

SVĚT

BARMANŮ

OFICIÁLNÍ ČASOPIS ČESKÉ BARMANSKÉ ASOCIACE

září-říjen 2018



**CBA otevřela
centrum Abzac**

**Nealkoholickým
vicemistrem světa
je vedoucí českých
teatenderů**

Barman roku:

Martin Vogeltanz



Splněný sen. CBA otevřela centrum Abzac

Čeští barmani se konečně dočkali vlastního vzdělávacího a konferenčního centra. V pátek 25. května totiž Česká barmanská asociace v Brně slavnostně otevřela své nové sídlo – multifunkční dům Abzac.

TEXT: MICHAEL LAPČÍK



A byla to oslava ve velkolepém duchu, skutečný Grand Opening se všim všudy. Vždyť v prostorách centra se za celý den vystřídala více než tisícovka návštěvníků. Z Londýna, Singapuru a Hongkongu přiletěla do Brna pětice hvězd současného českého barmanství. Alex Kratěna, Roman Foltán, Ondřej Pospíchal, Wendy Stoklasová a Robin Kolek přijali role patronů Abzacu. Každý z nich si připravil poutavou prezentaci, aby se s dorazivšími hosty podělil o své zkušenosti.

Patroni zároveň vytvořili komisi rozhodčích, která posuzovala soutěžní exhibici Grand Prix CBA. Pozvánku do ní si letos vysloužilo

11 barmanů z partnerských barů CBA a jejich úkolem bylo vymyslet a ve dvou exemplářích namíchat po jednom krátkém a jednom dlouhém drinku. Z prestižního poháru a oslavy na ramenu porotců se nakonec těšil Rudolf Forman z brněnského „Baru, který neexistuje“.

Ten u obou drinků zvolil zřídka vídané a efektní způsoby přípravy. Ve Smoky Pear Negroni metodou rolling zkombinoval hruškový destilát, mezcal, likér Suze, vermut a meduňku. Long drink nazvaný Keep Calm and Drink Opíhr vytvořil z ginu, verjusu, kardamomového cordialu, kokosové vody a ryzlinku rýnského v Perlini šejkru, jenž nápoj nasytí.

„Míchat své drinky před lidmi, ke kterým vzhlížím, a dostat od nich přímo na pódiu zpětnou vazbu, to pro mě byla úžasná zkušenost,“ neskrýval radost aktuální vítěz Grand Prix.

V Brně se v den Grand Openingu ukázala řada osobností českého barmanství. Kromě již zmíněných patronů to byli i majitelé Partner's barů CBA. Ti v improvizovaném studiu poskytovali průběžné rozhovory na promítací plátno do velkého sálu i do živého streamu na facebookovou stránku asociace.

Na svá bedra vzali také slavnostní akt přestřížení stuhu. „Abzac by neměl stihnout osud olympijských vesniček, které nedlouho po olympiádě zejí prázdnotou. Naopak,

přeji si, ať je tady neustále živo a centrum slouží svému účelu. Dnešek je každopádně perfektním startem,“ prohlásil například majitel legendárního Bugsy's baru Václav Vojíš.

Majitel pardubického Martini's baru Martin Smolný zase poukázal na to, jaký překotný vývoj od dob jeho působení za barem obor prodělal. „My jsme mívali radost z každého nového šejkru, brčka nebo ovoce, které jsme v práci získali. Dnešní barmani mají neomezené možnosti a také jich pořádně využívají,“ zhodnotil.

Podle vedení CBA bude Abzac sloužit především ke vzdělávacím účelům gastronomických pracovníků a studentů, jeho prostor je



však vhodný i k pořádání barman-
ských soutěží a nejruznějších firem-
ních, kulturních i společenských
akcí. „Hodláme oslovit také laickou
veřejnost. S přípravou koktejlů,
kávy či čaje se poji spousta atrak-
tivních témat, s nimiž chceme pra-
covat,“ plánuje další provoz centra
prezident CBA Aleš Svojanovský.

Dům Abzac disponuje malým
a velkým přednáškovým sálem,
kanceláří, vzdělávacími místnost-
mi pro flairové barmany a kávové
i čajové specialisty, či jednacím
salonkem. Je vybaven nejmo-
dernějšími technologiemi od de-
sítek partnerských společností.
Kromě konferencí, vzdělávacích
workshopů nebo soutěží tady
lze uspořádat i výstavy, kultur-

ní vystoupení, firemní večírky či
soukromé oslavy, to vše ozvlášt-
něné designovým prostředím
a nadstandardní nabídkou gastro-
nomických služeb. „Kdy naposle-
dy jste na konferenci pili espresso
přímo od baristy nebo čajový kok-
tejl od teatendera?“ ptá se Aleš
Svojanovský řečnický.

Od Grand Openingu se do uzá-
věrky tohoto vydání již několik
eventů včetně barmanské soutěže
či firemních jednání uskutečnilo.
S definitivní platností se tak po
mnohaletém úsilí zhmotňuje myš-
lenka, která doprovází asociaci
po celou dobu její existence – vy-
budovat kamenné sídlo, které by
zároveň bylo důstojným centrem
gastronomického života.

O ČEM PATRONI PŘEDNÁŠELI

Wellness pro barmany

Wendy Stoklasová

Proč barmanům předcvičuje na lekcích jógy?

Lidi často přetěžují určitou část těla. U barmanů to ta vrchní – ramena, ruce, záda. Kuchaři zase dlouho stojí, takže mívají problémy se spodní částí zad. Servírky pak pociťují neustálé tahání v nohou, zvláště pokud obsluhují v podpatcích. Jóga je skvělým skupinovým nástrojem k tomu, jak tyto partie protáhnout a posílit. Pro týmové cvičení jsou ale super i jiné dynamické aktivity, kde se všichni kolektivně zpotíme a zažijeme trochu zábavy v dobré atmosféře. Jestliže nejste fanoušky jógy, zajděte klidně na lekci kickboxu.

Týmová práce v baru

Robin Kolek

Co jako lídr barového týmu zdůrazňuje jeho členům?

Važte si každého kolegy, který stojí vedle vás. Snažte se všichni dohromady budovat tým a chtějte s ním hrát celosvětovou první ligu. Ono to chvíli trvá, a hráči kolem vás se navíc budou sem tam střídát, ale vaše srdce by vždycky mělo zůstat. Prostě věřte v to, co děláte. Bar, v němž pracujete, by pro vás měl být tím nejlepším na světě. Jinak to nebude dávat smysl.

Jak zaplnit bar, který byl 15 let prázdný

Roman Foltán

Jak vymýšlel koncept nejkrásnějšího singapurského baru?

