

SVĚT

BARMANŮ

OFICIÁLNÍ ČASOPIS ČESKÉ BARMANSKÉ ASOCIACE

leden-únor 2015



Achim Šipl
Úroveň barmanů se zvyšuje



Chystáme otevřít
barmanské centrum CBA



Česká slivovice v Paříži

Prvního prosince loňského roku proběhla ve Francii mezinárodní barmanská soutěž ULTIMATE MONIN CUP 2014. Soutěž se konala v Paříži, kam se sjeli mladí barmani z 37 zemí světa.

Nominaci za Českou republiku získal Robin Kapusta, který vyhrál v roce 2013 pohár Monin junior. Na soutěž byl doprovázen brand ambasadorem firmy Monin za Českou republiku panem Janem Hořínkem.

Soutěžící měli své soutěžní koktejly zaměřit na svou zemi, Robin míchal koktejl s názvem Czech Heritage, kde použil typický český alkohol - slivovici. Svůj koktejl po do-

Koktejl Czech Heritage

- 10ml MONIN Apple Pie syrup
- 10ml MONIN Almond syrup
- 20ml rum
- 10ml Bohemia Honey liqueur
- 40ml apple juice
- **způsob výroby:** shaker
- **ozdoba:** vanilkový lusk, hřebíček, tymián, bílá ředkev, badyán, skořicový cukr

končení komentoval odborné porotě v anglickém jazyce. Robin se umístil na krásném 20. místě. ●



Robin Kapusta ze Zlína (uprostřed) chtěl být původně kuchařem a vést nějakou velkou kuchyni. Nyní se přesouvá mezi barmanské profesionály.

CBA
KONFERENCE
2015

Generální partner

BOHEMIA SEKT
Hávy Prague

Hostitel konference

Clarion
CONGRESS HOTEL
PRAGUE

POZVÁNKA NA KONFERENCI CBA 2015

21. – 23. 3. 2015

Clarion Congress Hotel Prague ****

21. 3. ČLENSKÁ SCHŮZE CBA

CBA OPENING PARTY

MATTONI GRAND DRINK 2015

– CBA NOMINATION ROUND

22. 3. soutěžní prezentace MISTR KÁVY a CZECH TEATENDERS

CBA PARTY

BOHEMIA SEKT COCKTAIL COMPETITION 2015

GRAND PRIX CBA - THE BEST BARTENDERS 2015

V rámci programu budou vyhlášeny poháry CBA za rok 2014 a udělena ocenění.



CZECH *flair* TEAM

CZECH
TEATENDERS



Plán akcí České barmanské asociace

- 11. února 2015 Kroměřížská koktejllová soutěž - JCC, JFC, JMK
- 19. února 2015 Amundsen Vodka Bartenders Junior Cup - Top Gastro & Hotel 2015 - JCC
- 20. února 2015 Dilmah Czech Teatenders Cup - Top Gastro & Hotel 2015 - JMK
- 21. února 2015 Johnnie Walker Cup - Professional Cocktail Competition - Top Gastro & Hotel 2015 - PCC
- 21. února 2015 Baileys Professional Mistr Kávy - Top Gastro & Hotel 2015 - PMK
- 22. února 2015 Havana Club Flair Cup - Top Gastro & Hotel 2015 - JFC, PFC
- 17. března 2015 Mistr kávy - Poděbrady Cup 2015 - JMK
- 21. března 2015 Mattoni Grand Drink 2015 - CBA nomination round - PCC
- 22. března 2015 Bohemia Sekt Cocktail Competition - Grand Prix CBA 2015
- 26. března 2015 Amundsen Cup Prostějov 2015 - JCC
- 26. března 2015 Mistr Kávy - Tatra Cup - Prostějov - JMK
- 31. března 2015 Amundsen Cup - O pohár náměstkyně hejtmana MS kraje 2015 - JCC, JMK
- 16. dubna 2015 Amundsen Cup - Plzeňský šejkr 2015 - JCC, JFC, PFC, JMK
- 13. května 2015 Labský pohár 2015 - JCC, JMK



VYSVĚTLIVKY:

JCC - junior classic competition, JFC - junior flair competition, JMK - junior mistr kávy, JTC - junior teatender competition, PCC - professional classic competition, PFC - professional flair competition, PMK - profi mistr kávy

www.cbanet.cz

Česká barmanská asociace, o.s., Šimáčkova 1361/147, 628 00 Brno

Žatecké pivní míchání

Dne 21. 1. 2015 se uskutečnil již 7. ročník barmanů soutěže v Žatci v míchání drinků z piva. Letos jsme se setkali již podruhé v Lidovém domě Panamera, který se z loňského roku osvědčil. Mladí a nadějní barmani a barmanky se utkali v kategoriích:

- **Junior Cocktail Competition**, kde zvítězila soutěžící z Třešti Kateřina Švejdová. Druhé místo obsadil Filip Jung z Prahy a na třetím místě Tereza Dundáčková z Teplic v Čechách.
- **Junior Flair Competition**, na prvním místě se umístil mladý barman Lukáš Jílek, který si přijel pro vítězství až ze Bzence. Druhé místo obsadil Lukáš Košnar z Pardubic a trojici uzavírá domácí soutěžící Marek Trubač, Žatec.
- **Professional Flair Competition**, zde opět, již po druhé zvítězil Václav Abrahám, který tak opět započal kralování v této kategorii. Druhý byl Martin Vogelntanz z Plzně a třetí místo si odvážel Karel Kleineidam.



- **Junior Mistr Kávy**, vítězství putovalo do Poličky, Hana Kösslerová jasně ukázala, že by mohla v této kategorii letos uspět. Na druhém místě byla opět žena Veronika Přichystalová z Jeseniku a třetí místo patří Oldřichovi Holiši, který přijel z Nítry.

Už teď se můžeme těšit na 8. ročník, který proběhne 20. ledna 2016 a již tradičně zahájí nový soutěžní rok CBA. ●



Ohlédnutí za soutěžemi v roce 2014



Uspořádala celou řadu soutěží

- v kategorii Junior Cocktail Competition: 13 soutěží
- v kategorii Professional Cocktail Comp.: 5 soutěží
- v kategorii Junior Flair Competition: 6 soutěží
- v kategorii Professional Flair Competition: 5 soutěží
- v kategorii Junior Mistr Kávy: 11 soutěží
- v kategorii Profi Mistr Kávy: 12 soutěží

Česká barmanů asociace vnímá rok 2014 jako velmi úspěšný. Na začátku roku uvedla v platnost nová pravidla soutěží i nový typ soutěže Professional Cocktail Competition. V lednu proškolila své jakostní i technické komisaře pro hodnocení juniorských soutěží barmanů i baristů.

Celkem se jich zúčastnilo 716 soutěžících. Naši barmani se účastnili i mezinárodních soutěží Argo Cup – Slovinsko, Flair Mania Riga – Lotyšsko, Bled Cup – Slovinsko, Mattoni Grand Drink – ČR, World Cocktail Championship IBA – JAR, Golden Cup Kaohsiung – Taiwan, Rudolf Jelínek Cup – ČR, Hubert Cup – Slovensko. ●

Vzdělávání

V průběhu roku 2014 uspořádala CBA pro své členy řadu workshopů. Certifikovaní lektori zrealizovali celou řadu odborných kurzů, kterých se zúčastnilo téměř 2000 účastníků.

