

SVĚT BARMANŮ

OFICIÁLNÍ ČASOPIS ČESKÉ BARMANSKÉ ASOCIACE



Živou vodu
teprve objevujeme

Soft drinky
dobývají bary

Nový projekt naučí
lidi mixovat koktejly
doma

Martin Smolný:

**Jsem barman,
který čím dál víc
utíká do přírody**

Živou vodu teprve objevujeme

Narodila se ve Skotsku a je jedním z nejoblíbenějších destilátů ve světě. Stejně jako nápoj samotný, i jeho jméno procházelo vývojem a úpravami po staletí - až se z krkolomného galského názvu „Uisge Beatha“ (živá voda) stala Usqua či Usky. A odtud už byl k anglickému pojmenování Whisky jen krůček.

CESTA K DOKONALOSTI

Psalo se 12. století. Za dalších tři sta let od první zmínky se postavení whisky výrazně změnilo. Z nápoje horalů se dostala až do královských hradů, jejichž obyvatelé upustili od popíjení čím dále dražšího a nekvalitního dováženého vína a brandy a nahradili je životabudičem z domácích zdrojů.

Dnes se whisky pálí pravděpodobně po celém světě a její obliba neustále vzrůstá. Nejlepší whisky pochází nepochybně ze Skotska a jen ta nejlepší smí používat také označení „skotská“... Na chuti whisky se výrazně podílí prostředí, ve kterém se pálí, resp. kde a jak se suroviny k pálení připravují. Nejdůležitější součástí procesu vaření a výroby skotské whisky je voda. Měla by vytékat přímo z vřesoviště a protékat březovými kořeny a rašelinou. Jenom taková voda prý dává při pálení a filtrování whisky tu předepsanou barvu, vůni a chuť.

„Mezi barmany je oblíbená whisky Hankey Bannister, která se vyznačuje plnou, mírně drsnější chutí.“

Nepsaným pravidlem je délka doby strávené v podzemí - čím déle, tím lépe. Chuť i vůně je ovlivněna jak složením vody, tak také rašelinou (k sušení a zrání zrna), důležitou roli hrají také sudy, ve kterých zraje. Různými chuťovými oblastmi tak jsou Highlands - Speyside (jižní region vysočiny), Highlands - Eastern, Western, Northern (východní, západní a severní region vysočiny), Lowlands (nížiny), Islay (regiony ostrova Islay), Islands (regiony ostrovů Orkney, Jura, Mull a Skye) a Campbell Town. Zatímco např. whisky z vysočiny jsou nasládlé a vyznačují se ovocnými příchutěmi, ostrovním whiskám je vlastní větší či menší slanost, silná rašelinná příchut, vyšší olejnatost, kouřová vůně a síla.

FAVORITI

Pokud jde o nejznámější značky whisky, nepochybně favoritem zákazníka je dnes Johnnie Walker Red Label. Stejná směs, která ovšem zraje déle, je Black Label. Skuteční znalci však oceňují Blue Label či Gold Label. O prvenství v oblíbě Johnnie Walker soupeří s Ballantines. I její výrobce poskytuje luxus-



nější, dvanáctiletou verzi Gold Seal. Dalšími vyžadovanými whiskami jsou Jack Daniels a Jim Beam. Kromě těchto pěti značek jsou v regálech často vidět i irské whiskey Jameson či Tullamore Dew.

Mezi barmany je oblíbená whisky Hankey Bannister, která se vyznačuje plnou, mírně drsnější chutí. Nejedná se však o podřadný nápoj. Hankey je oficiální whisky britského

diplomatického sboru. Kromě běžné verze existuje samozřejmě i luxusnější 12, 15 a 21letá verze. Dražší, ale velmi oblíbená je Chivas Regal, velice výrazná skotská založená na výborné sladové whisky Strathisla. Je však natolik specifická, že nemusí chutnat každému. Podobné chuti je i u nás známá Passport Scotch. Je stále výrazná, ale více se blíží české představě o whisky.

V NABÍDCE DOBRÉHO BARU BY VEDLE SMĚSÍ NEMĚLO CHYBĚT I PÁR SINGLE MALT WHISKY.

Světově nejoblíbenější je vanilkově nasládlý Lagavulin. Velmi oblíbená je i whisky Glenfiddich nebo Glenlivet. Z irských whisky nelze než doporučit produkty palírny Cooley Distillery, která jako jediná v Irsku patří irským majitelům. Z nabídky vyčnívá zejména single malt Tyrconnell a míšená whisky Millars, která překvapí výraznou čistou chutí. K výrobě u nás tolik oblíbené irské kávy je pak přímo určená whiskey Killbeggan. Bohužel s výrobky této firmy se u nás dá shledat je velmi, velmi těžko, ačkoliv se řadí k naprosté špičce. Z jiných destilérií je doporučována nejprodávanejší whisky v Irsku Paddy. Co se týká whisky z nového světa, tak si kromě Jacka a Jima pozornost rozhodně zaslouží třeba bourbon Makers Mark. Dalšími významnými značkami jsou pak Rebel Yell nebo v dobách prohibice jako lék prodáváný RX bourbon.