Jde o to přimět hosta po první návštěvě k tomu, aby se k vám vrátil. Na tom celý pohostinský byznys stojí. Sepsali jsme si proto, jak by měl celý zážitek od chvíle, kdy člověk přijede taxíkem před bar, vypadat. Jakým způsobem ho přivítat na recepci, uvést ke stolu, předat menu, převzít objednávku. Jak dlouho bude vyřízení trvat, jak na hosta bude působit prostředí, nasvětlení, použité vůně... Všechno musí být promyšlené a dotažené – zážitek podle mě nekončí okamžikem, kdy host zaplatí účet, ale teprve až sedí v taxíku a odjíždí pryč.

Paradox klasických koktejlů

Alex Kratěna

Proč bychom měli revidovat barmanské vzdělávací osnovy?

Drinky připravované současnými mladými barmany jsou radikálně odlišné od těch, které se míchaly, když jsem začínal já. Byly to vesměs klasické koktejly – ty můžete přirovnat ke globálním fastfoodovým řetězcům, protože jejich receptury jsou jasně dané nezávisle na místě či ročním období. Naopak moderní drinky jsou jako trendy vaření, sezónní a lokální. Pointa tkví v tom, že se sezónním vařením přichází na scénu mnoho různých variací a neznámých ingrediencí. Barmani se místo memorování budou muset učit poznávat vztahy mezi těmito surovinami z kulinářského hlediska, ale také dbát na bezpečnost. Znam totiž případy operací žaludků a otrav hostů, například z esenčních olejů, které si barman koupil v nějakém yoga shopu.

Asijský trh. Bary, výhody, výzvy

Ondřej Pospíchal

S čím se potýká barový byznys v Hongkongu?

Se složitým místním jazykem, kantonštinou. S nejdražšími nájmy na světě – to se týká nejen barů, ale i bydlení. Bytů je tam prostě nedostatek, takže spousta lidí včetně mě bydlí v maličkých boxech. Se stoprocentní daní na veškerý alkohol silnější než 23 procent. Proto jsou ceny drinků v Hongkongu na úrovni Londýna, někdy i výše. Na druhou stranu je jeho výhodou skvělé letecké spojení. Pokud chcete figurovat v prestižních světových žebříčcích, musíte bar provozovat v dostupné destinaci, aby si vás hodnotitelé z řad uznávaných osobností všimli. Města fungující jako uzly letecké dopravy v tom mají obrovskou výhodu.

NOVÉ CHUTĚ, HLAVNĚ ALE ZDRAVÍ

Je to zjevně obecný trend. Spotřeba nealkoholických nápojů má sezonní výkyvy, u některých druhů klesá, další stagnují a jiné naopak jdou nahoru. Nejenom u nás. Děje se tak i v sousedním Německu. Podle údajů Hospodářského sdružení nealkoholických nápojů (WAFG) se tak děje u limonád s obsahem cukru, včetně různých nápojů na bázi coly. Spotřeba na hlavu v roce 2016 klesla z 64,5 l na 60,3 l v roce 2017. V celku pozitivně se naproti tomu vyvíjel prodej ovocných nápojů, minerálních vod s příchutěmi, sycených a energetických nápojů.

TEXT: FRANTIŠEK VONDERKA

U nás tak podrobné aktuální údaje nemáme. Z dostupných dat vyplývá, že v minulých letech došlo k celkovému poklesu spotřeby. Z 293 litrů na osobu v roce 2010 jsme se v roce 2016 dostali na 215 litrů. Odborníci ze Svazu výrobců nealkoholických nápojů to tehdy zdůvodnili teplým počasím a také zlepšením ekonomické nálady ve společnosti a ochotou lidí více utrácet.

Pokud jde o skladbu toho, co pijeme, tak celkového objemu téměř 2,3 miliardy litrů spotřebovaných nealkoholických nápojů na každého u nás připadá 124 litrů sycených nápojů a 50 litrů balených vod. Limonády se na spotřebě nealka podílejí z 57 procent, balená voda téměř z jedné čtvrtiny. Sirupy tvořily 15 procent prodeje a džusy pět procent. Obecně platí, že spotřebitelé si mohou vybírat ze stále širší palety výrobků, k nimž patří nízkokalorické alternativy.

Také letos se předpokládá další růst spotřeby. Léto je horké a ekonomika šlape, chuť publika utrácet trvá. Jak říká prezident Svazu výrobců nealkoholických nápojů Jiří Pražan, lze tudíž čekat nárůst spotřeby balených vod a minerálek, kterým lidé dávají přednost v horkých letních měsících, zatímco v chladnějších měsících preferují slazené nápoje. Podle Pražana platí také to, že „Češi rádi zkouší nové nápoje, boom ochucených nealkoholických pív je už minulostí, letos zaznamenáváme v souvislosti se zdravým životním stylem posun spotřebitelské poptávky k nápojům se sníženým energetickým obsahem“.

Minerálky na vzestupu

Nápojová skupina Karlovarských minerálních vod (KMV), která je největším výrobcem minerálních a pramenitých vod ve střední Evropě, v roce 2017 vyrobila přes jednu miliardu lahví. Meziročně tak zvýšila celkový obrát o 12 % na 8,3 mld. KČ a loňský rok uzavřela novým rekordem. Tím podle generálního ředitele Alessandra Posqualeho potvrdila „pozici experta na zdravý pitný režim a že spotřebitelé oceňují kvalitu a chuť našich výrobků“. Do letošního léta KMV vstoupila limitovanou edicí Mattoni meloun. Jak zdůrazňuje, sladká vůně melounu je symbolem exotiky a osvěžení už po tisíci letech. Oblíbenou zeleninou, nikoli ovocem byl meloun už ve starověkém Egyptě a zůstává jí ve Středomoří dodnes. Další novinkou je citrusový nápoj Mattoni cedrata.

Minerální vody nebudou pouze novinkami, ale i složením, které má význam pro zdravý životní styl. K takovým patří i unikátní minerálka Krondorf z podhůří Krušných hor. Nikde jinde v Evropě nenajdete vodu, která by obsahovala původní oxid uhličitý a zároveň tak vysoké množství křemíku. Podporuje trávení a dělá z Krondorfu ideální Si Digestiv – zdroj vstřebatelného křemíku pro lidský organismus. Licenci k veřejnému užívání této kyselky schválila už v roce 1876 c. a k. komise. Během let se původní pramen ztratil, v roce 2010 byl při geologickém průzkumu objeven zdroj minerální vody, který má téměř identické složení jako dávno zaniklý přírodní vývěr minerálky Krondorf.