Výběr z workshopů:

- BUSHMILLS – degustační session irské whiskey
- Inovované receptury likérů MONIN
- Bohemia Honey mixologicky I.
- Degustace vybraných single malt whisky z portfolia Diageo
- Na procházku s JOHNNIE WALKER
- Bohemia Honey mixologicky II.
- Nezkrotné Bacardi
- Slepá degustace JOHNNIE WALKER
- Amundsen Vodka v praxi a její použití za barem
- Moderní italské aperitivy / Aperol Spritz Mixology
- JOHNNIE WALKER DE LUXE – degustace
- Americká whiskey očima Bernieho Lubberse
- JBPR Bar Academy Summer flair camp 14 & Christian Delpech
- Workshop pro pedagogické pracovníky gastronomických škol. ●

INZERCE

Butterfly_{CB}
BAROVÉ ROHOŽE

Výroba 3D barových rohoží

BUTTERFLY CB s.r.o.
Horní Třebonín 8
382 01 okr.Č.Krumlov
info@baroverohoze.cz
Tel.385 513 430

www.baroverohoze.cz



Prezident České barmanské asociace se šéfem Světové barmanské asociace IBA Derrickem Lee.

Rozhovor s prezidentem CBA Alešem Svojanovským

Barmanské centrum pozvedne úroveň celé české gastronomie

Místnost na barmanská školení, velký multifunkční sál pro 350 lidí, kancelář, muzeum nápojové gastronomie i barmanská knihovna. Na bezmála 700 metrech čtverečních ještě letos vznikne v Brně rekonstrukcí starší budovy sídlo a Národní vzdělávací centrum České barmanské asociace (CBA). Po letech se tak tato významná profesní organizace konečně dočká vlastního sídla a zázemí. „Na projektu centra pracujeme od roku 2008,“ říká prezident České barmanské asociace Aleš Svojanovský.

TEXT: MICHAEL LAPČÍK, NEPIJUBRECKY.CZ



Brno vs. Praha

Národní vzdělávací centrum a sídlo CBA bude stát v brněnské čtvrti Líšeň. Vedení asociace tuto polohu zvolilo záměrně. Většina barmanských vzdělávacích či volnočasových aktivit se totiž nyní odehrává v hlavním městě. Pro Moravany není vždy časově i finančně jednoduché kvůli dvouhodinovému semináři dorazit do Prahy. Z tohoto pohledu je Brno dostupné pro všechny. Různé aktivity by se v novém centru měly konat když ne denně, tak alespoň několikrát měsíčně.

Divadlo i národní výbor

Objekt budoucího sídla CBA byl postaven v roce 1930 a má poměrně zajímavou historii. Sloužil totiž k mnoha rozmanitým účelům. Byla zde prodejna potravin, restaurant s ledovnou – místností určenou k chlazení piva, místní národní výbor, divadlo, sklad. V roce 2004 budova prodělala zásadní rekonstrukci, takže disponuje novou střechou, fasádou i okny.



Nákup nemovitosti jsme ze 70 procent zajistili z vlastních zdrojů. Zbývající část poskytli členové CBA ve formě půjčky s tím, že projektu věří.

Jak se funguje organizaci, jako je CBA, bez kamenného sídla a dalšího potřebného zázemí?

Šlo o výrazný dlouhodobý problém. Především se vzrůstající aktivitou a v posledních několika letech také s rozšířením CBA o sekce baristů, teatenderů a příbuzných oborů přibývalo materiálu, který je potřeba někde uskladnit. Pokud nemáte k dispozici vlastní prostory, je to problém. I z toho důvodu, že se nemáte kde sejít, ať už kvůli schůzi, školení, či jen přátelskému posezení. Řeší se to různými pronájemy, což přináší jen další a další komplikace.

Řeší barmanské asociace ve světě podobné problémy?

Jde o to, jak jednotlivé asociace fungují. Některé velmi dobře, jiné naopak čínorodé nejsou. Já tu naši počítám mezi schopné organizace, které se dnes pohybují na špici, a s těmi se chci srovnávat. Jako příklad uvedu Taiwan. V zemi o velikosti podobné té naší jsem byl dvakrát a fungování tamní asociace mě hodně inspirovalo. Nejen pořádáním soutěže, jíž se zúčastnila tisícovka barmanů, ale i návštěvou jejich vzdělávacího a výcvikového centra. Tyto prostory jsou technologicky velmi dobře vybaveny. Mají tam třeba rez kávoavarem sloužící k lepšímu pochopení principu jeho fungování.

Letos jste koupili budovu budoucího centra a hodláte ji opravit. Jakým způsobem CBA zajišťuje financování projektu?

Nákup nemovitosti jsme ze 70 procent zajistili z vlastních zdrojů. Zbývající část poskytli členové CBA ve formě půjčky s tím, že projektu věří. Počítám také se zapojením našich klíčových partnerů. Už jsem z jejich strany obdržel celou řadu příslibů na finanční či materiální podporu.

A co náklady spojené s provozem?

Plánujeme využít multifunkční prostory centra k pronájmům na různé akce. Počítáme navíc s úsporami, protože už si sami nebudeme muset žádné prostory pronajímat jako doposud.

Co jste schopni pomoci vzdělávacího centra barmanům nabídnout?

CBA se profesním vzděláváním zabývá od prvo počátku své činnosti. V centru půjdeme cestou dvou rozdílných konceptů. Tím prvním jsou

školení v podání zajímavých osobností oboru z České republiky i zahraničí, která budou určena spíše pro VIP skupinu gastronomických pracovníků. Samozřejmě se ale chceme zaměřit i na tu část našeho odvětví, jíž se doposud nikdo nevěnoval, a tím výrazně zlepšit úroveň české gastronomie. Máme v plánu tento personál edukovat tak, aby byl schopen zvládat základní činnosti, jež se od něho očekávají. V tomto ohledu je dnešní situace neuspokojivá a je potřeba s ní něco dělat. Nebudeme se tedy orientovat pouze na high-level barmany, ale na desetitisíce těch, kteří přístup k potřebným informacím nemají.

Čeští barmani přitom v mezinárodních konfrontacích dosahují nadprůměrných výsledků.

Funguje to tak již delší dobu. CBA vozí snad z každého mistrovství světa nějaký významný kov. Na mezinárodních soutěžích se standardně umísťujeme na předních místech. Čeští barmani se také s úspěchem účastní brandových soutěží typu Nikka Perfect Serve, Bacardi Legacy, Beefeater MIXLDN, Havana Club Grand Prix, nebo Diageo World Class. Takže se máme čím pochlubit a co prezentovat.

Co přesně je potřeba zdůrazňovat zaměstnancům gastronomických podniků?

Zdá se to být neuvěřitelné, ale mnohdy personálu chybí naprosté základy. Zamyslete se sami nad tím, zda jste se při poslední návštěvě cítili opravdu komfortně?

Zda byla komunikace s personálem příjemná? Pozdravil vás vůbec někdo? Seděli jste u čistého stolu či baru? Měli jste pocit, že o vás personál pečuje? A co úsměv?

Toto a mnoho dalších důležitých detailů je potřeba nejen připomínat, ale hlavně systematicky trénovat. Česká gastronomie to potřebuje jako sůl!

Jak přesvědčíte zaměstnavatele, aby dal svému personálu volno a zaplatil školení?

Nabídneme mu zajímavý formát tak, aby měl možnost své lidi za rozumné peníze důkladně proškolit. Od komunikace s hostem přes základy servisu až po přípravu koktejlů a kávy. Hosta takto proškolený personál více uspokojí a on se tak bude do podniku vracet. Majitelům to přinese zvýšení obrátu a zisku. Ten princip je starý a známý, ale uvědomme si, že valnou většinu gastronomických zařízení u nás vlastní majitelé, kteří gastronomii v podstatě nerozumí. A my jim umožníme se s těmito principy seznámit.

Proč se vlastně barmani nenaucí vše potřebné už na hotelové škole?

