnocen **ACHIM ŠIPL** a převzal z rukou prezidenta CBA Bc. Aleše Svojanovského cenný pohár a z rukou zástup-



Výherce **POHÁRU MONIN 2012** v kategorii
PROFI IT (1. místo **MARTIN VOGLTANZ**, 2. místo
VÁCLAV ABRAHAM, 3. místo **MICHAL TĚŽKÝ** –
přebíral **DAVID NEUMANN**)

ce generálního partnera soutěže, společnosti BOHEMIA SEKT a Alice Dvořákové šek na 1000 €. (CBA)

Vítězi v jednotlivých skupinách se stali:

Jan Becher – Pernod Ricard
Milan Zaleš
Rudolf Jelínek
Šárka Janová
Bartida
Milan Mriglod
Stock Plzeň Božkov
Martin Vogeltanz
Brown-Forman CZ&SK republics
Achim Šipl

Generální partner

Hlavní partner

Ekzkluzivní partner

Partner

BOHEMIA SEKT
Only Flavors



doublejagelny

NH
HOTELS