INZERCE

NOVINKA



SLAZENÁ CUKREM A STÉVÍÍ

POUZE 70 KCAL

6 % OVOCNÉ SLOŽKY

Sláznest
našla
svoje
drojte

PEPSICO CZ s.r.o., Kolbenova 50/510, 190 00 Praha 9
Zákaznický servis: tel.: +420 266 191 444
E-mail: servis@pepsico.com

KRONDORF
— ANNO 1876 —



Autentický CO₂
sopečného původu

Si digestiv
zdroj přírodního křemíku

Pramen
s limitovanou kapacitou

WWW.KRONDORF.CZ



Klára Kollárová
sommelierka, spolumajitelka Vinografu

„Ve Vinografu se snažíme být tím nejlepším vinným barem. Degustujeme pro naše zákazníky tisíce vín ročně, abychom vybrali to nejlepší. A teď jsme našli také dokonalou vodu.“

UNIKÁTNÍ CHUŤ RUČNĚ STÁČENÉ MINERÁLNÍ VODY

Krondorf a. s., Českobratrská 1/2778, 130 00 Praha 3, objednávky: tel.: +420 720 967 692, e-mail: info@krondorf.cz



Sázka na zdraví i jedinečnost

Petr Komberec, obchodní ředitel Gastro&Impuls ve společnosti Kofola ČeskoSlovensko, na otázku k trendům letošního léta odpovídá: „Trendem je zcela určitě pokračující přesun spotřeby k více kvalitním, dražším a specifitějším druhům nápojů ve všech kategoriích za současného zachování nebo i poklesu objemové spotřeby. To má za efekt zvyšování korunové hodnoty kategorií vysoce nad objemový trend.“

Tato slova potvrzuje výčet letošních novinek:

- Kofola Ostružina 0,5 l PET, Kofola Ananas a Kofola Grep v 0,25l plechovce,
- Royal Crown Cola v plechovce ve dvou provedeních – classic a slim, určená především milovníkům produktů se sníženým obsahem cukru,
- Rajec elixír 0,75 l ve čtyřech nových příchutích,
- Vinea Frizzante, která bude pro gastro kanál nabízená v sudu a na čerpacích stanicích ji zákazníci mohou najít v „imidžových“ plechovkách. Jedná se o produkt zrozený z vášně pro hrozny s jemným šumivým perlením na úrovni šumivých vín,
- Semtex – nově varianta bez cukru, dále limitovaná edice s příchutí grep & tonic a další limitovaná příchutí coffee & lime.

V seznamu nechybí v souladu s obecným trendem na zdravou výživu ani čtyři varianty funkční vody Arctiv+Elemets. Jde o kombinaci minerální vody a funkčních doplňků, hlavně vitamínů a minerálů. Jednotlivé varianty mají příchutí hrušky, grapefruitu, ananasu a mandarinek.

Na zdravý životní styl cílí i šťávy UGO. Marketingový ředitel UGO Stanislav Pekárek k tomuto trendu říká: „Letošní léto je v UGO nabitě novinkami jako asi žádné předtím. V našich provozovnách máme letní menu, které se jmenuje Léto, co tě zasáhne. Kromě salátů a wrapů jsme uvedli tři letní drinky, které jsou postaveny na chuti melounu a broskve. Kromě téhle velké novinky jsme ale připravili i dvě nové produktové řady UGO lahvíček pro maloobchodní síť. K ovocným fresh šťávám jsme nově přidali paskalizované limonády, ve kterých jsou kromě ovocné šťávy také bylinky. Druhou lahvíčkovou novinkou jsou smoothies, která jsou z typicky letního ovoce (jahody, broskve, meruňky), doplněné ještě o mango a jablka. Smoothie oproti limonádám i zasytí, protože ho neodstředujeme a pijete ho i s dužinou.“

Zdraví se velkým písmem píše i u konkurence PepsiCo. Potvrzuje to odpověď Petry Němcové z této společnosti: „Na letošní léto společnost PepsiCo připravila

novou limonádu s citronovou příchutí Lemon Lemon pod subbrandem 7up. Tímto reagujeme na nejnovější trendy v nápojovém segmentu, které jsou charakteristické snižováním obsahu kalorií a autentickou chutí. Lemon Lemon má 6% obsah ovocné složky, nízký obsah kalorií je docílen použitím cukru a stévie. Vzhledem ke svému prémiovému charakteru je limonáda Lemon Lemon dostupná zatím jen v segmentu HO-RECA, snažíme se zvyšovat konzumaci out of home a vracet tak zákazníky do hospod a restaurací. Majitelé restaurací oceňují skleničky pro servírování limonády, které také dodávají patřičnou prémiovost. Zákazníci vítají osvěžující chuť ovocné limonády, kterou si mohou užít bez výčitek, jelikož obsahuje pouze 70 kcal.“

Zdravá kvalita z místních surovin

Obecný trend na zdraví je patrný i u menších producentů, kteří v soutěži s velkými výrobci sázejí na domácí suroviny a čistě přírodní charakter svých nápojů. Patří k nim i výrobce Lhenické ovocné šťávy Karel Gregora: „Vzhledem k lokalizaci naší firmy v ovocnářské oblasti (Chelčicko-lhenická ovocnářská oblast) se snažíme zpracovávat místní produkci. Dohromady vyrábíme 16 druhů šťáv, každý má svého zákazníka. Mezi nejžádanější výrobky patří samotné Jablko 100 %, dále Jablko/Víšeň 100 %, Jablko/Jahoda 100 % a Jablko/Rakytník 100 %. Roste zájem o zdravější druhy, jako například Jablko/Aronie 100 % nebo zeleninové šťávy, jako je Jablko/Répa 100 % či Jablko/Mrkev 100 %.“

Na výrobu 100% ovocné šťávy lisováním za studena, neboli moštu, je zaměřena i TOKO AGRI a. s. a její produktová řada Ovocnák. Obchodní ředitel Ing. Tomáš Kořínek ml. říká: „V našich zemích je dlouholetá tradice pěstování ovoce a zeleniny a jeho zpracování. Poslední dobou nastoupil trend výroby šťáv z koncentrátů, které se přivezou z celého světa a pak doředí vodou a konzervanty. Přitom tu máme vlastní suroviny, z nichž můžeme vyrobit skvělé ovocné šťávy a nově i pyré. Je pravda, že za vyšší cenu než koncentráty dovezené z Asie nebo Jižní Ameriky, ale kvalitou jsou to produkty zcela nesrovnatelné. A zákazník dnes takový výrobek stále více umí ocenit. Zpracováváme tak jablka, hrušky, jahody a další ovoce od regionálních pěstitelů kolem nás, a tak máme v nabídce 18 druhů moštů a 10 druhů přesnídávek. Ve všem u nás vede jahoda. Je to prostě nejoblíbenější dětská chuť, i když hned za ní se drží výrobky s rakytníkem. Ten si naopak oblíbili dospělí, kteří již objevili jeho zdravotní benefity. Obě ovoce dnes také najdete v našich pyré a poslední novinka hruškové pyré s rakytníkem je opravdovým hitem. Novinkou, kterou připravujeme, bude jablko s hrozny z vinné révy.“

Mistr světa sází

Praha byla v červnu dějištěm 8. mistrovství světa v míchaní nealkoholických koktejlů s využitím minerální vody Mattoni „Mattoni Grand Drink“ (MGD). Letos se ho zúčastnili reprezentanti dvou desítek zemí z Evropy, ale také z Argentiny, Hongkongu či USA. Akce se příznacně konala ve Světový den nealkoholických koktejlů, který se letos slavil poprvé. Finalisté potvrdili nové trendy v oblasti nealkoholických nápojů a ve svých koktejlech použili celou řadu netradičních ingrediencí, mezi které patřily například rýžové mléko, grepový kefir, voda z cizrny, probiotikum Yakult nebo třeba řasa Klamath. Vítězem se stal slovenský barman Tomáš Gyén, kterého jsme nejen proto požádali o rozhovor.