Není to otázka přímo na mě, ale je to bohužel pravda. Většina hotelových škol vypouští absolventy na pracovní trh s tím, že vlastně vůbec nic neumí. Možná mají základní přehled ve zboží-znactví, ale zcela standardně neudrží dva talíře v jedné ruce. To je tristní stav věcí. Na druhou stranu většina lidí, která prošla gastronomickými školami, pak v gastro vůbec nepracuje. Takže pravděpodobně budeme školit zaměstnance přeučené z jiných profesí, samouky, kteří někde něco odkoukali, ale v zásadě jim nikdo nic správně nevysvětlil. Především na ty chceme působit.



Měli by barmani, baristé, teatenderi a další pracovníci v gastronomických oborech ctít nějaké profesní normy, jakési desatero? Existuje vůbec?

Jistě, takové kodexy existují. Zahrnují například, jak se má člověk k hostům chovat, jak profesně vystupovat. Především je potřeba si uvědomit, že v gastronomii jsme tady pro ty, jež stojí na druhé straně pultu, nebo sedí u stolu. Nikoliv, že oni přišli do našeho podniku kvůli nám, to je nesmysl.

Můžou samotní barmani přispět ke zdaru celého díla?

Určitě ano a my s tím i trochu počítáme. Barmani nebo baristé vždycky dohromady tvořili skvělou partu. Byť rivalita mezi jednotlivými podniky bude vždycky existovat, v globálu jde o lidi, kteří spolu rádi zajdou na drink a není jim přitom lhostejné, jak to v jejich oboru vypadá. Takoví určitě rádi pomohou při plánované revitalizaci budovy centra, vždyť práce na ní bude spousta. Jiní si zase stoupnou do čela přednáškové místnosti a v pozici přednášejících se ujmou edukace. A tak je to nejlepší – když barman vzdělává barmana k prospěchu nás všech. ●

Od muzea po party

V objektu vzniknou hned dvě vzdělávací místnosti. Ta menší pojme 30 až 50 osob, do velkého sálu se vejde až 350 lidí. Díky kvalitnímu technickému vybavení se zde budou moci pořádat školení, soutěže, party, setkání, prezentace. Vysoký strop velkého sálu umožňuje dobudovat ochoz, na němž vznikne muzeum nápojové gastronomie a knihovna barmanské literatury. Dále v centru nalezneme kancelář CBA, sklady, učebnu pro baristy s vybavením, tréninkovou místnost flairových barmanů a prostory pro prezentaci partnerů CBA.



Achim Šipl, legenda českých barů a průkopník molekulární mixologie

Úroveň českých podniků se zvyšuje

„Kdysi jsem vytvořil menu, které se jmenovalo For fresh live a podporovalo zdravý životní styl. Obsahovalo například dietní drink bez cukru či drink s ingrediencemi podporující hubnutí – nízkotučný jogurt a ananas. V menu byl i antioxidační drink, který obsahoval rakytník, ostružiny a matcha čaj. Chci tím říct, že dnes může barman nabízet v průběhu dne i dobrý nealko drink,“ říká v rozhovoru pro noviny Svět HORECA.

TEXT: HONZA ŠVÁCHA

Kdo přišel s molekulární mixologií v Čechách jako první?

Nedá se to úplně jednoznačně stanovit. Svůj první alkoholický želatinový dort jsem dělal kamarádům na narozeninách před patnácti lety a v tu chvíli mě ani nenapadlo, že podobnou činnost budu někdy dělat jako molekulární mixologii. Vím však, že třeba Tretter's Cocktail bar začínal s podobnými produkty někdy před deseti lety. Pak se objevilo několik zahraničních seminářů, byl zde například i Jamie Boudreau a molekulární mixologie se začala dostávat do podvědomí návštěvníků barů. Za sebe mohu říci, že jsem se tohoto tématu dotýkal z různých stran. Bar mi vždycky přišel spíše jako zážitková gastronomie. Když se z ingrediencí kouří, když je proces výroby i výsledný produkt zajímavý na pohled, tak právě to mě baví.

Jaký je zájem českých zákazníků o tento způsob výroby koktejlů?

V současné době existuje několik barů, které molekulární mixologii nabízejí, neexistuje však žádný bar, který by se specializoval pouze na ni. Myslím si, že je to správné, protože molekulární mixologie je pouze jednou ze součástí celého spektra míchání drinků. Barman by se tedy měl zabývat i touto možností. Před pěti lety jsem se rozhodl, že k molekulární mixologii je potřeba nejdříve zájemce školit a učit o co se vlastně jedná, aby mohli předávat svou zkušenost hostům. I dnes existují stále noví a noví zákazníci, kteří ještě nic podobného neviděli.

Co musí barman vědět a umět, aby mohl působit jako molekulární mixolog?

Měl by být již zkušený, měl by vědět, s jakými surovinami se jak pracuje a jaké mají vlastnosti. Musí si uvědomit základní vztahy mezi produkty a musí mít chuť a invenci měnit bar a přinášet hostům něco nového.

Trochu to připomíná dílo starých alchymistů. Je zapotřebí být dobrý v chemii?

Stačí mi chemie ze základní školy. Molekulární mixologie vychází z molekulární kuchyně. Začínal jsem jako kuchař a tak získal největší objem vědomostí. Člověk si všechny suroviny musí osahat. První molekulární produkt, se kterým přijde do styku téměř každý, je obyčejná šlehačka. Emulze plynu v tekutině.





Vaše úspěchy jsou všeobecně známé. Která soutěž je nejnáročnější?

Paradoxně nejtěžší je vyhrát Barmana roku v České republice. Podle mě je to jedna z nejobtížnějších soutěží na světě. Jde o seriál klání, kde první umístěný získává deset bodů a desátý bod jeden. Za celý rok se nakonec sečtou výsledky a kdo má nejvíc bodů, stává se barmanem roku.

Kdybch si u vás chtěl objednat nějaký drink, v kterém podniku vás najdu?

Momentálně v žádném. V současné době se věnuji své pozici ambasadora ve firmě Rudolf Jelínek a rodině. Je pochopitelně možné si mě objednat na jednotlivé akce, ale v žádném konkrétním baru nepůsobím.

Není to škoda?

Život jde dál. Měl jsem vlastní bar, pak jsem byl také dva roky ve špičkovém podniku Oblaca na žižkovské věži, kam za námi jezdili lidé z celého světa. To skončilo, teď se starám o firmu Jelínek a její značku. Je to pro mě nová práce a musím říci, že mě baví.

Jaká je podle vás úroveň barmanského řemesla v republice?

Myslím, že se úroveň českých podniků neustále zvyšuje. Je možné to pozorovat podle úspěšnosti a proslulosti českých zástupců ve světě. Přesto mám pocit, že plošně, v jiných městech než v Praze, klesá poptávka po míchaných drincích. Lidé pijí hodně na výsledek nebo na cenu.

Pít na výsledek znamená rychle se opít?

Ano. Část lidí zajímá víc síla alkoholu a jeho cena, než požitky z jeho konzumace. Od svých kolegů barmanů mám informace, že je obtížné prodávat koktejly jako takové. Boom, který vznikl před patnácti lety, kdy všichni chtěli ochutnat pina coladu, je pryč.

Který podnik byste doporučil?

Vždycky chodím rád do baru Black Angels na Staroměstském náměstí. V loňském roce získal tento podnik velmi prestižní ocenění jako jeden z nejlepších na světě. Při předávání cen v New Orleansu skončil na čtvrtém místě.

Od svých kolegů barmanů mám informace, že je obtížné prodávat koktejly jako takové. Boom, který vznikl před patnácti lety, kdy všichni chtěli ochutnat pina coladu, je pryč.

Už na tomto příkladu je vidět, že české bary jsou na světové úrovni. Většina českých top barů je srovnatelná s evropskými a kolikrát bych řekl, že jsou i lepší. Myslím, že například Řecko, Španělsko či Itálii jsme předběhli. Skvělé bary jsou v Německu či ve Velké Británii, ale i v těchto podnicích pracují často čeští barmani. Kamarád Vráfa vede například bar v Mineapolis v USA.