SVĚT A MY

Whisky je celosvětově druhým nejoblíbenějším destilátem a její spotřeba roste. U té nejlepší, skotské, to bylo od přelomu tisíciletí o celých 40 procent. Jak vyplývá z dat, která zveřejnil týdeník The Economist, největším importérem 70 cl lahvi whisky je nyní Francie. Země milovníků vína a šampaňského mezinárodně zvýšila svůj dovoz na výsledných zhruba 180 milionů lahví. Druhé místo v importu whisky zaujaly Spojené státy americké

(120 milionů lahví) a třetí se umístilo Španělsko se zhruba 90 miliony lahví. Německo je s necelými 40 miliony až na devátém místě tohoto žebříčku.

Největší trhy jsou tedy stále ještě ve Francii, USA a Španělsku. Nejrychleji ale v posledních letech rostou trhy skotské v Jižní Americe. Jedním z důvodů je například fakt, že pro rozrůstající se jihoamerickou střední třídu třeba v Brazílii se skotská stala statusovým symbolem. Často se zde pije s ledem a kokosovým mlékem.

U nás se ročně vypije více než 2,5 milionu litrů skotské whisky. Toto množství odpovídá třem procentům z celkového množství v Česku prodaných destilátů. Z těch mají ale Češi nejraději vodu. Vyplývá to ze statistik společnosti Jan Becher – Karlovarská Becherovka a. s. Další pozice jsou však již obsaženy specificky českými lihovinami – hořkými bylinnými likéry, ovocnými destiláty a tuzemákem. Svou roli v oblíbenosti jednotlivých druhů lihovin hraje především jejich nižší cena a síla zvyku. Češi jsou konzervativní a jen neradi opouštějí značky, na které jsou zvyklí. Nejznámější značkou whisky u nás je Ballantine's a nejvíce se také pije – každá desátá v ČR vypitá sklenka whisky je právě Ballantine's. Českou zvláštností oproti světu je, že obliba jednotlivých kategorií whisky se odlišuje podle věkových skupin. Skotskou whisky upřednostňuje střední, americkou pak mladá generace, a irskou mají v oblibě spotřebitelé všech věkových skupin. Zajímavé rovněž je, že Ballantine's Finest si stále

JAK SE PIJE WHISKY?

U nás v restauraci hostovi obvykle přinesou whisky s ledem a dále se na nic neptají. Není to příliš dobrá volba: ledem přechlazená whisky nevydává skoro žádnou vůni, a bez správného aroma je zážitek z whisky poloviční. Mnohem lepší je míchání whisky s čistou vodou. V domovině skotské ji mnohde dodneška pijí zředěnou citronádou. V dobré restauraci nebo baru vám podají ke sklenice dobré whisky i sklenici vychlazené minerální vody, kterou můžete upíjet střídavě s whisky, nebo si nápoj naředit. Taková whisky půl na půl s vodou je prý ideál, protože při dvacetiprocentním obsahu alkoholu se výborně uvolňuje aroma a zážitek z konzumace je nejlepší.

silnější oblibu získává mezi ženami.

Ačkoliv v souvislosti s dopady finanční krize došlo k celkovému poklesu odbytu lihovin v restauracích a zvýšenému odbytu v maloobchodní síti, prodeje Ballantine's zůstaly beze změny. Ballantine's tak podle importérů dokázala, že není zbožím sezónního charakteru, a její konzumenti patří mezi vyznavače tradičních hodnot. Jde většinou o lidi se stabilním společenským postavením, kteří se neztříkají svých zvyků.

ČASY SE MĚNÍ

Whisky, nápoj, který tradičně popíjeli spíše tvrdí muži, si nyní získává stále větší oblibu i u žen. Podle asociace sdružující milovníky whisky, The Scotch Malt Whisky Society, se za poslední tři roky zvýšil počet žen pochutnávajících si na tomto alkoholickém nápoji dokonce až dvakrát.

Podle průzkumu veřejného mínění, který provedla společnost AC Nielsen, ženy představují nejméně 25 procent „pijáků“ skotské whisky v Británii. Přitom před pár lety to bylo jen méně než 10 procent. „Důležitý fakt u whisky je, že si ji můžete vychutnávat v různých kombinacích a různých chutích,“ citoval britský list The Guardian Campbella Evanse z Asociace Skotské whisky. „Můžete ji mixovat například s nealkoholickými nápoji jako je cola, nebo si ji dávat v nejrůznějších koktejlech, toho se lidé dříve obávali, dneska ale již mnohem více experimentují,“ dodává Evans.