Jaký máte recept, že vám to v odhadování chutí drinků vychází a jste v tomto směru mistrem světa?

Je to o komunikaci, psychologii – aby barman vnímal zákazníka a dokázal zistiť, aký typ drinku mu môže pripraviť. Ja sa riadim samozrejme aj aktuálnymi trendami a následne veľmi rád komponujem do drinkov štipku inovácie, regionálnej suroviny – ktorú veľmi príjemným a nenásilným spôsobom môžem zákazníkovi predstaviť – podobne ako to bolo s rakytníkovým pyré používaným v mojom víťaznom drinku na MGD.

Lidé chtějí pestrý výběr, a proto požadují změny a novinky. Firma Monin, kterou reprezentujete, přináší každý rok nejméně dvě nové chutě svých sirupů. Jak hodnotíte letošní novinky?

Novinky hodnotím výborne – aj v rámci pozitívnych feedbackov od kolegov z gastronómie a veľa spokojným zákazníkom. Aktuálne máme novinky ako mrkvové pyré a cviklové pyré, z ktorých pripravujeme perfektné limonády, spritzu a alkoholické drinky – sú využiteľné aj na smoothies, milkshakes a dokonca aj do pokrmov ako šaláty, dezerty, sorbety.

Zdraví a fitness jsou dnes in. Lidé proto podle společnosti Mintel chtějí také podrobné informace k tomu, co pijí. Třeba pokud jde o obsah cukru. Nepovažujete to za určité omezení kreativity nebo jak tento požadavek vidíte vy?

na inovace a domácí suroviny

Určite to nepovažujem za obmedzenie ale skôr vývoj v rámci zdravšieho životného štýlu ľudí. Je to veľmi aktuálna téma a stretávam sa s ňou často, preto pracujeme bez cukru alebo s produktami ktoré majú minimum alebo použité v sebe rôzne zdravšie formy cukru alebo náhrady ako stévia, brezový cukor a podobne. Samozrejme v rámci môjho víťazného nápoja na MGD bolo tiež jedno z kritérií – dodržanie kcal v drinku na daný objem.

Nealkoholické nápoje se stávají jedním ze symbolů zdravého životního stylu. Někdy to jde podle mne ale až do extrému, že to, v čem je alkohol, je nezdravé. Jak to vidíte vy? Ptám se i proto, že někdy alkohol v rozumné míře doporučují i lékaři. Vnímam to pozitívne – skôr je to o tom, že si ľudia dajú menej drinkov a menej silne alkoholických nápojov ale kvalitnejších alebo prípadne nízko alkalických, ako sú napr. spritzky, pívne drinky a podobne, je málo extrémnych

prípadov kde vyžadujú zákazníci vyslovene len nealkoholické drinky. Trendom sa stala aj výroba nealkoholických a low alcohol spiritov. V rámci nealkoholických drinkov je stále priateľné použiť malé množstvo bitters alebo likéru.

V oboru pracujete už 12 let. Co vás osobně, pokud jde o chuťové trendy, za tu dobu nejvíce překvapilo? Máte vy sám nějakou oblíbenou chuťovou ingredienci?

Stále ma prekvapujú kolegovia či už na Slovensku alebo zahraničí s rôznymi chuťovými kombináciami a používaním nových ultra a regionálnych ingrediencií. V poslednej dobe to bolo používanie kakaového bôbu – jeho obalu, používanie rôznych typov morských rias, octov – balsamica, materského mlieka. Ja milujem používanie rôznych druhov cascary, používanie cold brew, citrusových plodov a experimentujem v poslednom čase s viacerými druhmi morských rias.



INZERCE

RGT



RGT s.r.o.
Pížeňská 31
267 01 Králův Dvůr
tel.: 602 336 872
e-mail: ruml@ruml.cz

Grandhotel Pupp Becher's Bar

Legendární bar proslulý především návštěvami hollywoodských herců během každoročního filmového festivalu v Karlových Varech, který prošel v roce 2017 celkovou rekonstrukcí a společnost RGT s.r.o. vyrobila a dodala kompletní nerezový bar o dvou barových stanicích a výčepního stolu, skládajícího se ze 3 chladících stolů a kombinací mrazícího a chladícího stolu se speciální technologií využívající vždy pouze jeden agregát. Celkově je bar sladěn do anglického stylu a do tvaru „L“, kde spojnicí je právě již zmiňovaný výčepní stůl. V provozu od 7/2017.

Steampunk Prague

Do jednoho z nejprestižnějších pražských klubů společnost RGT s.r.o. vyrobila a instalovala celou sestavu nerezového baru, který v provedení amerických barů a celý koncept se ladil s barmany, kteří mají velké zkušenosti i ze zahraničí s maximální možnou pečlivostí na obslužnost a celkový vzhled. Barová sestava tvoří 3 barmanské stanice, 5 chladících stolů se zásuvkami a v zábaři kombinované stoly mrazící a chladící se speciální technologií využívající vždy pouze jeden agregát. Jako dalším atypickým výrobkem je celo-nerezová vitrína na šampaňské a víno, kdy lahve jsou uloženy horizontálně zapuštěné ve zdi. V provozu od 10/2015.

NEALKOHOLICKÝM VICEMISTREM SVĚTA JE VEDOUCÍ ČESKÝCH TEATENDERŮ

Originální, osvěžující, designově promyšlené, často připravené z nevšedních surovin. Takové byly nealkoholické koktejly, které v sobotu 16. června připravila na Staroměstském náměstí v Praze dvacítka barmanů z celého světa v rámci soutěže Mattoni Grand Drink, která je světovým šampionátem v míchání nealkoholických koktejlů.

TEXT: MICHAEL LAPČÍK

Králem velkého pódia v samotném srdci pražského historického centra se stal Tomáš Gyén ze Slovenska. Ten do svého drinku Grand Rituals kromě 10 cl minerální vody Mattoni použil ještě 2 cl rakytníkového pyré, 0,5 cl zázvorového sirupu, 0,5 cl citronového freshe a 9 cl cascary. Na druhém místě skončil Jiří Boháč, vedoucí čajové sekce CBA Czech Teatenders, a třetí příčku obsadil Raitis Akerblums z Lotyšska.

„Příběh svého drinku jsem založil na rituálech, ať už čajových či kávových. Na Staroměstském náměstí se mi soutěžilo dobře díky velké podpoře od diváků i perfektní organizaci,“ okomentoval své úspěšné vystoupení Tomáš Gyén, za nějž získal hlavní cenu – šek na 10 tisíc amerických dolarů.