Vím, že jste se podílel také na koktejlovém menu CBA - Coca-Cola 2014 a 2015. Oč běží?

V loňském roce Coca-Cola společně s Českou barmanskou asociací vytvořila projekt, který si vzal za cíl vytvořit pro široké spektrum zákazníků koktejlové menu. Bylo tedy vytvořeno menu s linkou emočního marketingu ze světově známých drinků, které by měl každý z produktů firmy Coca-Cola jednoduše umět připravit. Jed-

ním z nápojů je například Screwdriver – Šroubovák. Pochopitelně se jedná o vodku s džusem. Mixologicky to není úplně zajímavé, ale tento drink si umí udělat každý a ještě existuje nádherná story o jeho vzniku.

Prozradíte ji?

Šroubovák mu začali říkat američtí inženýři, když na konci čtyřicátých let přijeli poprvé do Arábie pomáhat s těžbou ropy. Nesměl se tam pít alkohol, tak si tajně lili vodku do plechovky s džusem a říkali tomu šroubovák. Pěkná historika existuje i o vzniku Coca coly s rumem - Cuba libre. U příležitosti vzniku nezávislosti Cuby na Španělsku v roce 1898 probíhaly bujaré oslavy. Jeden z kapitánů tenkrát prý pozdvihl sklenku, ve které měl namíchanou „imperialistickou“ Colu a kubánský rum a vykřikl: „Svobodná Cuba!“ Jinak Cuba libre. Od té doby se tak tomu pítí říká.

A v roce 2015?

Mělo by vzniknout podobné menu, tentokrát ale s novými drinky.

Od okamžiku, kdy jsem viděl film Samotáři, se chci někoho zeptat, zda je bodyshot mýtus nebo realita. Opravdu se tímto způsobem servíruje tequila? A dělo se tak ještě před uvedením filmu Samotáři?

Osobně jsem se setkal s tímto servírováním koktejlu až po uvedení filmu. Dnes se o tom ví a občas někdo někoho vyhecuje. Řekl bych, že dalších deset let po filmu byl bodyshot na barech vidět poměrně často. Ovšem bodyshot různých úrovní. Nejrůznější atributy, nejrůznějších koktejlů byly na nejrůznějších místech lidských těl.

Jste ambasadorem firmy Rudolf Jelínek Vizovice. Co všechno tato funkce obnáší?

Ambasador je ochránce značky. Konkrétně mám na starosti přípravu mixologických struktur na všechny produkty této firmy. Starám se také o vzdělávání veřejnosti i odborníků a jsem u příprav marketingových akcí. Loni jsme vytvořili například drink, který se jmenoval Rande, a já k němu dodal vizitku: „Zvu tě na rande. Jestli souhlasíš, tak se usměj.“ ●

Zimní nadvláda svařeného vína a čaje s rumem je minulostí

V zimě zahřejí i horké koktejly

Nápadité horké koktejly mohou v zimě více oslovit ženy i hosty, kteří by si normálně skleničku něčeho ostřejšího vůbec neobjednali. Výrobci likérů a destilátů proto ve spolupráci s profesionálními barmany sestavují koktejlůvá menu, s jejichž pomocí můžete rozšířit obzory svým hostům.

TEXT: LIBOR HRUŠKA

Zimní nadvláda svařeného vína a čaje s rumem a citronem je minulostí. Nabídka originálních horkých nápojů se rok od roku rozšiřuje. Svařené nealkoholické pivo, horký cider? Proč ne, fantazii se meze nekladou a výrobci alkoholických nápojů se předhánějí, kdo zákazníkům nabídne tu nejzajímavější kombinaci. Tak třeba v humpoleckém pivovaru Bernard vymysleli, jak ke konzumentům v zimě ve větší míře dostat svá nealkoholická ochucená piva. Višňový i švestkový Bernard doporučuje pivovar podávat svařený s hřebíčkem, skořicí a cukrem.

„Tyto nápoje jsou v zimě populární, zejména v zimních střediscích. Ovšem prodávají se i v klasických barech a restauracích, mnohdy „vylepšené“ tvrdším alkoholem, například rumem, slivovicí nebo griotkou,“ směje se obchodní ředitel pivovaru Zdeněk Šípek. Reakce majitelů a provozovatelů restaurací jsou podle něj vesměs pozitivní, v nabídce má pivní „svařáky“ velké množství partnerských restaurací pivovaru. Hosté se o nich mohou dozvědět ze speciálních plakátů, letáků nebo pivních tácků. „Máme i stojánky na stoly s recepturou. Pomáháme i se zviditelněním vně restaurací, například převýšeným štítem na venkovní áčkové tabule.“

Mohou být do budoucna teplé nápoje pro pivovary také částečnou kompenzací nižší spotřeby piva přes zimu? „Ne, podíl těchto nápojů je skutečně minoritní a jedná se spíše o zpestření trhu a podporu značky Bernard, která tímto stylem dokáže v zimě i zahřát,“ uzavírá Šípek.

Haughtonova směs

Se svým horkým drinkem letos v zimě vyrukoval i největší český výrobce piva. Ne, nejde o svařený Birell, ale o experiment se ciderem Kingswood, který se má běžně podávat na ledě. Zkvašený jablečný nápoj se v obchodech prodává spolu se speciální směsí koření. Recepturu vytvořil ten nejpovolanější – zakladatel první irské hospody v Čechách a majitel toho nejlepšího receptu na svařený cider, Frank Haughton. Oproti směsi koření na svařené víno může zákazníky překvapit chuť zázvoru, kardamomu a pomerančové kůry, ale samozřejmě nechybí ani tradiční zimní koření – skořice a hřebíček.

Jak už naznačil obchodní ředitel Šípek, mají pro pivovary zimní recepty pouze okrajový význam. Jinak je tomu u výrobců likérů a destilátů. Prakticky všichni důležití hráči na trhu dnes nabízejí



specializovaná zimní menu míchaných nápojů, která většinou vznikají ve spolupráci s předními tuzemskými barmany. „Některé horké drinky vycházejí z mezinárodního standardu (Jameson Irish Coffee), ale pak jsou drinky, které jsme vyvinuli speciálně pro český trh jako je náš nový Jameson Hot Ginger. Jedná se o jedinečnou kombinaci Jamesonu, zázvorového čaje, medu a kandovaného zázvoru. Tento drink jsme vytvořili ve spolupráci s Jiřím Richterem, předním českým barmanem, a dali jsme si záležet, aby všechny chutě byly perfektně vyvážené,“ říká například Jameson Brand Ambassador Adam Blišťan.

Mixologie Jelínka a Karloffa

Ve společnosti Rudolf Jelínek připravuje míchané nápoje přímo ambasador značky Achim Šipl. „Pro zimní období připravil horké míchané nápoje z likéru Bohemia Honey,“ říká marketingová manažerka Petra Jurečková. Také slovenská firma Karloff, která v Česku a dalších zemích bojuje se svým Tatranským čajem (neboli Tatratea) na mnoho způsobů, se rozhodla svěřit sestavení koktejlového menu profíkovi. „Myšlenka vytvořit koktejlové menu ze všech druhů Tatratea vznikla už dříve. Dlouho jsme ale hledali barmana, se kterým bychom chtěli spolupracovat. Našli jsme různé – filozofy, showmany, inovátory, ale nakonec jsem se rozhodl pro Mariána Beke, který byl prostě totálně kreativní, úplný šaman. Marián objevil verzalitu Tatratea v mixologii a z jedenácti druhů vyskládal třiatřicet drinků. Každý Tatratea je možné použít ve třech variantách- mixology, easy a hot. Mixology je pro barmany, hotely a restaurace. Easy na jednodušší přípravu doma a hot je horká verze,“ vysvětluje koktejlový koncept společnosti Karloff Lucia Giacková.