Udělovalo se také několik zvláštních cen. Za nejlepší techniku a design koktejlu ji obdržel Jiří Boháč, tu za inovaci Stepan Abrahamyan z Arménie.

Barmani na soutěžní stagei hýřili nápaditostí, zvláště co se použití netradičních ingrediencí týče. V akci tak byly k vidění agáve sirup, rýžové mléko, grepový kefir, voda z cizrny, pistácie, kadeřávek probiotikum Yakult, kopr, cascara, řasa klamath či sirup z ořechovce.

„Kromě práce se zajímavými surovinami řada barmanů předvedla také dobrou komunikaci a prezentaci filozofie připravovaných koktejlů,“ zhodnotil úroveň soutěžních výkonů prezident spolupřátel České barmanské asociace CBA Aleš Svojanovský.

Přítomný prezident Mezinárodní barmanské asociace IBA Pepe Dioni naopak ocenil organizátorský tým 21. ročníku Mattoni Grand Drink. „Jde o skvěle uspořádanou soutěž. Tým CBA funguje výborně, vždyť je to také jedna z nejvýraznějších barmanských asociací na světě,“ prohlásil prezident IBA.

Soutěž se řídí poměrně přísnými kritérii. Každý drink by měl být inovativní a zároveň nepříliš složitý na přípravu. Striktně daná je pak jeho energetická hodnota, která nesmí překročit 65 kilokalorií na 100 mililitrů nápoje.

Cílem celého počínání tak je najít netradiční koktejl reprezentující současné požadavky na zdravý životní styl. Ten musí obsahovat minerální vodu Mattoni, zakázáno je naopak použití alkoholických složek vyjma bitterů a bylinkových tinktur.



Nejste přítom žádným soutěžním harcovníkem, je to tak?

Myslím, že nejsem. Absolvoval jsem celkem pět národních kol Mattoni Grand Drink, dále už jen po jedné soutěži s rumem Saint James a whisky Tullamore DEW. To byla moje vůbec první soutěž a přihlásil jsem se do ní proto, že jsem se ve svém čajovém stánku rád zahříval směsí Tullamorky, gruzínského čaje a karamelu, když mi byla zima. Zároveň šlo o jednu z prvních kreativních soutěží, která na rozdíl od pravidel IBA povolovala účastníkům domácí suroviny.

Mattonka je soutěž specifická nejen samotnou nealkoholickou podstatou, ale i důrazem na nízký počet kalorií obsažených v drinku a zdravý životní styl.

To všechno právě dává smysl. Mě nikdy dvakrát nelákalo míchat drinky s alkoholem, nejsem v tom kovaný. Naopak mám bohaté zkušenosti s používáním různých superpotravin a zdravých doplňků stravy, čehož mohu v souladu s propozicemi soutěže velmi dobře využít.

DRINKY TĚCH NEJLEPŠÍCH

1. MÍSTO TOMÁŠ GYÉN Grand Rituals

- 10 cl Mattoni
- 2 cl rakytníkového pyré
- 0,5 cl zázvorového sirupu
- 0,5 cl citronového freshe
- 9 cl cascary
- ozdoba: fialka, pomeranč, citronová kůra, cascara



2. MÍSTO JIŘÍ BOHÁČ IQ Mattoni

- 10 cl Mattoni
- 5 cl řasy klamath
- 5 cl čaje White Anastasia
- 2 cl tymiánového sirupu
- 0,5 cl limetového freshe
- ozdoba: jahoda, tymián



3. MÍSTO RAITIS AKERBLUMS Cat Spritz

- 15 cl Mattoni
- 5 cl pyré z exotického ovoce
- 1 cl sirupu z divokých jahod
- 0,5 cl sirupu z bílé čokolády
- 0,5 cl mandlového sirupu
- 5 stříků Angostura bitters
- ozdoba: listnatec, orchidej, citron





Jiří Boháč

Jsem performer. Velká pódia jsou pro mě výzvou

Z hlediska výsledkové listiny to pro Českou republiku dopadlo stejně jako před rokem. Celkové druhé místo a dvě individuální ceny k tomu. Taková je vizitka nejen Jana Lukase z roku 2017, ale také Jiřího Boháče z letošního světového finále soutěže Mattoni Grand Drink. Vedoucí čajové sekce CBA Czech Teatenders kromě stříbrné pozice zajišťující šek na 3 tisíce amerických dolarů obdržel i ocenění za nejlepší techniku práce a nejlepší design koktejlu.

Jiří Boháč

je freelancerem – čajovým specialistou. Zastává funkci ambasadora pro značku Kusmi Tea, rozvíjí systém vzdělávání o čaji na českých hotelových školách, spolu se společností Makro a její Makro Akademií sestavuje gastronomicky zaměřený program pro profesionální teatendery, věnuje se čajovému poradenství a cateringu. Vede čajovou sekci České barmanské asociace Czech Teatenders, organizuje soutěžní seriál Tea Masters Cup a další eventy pod hlavičkou CBA.

Dobře, ale dá se o těch drincích skutečně říct, že jsou zdravé, prospěšné? Není to jen marketingová fráze?
Cokoliv přírodního, co neobsahuje konzervanty, antibiotika a podobné látky, je zdravější. Fandím tomu stylu uvařování, kdy všechno je jedem i lékem zároveň, a záleží na poměrech, množstvích, připravenosti člověka. Nejzdravější je samozřejmě pít pitnou vodu, ta ničemu neuškodí. Pokud navíc použijete bylinky a různé superpotraviny v takovém množství, kdy přináší efekt, určitě se můžeme bavit o zdravotních benefitech takového drinku.

Jaké zdravotní benefity přináší popíjení pravého čaje?

Jednou jsem na festivalu namíchal čajový drink příslušníku security a on za mnou po chvíli přišel s tím, že se mu udělalo nějak nenadále dobře, že je šťastný. Onen pocit vyrovnanosti a klidu je podle mě tím největším přínosem čaje pro člověka. Když ho občas vypijí více, cítím se jako nesmrtelný, vše pracuje správně a mám spoustu energie. Právě z toho historicky pramení přídomek čaje jako nápoje dlouhověkosti či věčnosti.

Jak se vám soutěžilo na obřím pódiu postaveném uprostřed Staroměstského náměstí?

Skvěle. Někde v jádru sebe sama jsem performer, a velká pódia, to je přece výzva. Po Staroměstském náměstí jsem v 21 letech chodil denně do práce, a i se vši tou historií okolo si jej zamiloval. Takže mi nyní bylo ctí připravovat koktejly hned vedle mistra Jana Husa.

Ihned po vyhlášení výsledků to vypadalo, že s druhým místem příliš spokojený nejste.

To je úděl druhého místa – konfrontovat se s otázkou „proč?“. Zvláště, pokud to dopadne o fous. Takže jsem si nejdříve musel odpovědět na nějaké otázky a přišel jsem na to, že jsem ve všech ohledech odvedl naprosté maximum, které stačilo na druhé místo. Nezměnil bych pracovní postup ani o jednu kostičku ledu, odevzdal jsem ze sebe úplně všechno. Až po téhle analýze se dostavily nějaké vítězné pocity.

Jakým způsobem jste se na světové finále připravoval?

Použil jsem celou řadu metod a inspiroval se různými osobnost-

mi. Třeba Arnoldem Schwarzeneggerem, který v životě přebíral řadu cen a používal při tom imaginaci. To znamená, že si den předem představoval, jak stojí na pódiu a nechává se „dekorovat“. Stejně tak já jsem si dopředu vizualizoval, jak se u vyhlášení raduji s cenami nad hlavou, v každé ruce jednu. Takže když jsem dostal ocenění za design a komunikaci, měl jsem prakticky splněno. Pohár za druhé místo už byl bonusem navíc.

Předpokládám, že představovat si přebírání pohárů den předem k úspěchu nestačí.

Ohledně samotného tréninku se mi líbil jeden sociologický průzkum, kdy tři týmy basketbalistů po určitý čas nacvičovaly různým způsobem střelbu na koš a potom se naostro konfrontovaly. První tým trénoval pouze fyzickým házením, druhý jenom vizualizoval, jak trefuje koše, a třetí to zkomboval půl napůl. Posledně jmenovaný byl v závěrečném měření sil nejúspěšnější. I já jsem tedy kromě tréninku po dlouhé době zase meditoval u čaje a představoval si svůj výkon. Zkrotit návaly trémy mi zase pomohlo zpřítomnění – prostě na pódiu nakrácet a jenom to ze sebe všechno odevzdat. Nemyslet na to, jak co dopadne, a nechat projev jen to žádoucí. Prostě jen namíchat drinky a zase odejít, ničím jiným se nezabývat. Hodně jsem poslouchal audioknihu Steva Jobse – ten radí, jak se zaměřit na každý detail. Když si perfektně přichystáte pracovní plochu a poslepu víte, jaké náčiní a kterou surovinu kde máte, nedáte

stresu žádný prostor. Všechno pak do sebe zapadá samo.

Uspěl jste v barmanské soutěži jako teatender...

Speciálně u nealko drinků mají teatenderi velkou šanci na úspěch, protože čaj zde bývá hlavní složkou. U alkoholických koktejlů je bázi alkohol a čaj jen doprovodnou složkou.

Musel jste ale svůj repertoár dovedností obohatit o barmanskou techniku.

To je těch pět let soutěžení v Mattonce. Můj první ročník dopadl katastrofálně, jako zelenáč jsem si v receptuře špatně propočítal potřebný násobek surovin na všechny porce a nalil do každého drinku asi třikrát více minerálky. Na druhou stranu jsem už v té době místo plastového brčka používal duté stěblo citronové trávy. Další dva ročníky jsem nezvládl časově kvůli upovídanosti a zbytečným komplikacím. Kvůli technice na mou hlavu každoročně mířila kritika porotců, zároveň jsem viděl zkušenější soutěžící v akci a inspiroval se.

Slyšel jsem, že Czech Teatenders chystají nějakou zajímavou novinku.

No jo, letos je rok lahvování.

Co to znamená?

Některé naše myšlenky a nápady získají jasné obrysy. Konkrétně dáváme dohromady prémiový destilát postavený na čaji. Bude v sobě spojovat gruzínský čaj, moravskou vinnici a český med. Zanedlouho nás v likérce čeká první ochutnávka.

Martin Vogeltanz

TRIKY JSOU DNES DVAKRÁT SLOŽITĚJŠÍ NEŽ V DOBĚ MÝCH ZAČÁTKŮ

Letošní předávání pohárů CBA za minulou soutěžní sezonu na Grand Openingu centra Abzac pro něj nemohlo být slavnostnější. Martin Vogeltanz si totiž na pódium jako vůbec první v historii asociace přišel pro obě udílené trofeje Barmana roku – v kategorii Klasik i Flair. „Je to určitě můj největší soutěžní úspěch. Ale v životě se počítají i jiné velké úspěchy. Třeba to, že mám dvě krásné děti,“ říká 37letý Martin Vogeltanz na úvod rozhovoru.

TEXT: MICHAEL LAPČÍK

Martine, čemu přičítáte, že se vám minulou sezonu takhle bezprecedentně zadařilo?

Jde samozřejmě o souhru několika faktorů – připravenosti, štěstí, zúročení mnohaletých zkušeností. O takovou kumulaci všeho dohromady. Několik let jsem objížděl všechny soutěže pod hlavičkou CBA a tenhle double je vyústěním veškerého úsilí.

Absolvovat ročně nespočet soutěží ve flairu i klasickém barmanství, to určitě vyžaduje nějaké oběti...

Ano, nejvíce ze strany rodiny a také volnočasového a pracovního života. Proto už letos na soutěže moc nejezdím, účastnil jsem se snad pouze dvou nebo tří. Ještě mě tedy čeká mistrovství světa v Tallinu, na které jsem jako Barman roku postoupil. Udělám maximum pro to, abych uspěl, i když se mi v poslední době nakupila spousta práce a není tak jednoduché se pořádně připravit.

Kolik času taková příprava na soutěž zabere?

To strašně moc záleží na soutěžním zadání a také na tom, jaký máte zrovna den. Někdy vám vymýšlení koktejlu a ladění ideálních poměrů ingrediencí může trvat i několik dní, jindy dostanete skvělý nápad, vše jde jako na drátkách, a za chvíli už v rukou držíte perfektní výsledek. Ve flairu pak platí, že buď máte natrénováno, nebo nemáte. Musíte tomu dávat nekonečné hodiny v tréninkové místnosti, připravit si ideální sestavu, sladit všechny triky a úkony s hudbou, vymyslet kvalitní drink. V tomto je

flair možná trošku náročnější, ale obě kategorie skýtají nějaká úskalí.

Kde máte flairovou tréninkovou místnost?

V jednom plzeňském historickém domě, nad podnikem Žumberská stodola, s kterým spolupracuji. Mají tam volné prostory s vysokým stropem, což je pro házení lahvemi důležité.

Jak takový flairový trénink vypadá?

Začnete protažením a nějakými triky na rozházení. Pak už jedete pořád dokola svou sestavu, vychytáváte mouchy, pozměňujete, synchronizujete triky i celé pasáže s muzikou. Sestavu si většinou rozdělují na tři až pět pasáží a přesně vím, kdy mám s čím začít, kdy nalívat, kdy použít ten který trik. Taková exhibice je tedy opravdu nadřilovaná. Musí být, protože člověk je při soutěžení v úplně jiném psychickém rozpoložení než v tréninkové místnosti. Záleží na tom, abyste jeli jako robot, nemáte čas na nějaké přemýšlení.