Mezi horkými koktejly z Tatranského čaje je nejoblíbenější ten s názvem Hot Citrus. K jeho přípravě potřebujete 40 ml Tatratea Citrus, čaj z meduňky, železníku a mateřídoušky, 20 ml hroznového cukru, čerstvou šťávu z půlky citrónu a špetku soli. Na první pohled zní sice recept trochu složitě, i v běžných provozovnách ale přibývá hostů, kteří podobné experimenty dokáží ocenit. A nejenom v případě Tatranského čaje. „Lidé objevují nové kombinace a zjišťují, že Jameson chutná skvěle nejen samotný, ale v koktejlech a horkých nápojích,“ těší Adama Blišťana. „Horké drinky zatím slaví u zákazníků úspěch. Především Jameson Hot Ginger, který se perfektně hodí do zimních měsíců a je pro většinu lidí naprostou novinkou.“

Hodně živá hruška

A zpětná vazba od milovníků destilátů a likérů společnosti Rudolf Jelínek? „Mezi dlouhodobě oblíbené horké nápoje patří bezesporu slivovice R. Jelínek s černým čajem. My ji doporučujeme doplnit o sušené švestky a lžičku medu. Stále oblíbenější a mezi zákazníky žádanější je hruškovice R. Jelínek s hruškovým džusem, vodou, medem a kousky kompotované hrušky. Na horách, kde je velká koncentrace turistů, je velmi oblíbeným nápojem Jagertee, který se míchá z Stroh Jagertee a horké vody,“ hodnotí chutě českých a moravských konzumentů Petra Jurečková. „Mým nejoblíbenějším horkým nápojem je novinka z dílny společnosti R. Jelínek s názvem Hot Honey, která se skládá z likéru Bohemia Honey, jablečného džusu, medu a skořice,“ dodává Achim Šipl.



Horké nápoje jsou vhodné pro všechny provozovny, protože jejich výhodou je to, že nejsou vázány na místo, ale na roční období.

Výrobci horké koktejly logicky „tlačí“ především v horských střediscích. „Horké nápoje jsou ale vhodné pro všechny provozovny, protože jejich výhodou je to, že nejsou vázány na místo, ale na roční období. Zákazníci se rádi v zimě zahřejí něčím teplým a nezáleží na to, kde se momentálně nacházejí. Z logiky věci je ale jasné, že větší poptávka po horkých nápojích je na horách v lyžařských střediscích,“ říká Šipl. Mohou být elegantní horké koktejly i způsobem, jak lépe zacílit na ženský segment? „Kategoricky nelze označit horké nápoje za ryze ženské, ale je pravda, že se dá s horkými nápoji dobře pracovat a přizpůsobit je servírováním a použitými ingrediencemi ženám na míru. Například nápoj složený z čaje Vůně lásky a likéru Bohemia Honey je přímo ideální,“ myslí si jeho kolegyně Jurečková.

Podpora pro bary

Novinky se samozřejmě nikdy neprodávaly samy, a tak výrobci poskytují restauracím a barům marketingovou podporu. „Mimo klasické způsoby podpory jako jsou tablety a plakáty jsme pro restaurace v závěru loňského roku připravili speciální Cocktail book, kde naleznou míchané nápoje z našich produktů včetně detailního způsobu přípravy. K míchaným nápojům z Bohemia Honey jsme připravili i samostatné vizuály, které lze použít zvlášť nebo doplnit do stávajících materiálů jednotlivých provozoven,“ vyjmenovává Petra Jurečková. „Restaurace, hotely a bary od nás dostávají různé bannery, které naši grafici umějí upravit podle různých požadavků. Vyrábíme jim nápojové lístky (brandované, ne všeobecné) a na začátku spolupráce, samozřejmě po dohodě, která má vždy svá specifika, mají ochutnávku všech Tatratea,“ uvádí Lucia Giacková.

Možností, jak zahřát vaše hosty, tedy máte nekonečně mnoho. Zbývá jen doufat, že začne spolupracovat i samotná zima, která se ve své první polovině zatím moc nepředvedla. ●

INZERCE

Káva Na Cestách.cz

*výroba mobilních stánků
profesionální
zkušenosti
školení
servis*

GCX s.r.o.
Havlíčkova 868
75701 Valašské Meziříčí

www.KAVOVARY.cz Tel : 571 614 443

Představujeme legendární značky alkoholu

Sailor Jerry Rum



Sailor Jerry Spiced Caribbean Rum je kultovní rum pojmenovaný po americkém námořníkově a prominentním karibském tatérovi 20. století Normanu Collinsovi, zvaném Sailor Jerry. Proslavil se nejen tetováním svůdných karibských tanečnic hula girls, ale také vlastní recepturou ve světě proslulého rumu, jehož vůni a chuť tvoří mohutná infuze vanilky, skořice, hřebíčku a limetky.

TEXT: PETR HOLEČEK

Rum je tedy založen na originální americké receptuře a má výrobní postup velice blízký ostatním špičkovým karibským rumům. Co ho ale činí naprosto jedinečným, je koření. Do každé várky je přidána speciální směs, která obsahuje například zázvor, skořici, hřebíček, vanilku, ale i infuzi přírodní limety. Romy, ze kterých je Sailor Jerry míchán, pocházejí výhradně z Karibiku, který je už přes 400 let srdcem a duší tohoto destilátu. Rum se v duchu kultu námořníka a tatéra Collinse, stal symbolem samostatného a nespoutaného životního stylu, věcí a hodnot, které má rád člověk, který ví, co chce a kde to dostane. Člověk, který se řídí heslem všechno nebo nic.

Máš na sobě Normana?

V nové, lehce upravené receptuře získal větší jemnost a hladkost. Proti původní verzi má i méně alkoholu. Pro konzumenty se sběratelskými sklony je tento rum zajímavý také vnitřní stranou zadní etikety, na které jsou vyobrazeny různé podoby havajských tanečnic. Kouzlo spočívá v tom, že obrázky jsou viditelné teprve po vypití celé lahve. Čím víc lahví rumu Sailor Jerry Spiced vypijete, tím víc budete mít etiket s obrázky půvabných Havajenek, které tak nabízejí výjimečnou sběratelskou kuriozitu.



///
Iggy Pop vytvořil společně s rumem Sailor Jerry exkluzivní módní kolekci.

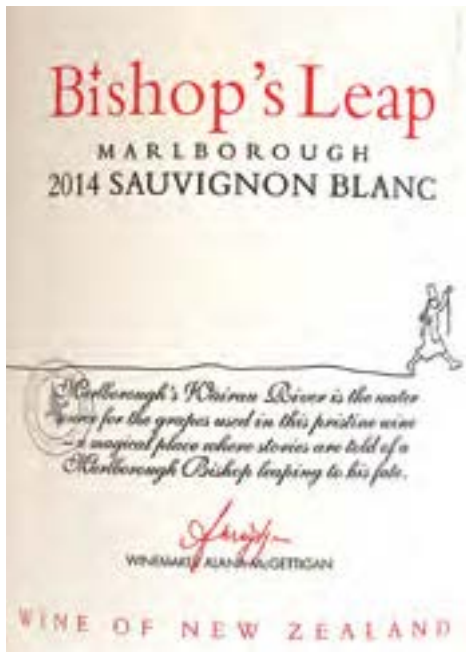


Norman Collins alias Sailor Jerry je otcem a legendou klasického „old school“ tattoo. Norman byl námořník, plavil se i na dálný východ a inspirace asijskou kulturou ho provázela při tatérské dráze, se kterou v devatenácti začal v Chicagu. Proslavil se však až na Havaji, kde spojil své umění s nespoutaným životem námořníků a vojáků, kteří mířili na pobřeží užít si 48 hodin divoké jízdy. Pevninu většina z nich opouštěla s nesmazatelnou vzpomínkou v podobě Normanova tetování. Umění Sailora Jerryho se tak stalo kultem a rychle se rozšířilo z drsné námořnické subkultury mezi běžné smrtelníky. Byli to právě stoupenci této tatérské legendy, kteří na začátku devadesátých let nastartovali značku Sailor Jerry, ve které duch osobnosti Normana Collinse žije dál – at už jde o kolekci oblečení nebo výjimečný rum. Neboť co jiného než jemný kořeněný rum vystihuje lépe divoký život námořníka.