**Zúčastnil jste se už více jak stovky barman-
ských soutěží. Co vás vždycky hnalo dál?**

Paradoxně to nebyl úspěch – to je jen taková třešnička na dortu – ale touha něco nového se dozvědět. Nejsem typ člověka, který by chtěl přešlapovat na místě. A k posunutí se kupředu potřebujete kontakt s komunitou, vidět známé barmany a poznávat nové. Někaké věci vymyslíte sami, ale spoustu toho můžete okoukat od ostatních a následně použít v upravené verzi. Tohle mě baví nejvíce, a právě proto jsem dlouhá léta na soutěže jezdil.

Jaké jsou vaše další zdroje inspirace?

Odpíchnout se dá už od samotného soutěžního zadání, od kategorie koktejlu, nebo třeba povinné ingredience. Kouknu se na historii produktu a snažím se na ni naroubovat nějaký příběh. Nedávno jsem soutěžil s jednou irskou whisky, takže jsem si někde našel, že v Irsku neslaví jen svátek svatého Patrika, ale také festival ústřic s mistrovstvím světa v jejich pojídání. Do té doby jsem neměl tušení, že Irové jsou tak velkým producentem ústřic, a super příběh k drinku servírovanému v lastuře byl na světě.

Stává se, že vymyslíte drink, ale po umíchání zjistíte, že to byla slepá ulička?

To se stává skoro pokaždé (smích). Na papíře někdy prostě vypadají nové kombinace jako jasná tutovka, ale po praktickém testu musíte konstatovat, že jste se zmylili. Jindy mě ale naopak překvapí, že něco na první pohled nesourodého a crazy ve výsledku funguje.

Nějaký příklad?

Vymýšlel jsem drinky pro nějaký časopis a překvapilo mě, že grep s kokosem spolu vytvořily velice zajímavou chuť. Naopak Matcha tea s broskví mi neseděl, a to jsem si říkal, že broskev je univerzálem schopným párovat se s čímkoliv.

Jestliže je barman úspěšný v soutěžích, znamená to automaticky, že bude také dobrým barmanem v práci?

Barman, který vyhrává soutěže, bude mít určitě nějaké zkušenosti a měl by bez problémů najít uplatnění. Zůstává jen otázkou, kde přesně,



protože každý podnik má svá specifika. Někdo potřebuje diskotéku a rychloobrátku, jiný se vyžívá v precizní přípravě a dokonalém servisu koktejlů.

Za jakým barmanem byste chodil vy?

Nemusel by ani tak být profesionál skrze podrobné odborné znalosti, ale měl by být příjemný a poskytovat hostům přidanou hodnotu. Takže spíše než chodící encyklopedii twistů na Old Fashioned bych uvítal barmana, který se umí usmát na hosta, usadit ho, vzít mu kabát a vhodně mu doporučit. Takové věci v baru opravdu ocením mnohem víc než detailní profesní znalosti.

Chápete klasické a flairové barmanství jako naprosto oddělené kategorie, kdy v té první jde primárně o drink a v té druhé o show?

Dřív tomu tak skutečně bylo, dnes už se však hodně prolínají. Na sociálních sítích můžete sledovat klasické barmany, kterak si vychutnávají triky s barovou lžící, jiggerem či dvoudílným šejkrem, a přitom pořád zůstávají mixology. Naopak když dnes zavítáte na nějakou lepší flairovou soutěž, tak si všimnete, že porotci připravované drinky hodnotí mnohem přísněji než kdysi. Top světoví exhibiční barmani předvádějí perfektní servis i různé techniky přípravy. Jsou to tedy specifické disciplíny, přitom se ale navzájem ovlivňují.

Kterou z nich máte raději?

Pořád u mě vede flair – je pro mě životním stylem a zároveň i prostředkem k odreagování.

V tréninkové místnosti si totiž těch pár hodin výborně duševně odpočinu od starostí, vypnu, podobně jako kdybych zašel s kamarády na pivo.

V jakém smyslu vnímáte flair jako životní styl?

Kdekoliv se zrovna nacházíte, můžete tam vzít něco do ruky a udělat nějaký trik. Prohodíte si po obědě plastovou láhev za zády, protočíte bagetu v ruce... Přítelkyně mě sice napomíná, ať pořád neblbnu, ale po takové době ta exhibice už ve vás prostě je natrvalo.

Změnilo se nějak barmanství za tu dobu, co soutěžíte?

Pokud se bavíme o flairu, tak především obtížnost triků. Čeho jsou přední barmani schopní, to je neskutečné. Náročnost provedení prvků je dnes třeba dvojnásobná než v době, kdy jsem začínal. Tehdy vyhrávali mistrovství světa kluci, kteří házeli se třemi, čtyřmi lahvemi. To teď zvládá kdejaký junior. Náročnost je už zkrátka úplně jinde.

Mistrovství světa v estonském Tallinu se uskuteční na začátku října. Jaká bude vaše strategie pro dosažení úspěchu?

Hodnotitelé World Cocktail Championships nejvíce dbají na čistotu provedení. Obtížnost prvků, zvolené téma a kvalita koktejlu u nich jsou sice také důležité, ale ne na prvním místě. Takže se vyplatí zajet jednodušší sestavu bez chyb.

V klasickém barmanství vám los na mistrovství přisoudil kategorii Bartender's Choice.

Jaké má vlastně zadání?

Je to uvolněnější kategorie, kdy v receptuře můžete použít jednu home made ingredienci. Jako bázi si mohou zvolit vodku nebo gin od přiřazeného sponzora; předpokládám, že se vydám cestou jalovcového destilátu, který obecně a globálně v poslední době zaznamenal obrovský progres ve vývoji a popularitě.

Kromě spolupráce se společností STOCK Pižeň-Božkov působíte jako barman na volné noze. Jaké drinky momentálně lidé vyžadují na večírcích, svatbách a show, které pro ně zajišťujete?

De facto pořád ty stejné. I když mám připravené originální signature koktejly, lidé pořád nejčastěji sahají po tom, co znají. Tedy po koktejlech Sex on the Beach, Mojito, Cuba Libre, Mai Tai, Piña Colada. Dle mého názoru ve většině případů vítězí velikost nápoje spolu s přijatelnou cenou.

Proč část laické veřejnosti stále nepřišla originálním signaturním drinkům na chuť?

V mém případě je největší problém, že většinu objednávek řeším formou e-mailu nebo po telefonu. Takto je opravdu obtížné přesvědčit zákazníka o výjimečnosti a přednostech signaturních koktejlů v porovnání s koktejlovými klasikami.

Jak to, že vás barmanství stále baví?

Protože je mi více než prací koníčkem. A pořád se někam posouvám – cítit, že něco děláte správně, je strašně důležité.