Svezl se i Iggy Pop

Iggy Pop, ikona punku a rock'n'rollu, společně s rumem Sailor

Jerry vytvořil koncem minulého roku zcela exkluzivní módní kolekci. Jedná se o speciální limitovanou edici pánské džínové vesty, kožené opasky a nášivky, která bude k prodeji na konci října 2014. Značka Sailor Jerry Clothing, která existuje od roku 1999, pokračuje v nově zavedené tradici a stejně jako v loňském roce vytvořila kolekci oblečení ve spolupráci s umělcem, který ctí ducha Sailora Jerryho. V roce 2013 tato značka poprvé uvedla na trh The Flash Collection, limitovanou kolekci oblečení ve spolupráci s baskytaristou punk rockových The Clash Paulem Simonem. Tentokrát si značka Sailor Jerry Clothing zvolila jako svou ikonu Jamese Newella Osterberga, známého jako Iggy Pop. Ten propojil tradiční a osobité motivy Sailora Jerryho se svým životním postojem jednoho ze zakladatelů punku. Z této spolupráce vzešly tři limitované položky, a to kultovní džínová vesta, ručně vyrobený kožený opasek a vyšíváné nášivky. Výtvor Iggyho Popa je k prodeji v několika málo obchodech po celém světě a na internetových stránkách www.sailorjerryclothing.com.



3 tipy pro vaše hosty

Host pijící víno přijde do restaurace jako k expertům a velmi rád si nechá poradit. Tak mu poradte. Nabídněte služby v balíčku, aby dostal všechno, co spolu patří. Například tři vína pro tři chody, kombinace, o jejichž vhodnosti jste přesvědčeni, protože znáte chuť obou. Důležité je také umět se o vínu rozprávět. Pomůže vzor níže.

TEXT: ZDENEK REIMANN

Je obecně známo, že k sofistikovanému, vybranému jídlu se pije spíše suché víno, které podpoří delikátní chuť kuchařského umění. Nabídněte hostům tři zajímavá jídla z vašeho menu a k tomu tři zajímavé Sauvignony, na nichž se oba s radostí shodnou: klasickou a veleoblíbenou evropskou odrůdu tentokrát z Nového Zélandu. Jedno z vín je šumivé, medailemi ověčené, všechna jsou z vinařství roku Svatá Klára. Sauvignon Blanc, nebo jen Sauvignon, je stará francouzská odrůda pěstovaná snad ve všech vinařských regionech na světě, z nichž ten novozélandský, Marlborough (vyslovujte márboro) je uznáván jako snad vůbec nejlepší. Odrůdu tam přinesli francouzští osadníci kolem roku 1860, dávno před tím, než evropské vinohrady zlikvidoval

mšička révokaz. Cenově jsou vína zajímavá; například Bishops leap je nejprodávanější, nejlevnější (něco pod dvě stovky v nákupce), vynikající. Více informací o vínech, cenách a závozu na post@palamar.cz.

Bishop's Leap 2014 (biskupův skok)

je Sauvignon z novozélandského vinařství roku Svatá Klára z regionu Marlborough. Na etiketě je zastižen biskup při seskoku ze skály do řeky Wairau. Snaží se zachránit před útočícími místními Maury. Povedlo se mu to. Řeka Wairau zavlažuje vinohrad, z něhož víno pochází. Má vynikající, intenzivní a čistou odrůdovou chuť se stopami vyzrálého angreštu (máte rádi angrešt?) a černého rybízu, s vůní čerstvé ranní louky. Osvěží. V chuti je správně suché, s neagresivní kyselin-

kou a středně plným tělem. Bishops leap je nejprodávanější, nejlevnější a vynikající. Doporučujeme ho k salátům, kuřeti i rybě, těstovinám.

Prémiový Sauvignon 2014

s černou etiketou z novozélandského vinařství roku Svatá Klára je medailemi ověčený. Tento Sauvignon vyhrál mnoho soutěží pro svůj čistý, intenzivní odrůdový charakter. Je ze starších rév s delšími kořeny, které přinášejí do hroznů více chuti, stopových prvků, minerality, nádech kopřiv, harmonii. Francouzi tvrdí, že mnoho lepších Sauvignonů na světě za stejnou cenu snad není a servírují ho nejčastěji s ústřicemi. Náš kuchař připravil k tomuto prémiovému vínu (pstruha nebo jinou rybu). Mohu doporučit. Myslím, že budete spokojeni.

Náš ročníkový Sauvignon sekt 2012

z novozélandského vinařství roku Svatá Klára je unikátní, lehké šumivé víno, které si nezadá s těmi nejlepšími na trhu. Tento sekt vyniká svěží ovocitou vůní se stopami bílé broskve, passionfruit, zralého grepu, černého rybízu a minerálními, bylinkovými tóny. Pohádka. Jmenuje se Vikářův výběr, protože ze všech Sauvignonů v okolí ho pan vikář považuje za nejlepší. Mohu jednu lahev přinést, prosím? ●

Svět H&G testuje

Dolce vita!

Kdo hodnotil

**MAREK BABISZ**

Přední český enolog. Je hlavním sommeliérem Salonu vín ČR. Je absolventem Zahradnické fakulty MZLU v Lednici a disponuje zkušenostmi z výrobní i obchodní praxe.

**RICHARD SÜSS**

Přes sedm let je hlavním sommeliérem ve společnosti Makro Cash & Carry. Rozhoduje o tom, jaké víno bude řetězec prodávat, osobně vyhledává malá vinařství.

**PETR HOLEČEK**

Šéfredaktor magazínu Svět H&G. V testu zastupuje spíše veřejnost. Ačkoli není enologem, má s vínem za dobu své praxe v gastronomickém titulu bohaté zkušenosti.

Ochutnáváme cenově dostupná bílá polosladká a dezertní vína, která vinařství nabízejí do pohostinství. Jak dopadlo šest vzorků, které jsme vybrali ve spolupráci se Svazem vinařů? Pro magazín Svět H&G hodnotí renomovaný sommelier Richard Süß z Makra, hlavní sommelier Salonu vín ČR Marek Babisz a své poznatky zaznamenal i šéfredaktor Světa H&G Petr Holeček.

Aurelius, výběr z hroznů, 2013, Rodinné vinařství Košut

Marek Babisz

Barva vína je jiskrně žlutá ze zlatavými odlesky. Čistá intenzivní ovocitá vůně je doplněná o medovo-hrozinkové tóny s nádechem lipového květu. Chuť je komplexně vyvážená, hrozinková s tóny akatového medu kdoulí. Rodinnému vinařství Košut se podařilo vynikající Aurelius, který byl oceněn Zlatou medailí ze San Franciska. Toto víno doporučuji k francouzským palačinkám s kdoulouvou marmeládou a javorovým sirupem.

★★★★★

Richard Süß

Zářivě citronově žlutá barva s velmi dobrou viskozitou. Vůně marakuji, zralého ananasu a vanilkového těsta, přezrálých hroznů a meruňkové marmelády. Chuť je bohatá s velmi příjemnou ovocnou strukturou připomínající hrušková povidla se skořicí, ananas a skořicí. V dochuti překvapí šťavnatost a hravost vína, která je zakončena krásnou kyselinou s dozvukem sladkého pomeranče. K tomuto hravému vínu bych doporučil langustýny s rebarborovou omáčkou.

★★★★★

Petr Holeček

Rodinné vinařství z Prušánek ukázalo víno perfektní kvality a příjemně nižším alkoholem. Vůně je velmi bohatá s ovocným nádechem, chuť má vyváženou kyselinu s nádechem medu. Víno, které získalo stříbrnou medaili Krále vín České republiky 2014, je vyrobené z odrůdy Aurelius, která vzniká křížením Neubuského a Ryzlinku Rýnského, vyšlechtěná Ing. Veverkou a Ing. Zatloukalem na šlechtitelské stanici v Perné.

★★★★★

VÍTEZ TESTU

Lokus červený, likérové víno 2011, Víno J. Stávek

Marek Babisz

Temně inkoustová až černá barva s intenzivně fialovými odlesky. Vůně připomíná tmavé ovoce jako ostružiny, moruše a přezralé černé višně zalité hořkou čokoládou. Chuť je plná s tóny vařených povidel, hřebíčku, vanilkového lusku a kakaových bobů. Díky fortifikaci moštu z odrůd Alibernet, Rubinet a Neronet vzniklo výjimečné likérové víno, které zrálo několik měsíců na barikových sudech. Víno je vhodné k čokoládovým dezertům.

★★★★★

Richard Süß

Temně červená barva s mahagonovými odlesky a velmi dobrou viskozitou. Vůně je intenzivní, připomíná povidlový a makový koláč s třešňovým likérem s čokoládovou polevou. Chuť je výrazná s tóny višně v čokoládě. Dále se ve víně objevují stopy makového dezertu, Schwarzwaldského dortu a černých višně. Dochutí vína je dlouhá, hřejivá s příjemným čokoládovo-višňovým závěrem. Při druhém napití lze ještě rozpoznat tóny dřeva a karamelu. Víno se bude skvěle hodit k dezertům s tmavším bobulovým ovocem.

★★★★★

Petr Holeček

Malé rodinné vinařství z Němčiček dokázalo vyrobit víno temně inkoustové barvy, které se skvěle hodí k dezertům na bázi čokolády. Likérové víno bylo vyrobeno fortifikací kvasícího moštu hroznovým destilátem. Výraz vína je zajímavou kombinací vyššího obsahu přírodního hroznového cukru a kabernetového buketu, který v dochuti doplňuje jemné čokoládovo-pražené aroma dubového dřeva. Vedle dezertů se bude skvěle hodit i k vyzrálým kozím sýrům.

★★★★★





Ryzlink vlašský, výběr z bobulí 2012, Chateau Valtice - Vinné sklepy Valtice

Marek Babisz

Intenzivní světlezlatavá až slámová barva s dobrou viskozitou. Aroma je plné a široké. Vůni provází tóny hrozinek, medu a kandovaného ovoce. Chuť je bohatá s velmi příjemnou harmonií mezi cukrem a kyselinou. Páteří vína dominuje ovocně sladká chuť s nádechem medu, datlí a meruňkové zavařeniny. V dochuti je zajímavý kořenitý až minerální tón. Víno doporučuji ke grilovaným kachním nebo husím játrům s jablečným krémem.



Richard Süß

Čistá, sytě zlatá barva se zelenkavými odlesky a vysokou viskozitou. Aroma lučního medu, kandovaného ovoce, sušeného ananasu, zavařených meruňek a sušených exotických květů. Chuť je plná s výraznými tóny kandovaného ovoce, mandlí v medu, ananasového džemu, kompotovaných mandarinek a meruňek. Dochutí vína je velmi dlouhá a nektarová s překvapivě příjemnou kyselinou, která dodává vínu na eleganci a harmoničnosti. K vínu bych doporučil grilovaná kachní či husí játra nebo zralý sýr s modrou plísní.



Petr Holeček

Výběr z bobulí z Novosedel má ovocnou, medovou vůni s tóny kandovaného ovoce. Chuť je plná, sametová a harmonická. Vinařství se specializuje především na výrobu luxusních predikátních (přívlastkových) vín známých pod značkou CHATEAU VALTICE. Tato moravská vína slaví časté úspěchy na národních i světových renomovaných výstavách. Doporučujeme ke všem úpravám drůbežích jater, dezertům a k sýrům s modrou plísní.



Sauvignon výběr z hroznů 2013, Vinice - Hnanice

Marek Babisz

Příjemně zlatavá až žlutozlatá barva. Intenzivní středně plné aroma s dominancí meruzalky a bílých broskví je doplněné o jemné tóny čerstvě posekané kopřivy. Chuť je spojením svěžesti a vyzrálosti, harmonie cukru s osvěžující kyselinou. V dochuti převládají ovocné tóny bílé broskve a rybízové zavařeniny. Je to typický představitel znojemských Sauvignonů ve vyšším přívlastku. Tento Sauvignon doporučuji k těstovinám s gorgonzolou nebo k rybám se smetanovou omáčkou, či k sýrům s bílou plísní.



Richard Süß

Čistá, světle žlutá barva se zelenkavými odlesky. Aroma vína je typicky odrůdové, s jasnými tóny zralé broskve, angreštu, bílého rybízu a rozkvetlého šeříku. V další vrstvě vůně se odkrývají minerální tóny s podtextem květů hluchavky. Chuť vína koresponduje s vůní. Hlavními chuťovými vjemy jsou tóny broskví, angreštu, meruňek, citrusů a zvláště pak limetek. Chuť je překvapivě svěží a sladkost se schovává za skvěle zakomponovanou kyselinou, která je typická pro ročník 2013.



Petr Holeček

Bronzová medaile Krále vín 2014. Ve vůni vína žlutozlaté barvy najdeme tóny bílé broskve, které přechází do mladých kopřiv. Vše se opakuje v chuti společně s tóny bílého rybízu. Vinařství Vinice Hnanice působí na Znojensku od roku 2003, je to ambiciózní vinohradnická firma, která obnovila slavnou tradici hnanického vinohradnictví založenou na terroir zdejších vín. Doporučujeme podávat ke gratinovaným telecím řízkům, případně k sýrům s bílou plísní.



Rulandské šedé, výběr z bobulí 2012, Vinařství Lahofer

Marek Babisz

Barva je sytě žlutozlatá až slámová s lehkým karamelovým okrajem. Aroma vína je směsí tropického ovoce, přezrálých hrušek a sušených meruňek. Chuť je plná a extraktivní s tóny cukrového melounu, pomerančové marmelády, hruškového pyré, hrozinek a lesního medu. Vínu je potřeba dát čas, aby se otevřelo a ukázalo svoji širokou škálu vůní a chutí. Víno je vhodné k okamžité spotřebě a není již na delší skladování. Víno lze doporučit k paštíkám, k muffinům s banánem a pomerančem a k drůbežím s medovou omáčkou.



Richard Süß

Barva vína je sytě zlatá s výbornou viskozitou. Aroma grilášů, medu, pomerančové kůry, maracuji a zralého ananasu. Chuť je plná, oplulenná s tělnatou strukturou. Výrazné medové tóny doplněné o směs pomerančů, mandarinek. Stopa ořechů a přezrálého ananasu je zakončena lehkou pikantní nahořklostí růžového grepu. Dlouhou dochutí doprovází hřejivost z vyššího alkoholu. Toto opulentní víno je dobré doplnit o jídlo typu telecí ragů se smetanovo-zeleninovým základem.



Petr Holeček

Dobšické vinařství Lahofer dokázalo sladit cukr a kyselinu, za cenu do 300 Kč nabízí harmonické víno jiskrné zelenkavé barvy se zlatavými odlesky, v jehož vůni odhalíte nasládlé minerální i ovocné tóny, med a pomerančovou kůru i velmi jemné a příjemné botrytické tóny. Chuť plná a výrazně extraktivní, se stopami medu, ovoce, kouře, jemného koření a voňavých letních strání. Doporučuji kombinaci s paštikou z husích jater, telecím na grilu, rybami, korýši nebo drůbeží.