Místo plastu či slámy v ústech sklo

Celosvětově v odpadu denně (!) skončí 3 miliardy plastových brček, které se používají k pití nejrůznějších nápojů. Přitom stále více hostů sází na udržitelnost a ekologii. Vedle biokvality a regionálních pokrmů od gastronomických podniků požadují i ekologické vybavení. A nejenom oni, požadavek na zákaz používání plastických brček vznáší i EU. Jako alternativa se nabízí brčka ze slámy (dnes už je skoro nikdo nezná), papíru či jiných odbouratelných materiálů. Jejich výrobci (například firma Bio-Strohhalme.de) dnes zažívají boom. Ovšem i brčka z těchto materiálů jsou většinou jen na jedno použití.

S originálním řešením přišla německá firma HALM. Místo nákupu plastických brček, která ihned po použití končí v odpadu, přišla právě počátkem léta s inovací: její brčka na pití jsou vyrobena ze speciálního nerozbitného skla Schott®. Jsou hygienická, znovu použitelná a chuťově naprosto neutrální. Použití je velmi jednoduché: při servírování zůstává vše jako dřív – nápoj brčkem zamíchat a pak ho vypít. Následně skleněnou trubičku opláchnout v myčce nebo ve vodě vyčistit dodávaným kartáčkem z přírodního materiálu. Hned je připravena k dalšímu použití. A to opakovaně. Bez hromadění odpadu a skříní plných plastů. Startovací sety skleněných brček dodává výrobce HALM zákazníkům v Německu zdarma. Zda a jak se ujmou, se teprve uvidí. Jisté je, že pomáhají životnímu prostředí a šetří také peníze.

PÍT I OČIMA

Touha po neobvyklých a zajímavých produktech nyní povzbudila společnost Coca-Cola k tomu, aby změnila nejdůležitější atribut své značky: její výraznou hnědou barvu. Japonská filiálka společnosti spustila Coca-Cola Clear, nekalorický nápoj s citronovou příchutí, bez karamelové přísady, která dává coca-cole její tradiční barvu.

Místo toho je nápoj zcela průhledný. Vypadá jako voda, přičemž Coca-Cola trvá na tom, že zachovává podobnou chuť jako původní verze. Od vývoje produktu trvalo celkem rok, než americká centrála udělila povolení k jeho uvedení na trh. Zatím bude Coca-Cola Clear prodávána výhradně v Japonsku, koncept se může prosadit i na jiných trzích, neboť vzhled výrobků se stává stále vyšší prioritou.

Důvodem je rostoucí popularita obrazových sociálních médií, jako je například Instagram. Ta přispěla k tomu, že vzhled produktů je dů-

ležitější než kdykoli předtím. Zatímco chuť je už dlouho důvodem inovací produktů, vzestup sociálních médií podle spotřebitelské společnosti Mintel nyní nutí značky, aby braly do úvahy i další, stejně důležité smysly.

Pro vystupování na sociálních sítích se jako mimořádně důležitý nástroj ukázala barva.

Většina značek se tak rozhodla experimentovat s odvážně zbarvenými verzemi původního obsahově shodného výrobku. Nepřítomnost barvy může ale vyvolat stejnou pozornost. Spotřebitelé hledají jedinečnost, o kterou se mohou podělit na sociálních sítích, a to, čím se odlišuje od původního produktu.

Bezbarvé sycené nealkoholické nápoje se mohou v tomto prostředí prosadit, protože odstraňují složku, která má pouze estetickou funkci. Čiré nápoje také mohou podle společnosti Mintel zlepšit svou image tím, že se velmi podobají vodě – nejpřirozenějšímu ze všech nápojů.



Plán akcí České barmanské asociace pro nadcházející období

18. 9. 2018	18th INTERNATIONAL RUDOLF JELÍNEK CUP 2018	PCC
1.-6. 10. 2018	WORLD COCKTAIL CHAMPIONSHIP 2018 - Tallinn	PCC, PFC
4. 10. 2018	JUNIOR COCKTAIL COMPETITION - FOR GASTRO & HOTEL	JCC
4. 10. 2018	JUNIOR BEER COMPETITION - FOR GASTRO & HOTEL	JBC
5. 10. 2018	MATCHA TEA - CZECH TEATENDERS CUP	JTC
5. 10. 2018	BAILEYS JUNIOR MISTR KÁVY - FOR GASTRO & HOTEL	JMK
6. 10. 2018	BAILEYS PROFESSIONAL MISTR KÁVY - FOR GASTRO & HOTEL	PMK
6. 10. 2018	PROFESSIONAL COCKTAIL COMPETITION - FOR GASTRO & HOTEL	PCC
7. 10. 2018	CZECH FLAIR COMPETITION - FOR GASTRO & HOTEL	JFC, CFC
18. 10. 2018	LÁZEŇSKÝ POHÁR JESENÍK	JCC
18. 10. 2018	LÁZEŇSKÝ POHÁR JESENÍK - JUNIOR MISTR KÁVY	JMK
9.-10. 11. 2018	WORKSHOP PEDAGOGICKÝCH PRACOVNÍKŮ - BRNO	
14. 11. 2018	METELKA CUP	JCC
14. 11. 2018	TEEKANNE - CZECH TEATENDERS CUP	JTC
22. 11. 2018	DŽEZVA IBRIK CUP	JMK, PMK
25.-26. 11. 2018	APOTHEKA REAL BARTENDERS COMPETITION	PCC
3. 12. 2018	BRNĚNSKÝ VÁNOČNÍ POHÁR	JCC
3. 12. 2018	BRNĚNSKÝ VÁNOČNÍ POHÁR - JUNIOR MISTR KÁVY	JMK

VYSVĚTLIVKY:

JCC – junior cocktail competition, JFC – junior flair competition, JMK – junior mistr kávy, JBC – junior beer competition, JTC – junior teatender competition, PCC – professional cocktail competition, PFC – professional flair competition



Nabízíte své produkty a služby pro **HORECA & RETAIL** trh?



naši čtenáři:

OBCHODNÍ ŘETĚZCE PRODEJNY POTRAVIN • PRODEJNY PEČIVA PRODEJNY MASA • DROGERIE

www.svetobchodu.cz



naši čtenáři:

HOTELY • RESTAURACE LÁZEŇSKÁ ZAŘÍZENÍ • KAVÁRNY CUKRÁRNY • VINÁRNY • BARY

www.svethg.cz

NOVÁ TVÁŘ
SANITÁRNÍ TECHNIKY

INOX DESIGN

Zveme Vás na veletrh FOR ARCH 2018

18. – 22. září 2018. PVA EXPO PRAHA
v Letňanech. Hala 2D.

INOX DESIGN
HONEYCOMB LINE
NEREZOVÁ OCEL



 **Merida**[®]

SANITÁRNÍ ZAŘÍZENÍ A HYGIENICKÉ POTŘEBY

CENTRÁLA ČR
Merida Hradec Králové, s.r.o.
Zemědělská 898
500 03 Hradec Králové
tel.: +420 495 545 924
mobil: +420 605 255 689
e-mail: office@meridahk.cz



www.merida.cz