Chardonnay pozdní sběr 2013, Střední vinařská škola Valtice

Marek Babisz

Víno je světle zelenožluté až zelenkavé barvy. Vůně je velmi intenzivní, svěže ovocné vůně exotického ovoce s lehkým medovým zakončením. Chuť je plná s ovocnými tóny banánů, ananasu, manga a zvláště pak hrozinek, medu a jemné vanilky. Celkový dojem vína je pozitivní, lehce ho však ruší ostřejší kyselina, která zcela ještě není zapracována do vína a také mírně vyšší SO₂. Toto víno doporučuji k ovocným salátům nebo ke grilovaným tygrím krevetám se sladkokyselou omáčkou.



Richard Süß

Čistá zlatavá barva s měděnými odlesky. Aroma exotického ovoce, zvláště pak zralých banánů, máslových hrušek, bílých broskví a drobných bílých květů. Lehký podtón ovocného džemu, už na nose slibuje nasládlou chuť vína. Chuť evokuje tóny zralých jablek Granny Smith, hrušek a lehce naslazených limetek. Dochutí vína je dlouhá s příjemnou kyselinou, která pocitově snižuje zbytkovou cukr a dodává vínu svěžest a velmi dobrou pitelnost. Toto víno bych doporučil k hříbkovému rizotu s mascarpone a parmazánem.



Petr Holeček

Vinařská škola Valtice vyrábí víno z hroznů vypěstovaných na vlastních vinicích, které se rozprostírají pouze v katastru města Valtice. V současné době je filozofie firmy soustředěna na výrobu vysoce kvalitních bílých a růžových vín, která jsou určena výhradně pro gastronomii. Toto je víno s cenovkou do 200 korun, má světle zelenožlutou barvu, velmi intenzivní, svěže ovocnou vůni exotického ovoce. Je harmonické a svěží, hodit se jistě bude ke krémovému italskému risottu.



Díky inovacím čeká Granette růst

Pro české výrobce lihovin se stal loňský rok obdobím konsolidace. Došlo jen ke změně spotřebitelského chování, kde poklesl prodej v gastronomii a naopak vzrostl v supermarketech.

„Naše společnost se dostala na úroveň roku 2011 a smazala dvěstěmilionový propad, včetně spotřební daně, který zaznamenala při prohibici,“ konstatuje generální ředitel akciové společnosti

GRANETTE & STAROREŽNÁ Distilleries Pavel Kadlec. Meziročně vzrostly tržby o šest procent.

„Růst trhu lihovin se očekávat nedá. Soudím, že rok 2015 bude rokem pokračujícího snižování ziskovosti, a to primárně kvůli extrémnímu tlaku obchodních řetězců na výrobce a zvyšováním podílu prodeje zboží v akcích,“ uvádí generální ředitel GSD. „I přes



tyto skutečnosti letos očekávám růst společnosti, a to primárně díky zavedeným inovacím v roce

minulém. Jsou to nové nápoje, třeba ochucený tuzemák s medem – Hanácký medovák, který se vyrábí podle původní moravské receptury a kam jsme přidali pravý květový včelí med z Moravy, nebo Hanácká levandulová s chutí švestek a s obsahem pravé esence levandule. Je tu rovněž nová zázvorová, v níž vedle esence zázvoru ucítíte chuť citronu a medu, a řada dalších.“ ●

Jameson oslaví svatého Patrika novou lahví

Milovníci pravé irské whiskey Jameson si už zvykli, že etiketa láhve s oblíbeným obsahem před 17. březnem obzvláště zkrásní. Na počest zeleného svátku všech Irů – dne sv. Patrika Jameson tradičně povolává věhlasné designéry a umělce, aby „oblékli“ láhev Jameson whiskey do slavnostního. Ani letos tomu není jinak.

Design láhve představuje duši moderního Dublinu, které je srdcem Irska a milovaným městem Irů. Nová etiketa zábavným způsobem mapuje typické dublinské symboly, včetně čtvrtí, budov nebo známých míst.

Autorem nové limitované edice je úspěšný designér Steve Simpson. Ilustrátor, který v posledních letech získal desítky cen a spolupracuje s významnými značkami, do svých kreseb vkládá svěží myšlení a výrazný smysl pro humor. Jak sám říká, bez něj by se na východním pobřeží Irska dalo stěží žít. Jeho rukopisem jsou barevné, propracované, zábavné kresby, které si teď můžete dobře prohlédnout na láhvi Jameson.

Stejně jako jeho předchůdci spolupracující se značkou Jameson – Paul Daly, Dermot Flynn nebo David A. Smith – splňuje i Steve Simpson podmínku být dublinským patriotem, protože hlavní město Irska je už více než 20 let jeho domovem. ●



Metropol jede na retru

České aperitivy Metropol se představují v novém hávu. Svůj oblíbený drink si můžete nalít z elegantní láhve kopírující křivky ženského těla. Stylové balení nabídne základní tři druhy - Metropol Bianco, Rosso a Cherry.

Aperitiv spojuje příjemné s užitečným. Je ideální jako přípitek před slavnostním vícechodovým menu, protože dráždí chuťové pohárky, či jako skvělý začátek nezapomenutelného večírku. Už staří Římané věděli, že musí žaludek na hodování připravit, a jako

aperitiv používali víno smíchané s vodou a medem.

Český Metropol se začal vyrábět v roce 1961 a od té doby se díky jemné chuti vybraných révových vín a originálního koření zabydlel v našich domácnostech.

„Tradiční receptura zůstává, mění se pouze obal. Design láhve, který navrhla agentura Fiala & Šebek, ukazuje, že i retro může být moderní a že může mít eleganci a styl,“ komentuje novou podobu láhvi Marek Žizkovský, brand manager Metropolu. ●



Originál pro Becherovku



Milovníci karlovarského bylinného likéru si vybrali již pátou skleničku, která bude vyrobena speciálně pro Becherovku Original. Ve veřejném hlasování zvítězil návrh od českého designéra Tomáše Hovorky. Vítězná likérová sklenička bude vyrobena v České republice a na trhu se objeví v letošním roce. Soutěž Becherovka - Pohár českých designérů je pořádána již pátým rokem a je oblíbená nejen mezi veřejností, ale hlavně mezi designéry, kteří se do letošního ročníku přihlásili s rekordním počtem návrhů. Šestičlenná odborná porota, ve které zasedl například světově známý český designér Bořek Šípek nebo barman Jiří George Němec, musela vybrat pět finalistů z celkem 132 návrhů. ●

Velikonoční pivo už zraje

Sládek jihlavského pivovaru Richard Procházka už dva měsíce před Velikonocemi navařil Velikonoční Krasličák, který zraje v ležáckých sklepích. „Lidé mají šanci ochutnat buď každé pivo zvlášť, nebo jako dvoubarevný zeleno-červený Krasličák. Zelený Krasličák je 14% zelené speciální pivo, které vyniká výraznou plností podpořenou mírně

nasládlou chutí a zakončenou jemnou hořkostí. Červený Krasličák je 10% středně prokvašené světlé výčepní pivo s výraznou hořkostí a chmelovou vůní,“ říká Richard Procházka, sládek Pivovaru Jihlava.

Dvoubarevného efektu lze dosáhnout díky řádnému vychlazení obou piv a především jejich správným načepováním. „Kromě

toho je také důležité, aby se vrchní červené pivo čepovalo pozvolně a z malé výšky. To zajistí správné oddělení barev,“ popisuje správné čepování Richard Procházka a dodává: „Lidem toto pivo zachutnalo, proto každým rokem navyšujeme jeho výrobu. Letos se ho chystáme vyrobit zhruba 5000 sudů. O stáčení do lahví však neuvažujeme.“ ●