Podle Roye Lewise ze společnosti Hebridan Liqueur Company si „něžnější část populace“ také mnohem více kupuje lahve s whisky přímo v obchodech: „Ženy tento nápoj nakupují častokrát jako dárek, ale zjistili jsme, že 90 procent z nich si zároveň whisky kupuje i pro svojí vlastní potřebu“.

fav

PRAVIDLA PRO PRAVOU SKOTSKOU

V roce 2005 vydala Asociace Skotské whisky (the Scotch Whisky Association) nová pravidla pro pojmenování druhů Skotské. Základní druhy jsou „obyčejná – jednodruhá“, (single) a „vícedruhá“ (blended). Single pochází pouze z jedné destilérie, kdežto blended je smíchána ze dvou i více druhů Skotské whisky.

Základní dělení tak je na:

- **Single malt** – vyrábí se výhradně z ječmenného sladu, který se ředí vodou, pomocí kvasnic se zakvasí a nakonec se destiluje v destilačním kotli. Na lahvi poté musí být uvedeno Single malt, což znamená, že pochází z jediné palírny a nemíchá se s ostatními.
- **Grain whisky** – vyrábí se převážně z nesladovaného obilí, tedy z ječmene, žita, pšenice nebo kukuřice, a je destilována ve sloupcovitém patentním destilačním aparátu, jenž umožňuje méně náročný destilační proces.
- **Vatted nebo Blended malt whisky** – Vatted je whisky smíchaná z minimálně dvou, častěji však z více druhů single malt whisek a destilérií. Blended zase obsahuje obvykle 15–40 různých malt whisek a 2–3 grain whisky.
- **Blended grain whisky** – whisky míchaná z grain whisek z více destilérií.
- **Blended Scotch whisky** – whisky míchaná ze single malt whisky a grain whisky.

JSEM BARMAN, KTERÝ ČÍM DÁL VÍC UTÍKÁ DO PŘÍRODY



PAN MARTIN SMOLNÝ OD MALÍČKA VYRŮSTAL V KUČAŘSKÉ RODINĚ. I KDYŽ SE KUČAŘEM NAKONEC NESTAL, OBOR GASTRONOMIE A POHOSTINSTVÍ NEOPUSTIL. DNES VEDE VYHLÁŠENÝ MARTINI'S BAR V PARDUBICÍCH. JAKO BARMAN TOHO DOKÁZAL MNOHO. KROMĚ TOHO, ŽE JE DNES UZNÁVANÝM LEKTOREM, ZAZNAMENAL TAKÉ VELKÝ ÚSPĚCH V MEZINÁRODNÍ SOUTĚŽI FINLANDIA CUP, KDE V ROCE 2002 OBSADIL DRUHÉ MÍSTO. TO MU ZAJISTILO MNOHO NOVÝCH KONTAKTŮ A OTEVŘELO OBZORY. MARTIN SMOLNÝ VŠAK ZŮSTÁVÁ PARDUBICKÝM PATRIOTEM A PATŘÍ K TÉ VZÁCNÉ SKUPINĚ BARMANŮ, KTERÁ SE SNAŽÍ ŠÍŘIT BAROVOU KULTURU I MIMO HLAVNÍ MĚSTO.

Jak jste se vůbec dostal k barmanskému řemeslu?

Moji rodiče i bratr jsou absolventi hotelových škol - co jiného zbývalo mně? Ne, tak to nebylo. Úděl dětí „hospodských“ je vyrůstat tam, kde pracují jejich rodiče a tak já, abych viděl otce, musel jsem za ním chodit do restaurace. Ve svých pěti letech jsem údajně vyrobil svůj první cocktail v plechovce od holandského kakaa (sirup, nějaký džus a sodovku). Tomu výtvaru jsem vymyslel název Grošák. Je zajímavé, že jsem zatím tento název nepoužil pro žádný ze svých soutěžních koktejlů. Asi je souzen pro ten úplně poslední (smích). Poprvé jsem k originálnímu šejkru přičichl v hotelu Černigov v Hradci Králové.

Váš bar je v elitní skupině Partner's Bar CBA. Co pro vás toto ocenění znamená?

Musím přiznat, že tato otázka ve mně vyvolává různé odpovědi. Zažil jsem to na letošní členské schůzi CBA v Praze. Vše, co se týká barmanství, se točí jen a jen kolem Prahy. Praha je prostě v centru zájmu barmanů i hostů. Ostatní bary jsou jen malým doplňkem v asociaci Partner's Bar, ale rozhodně tam mají také nezastupitelné místo. Je v pořádku, že jsou rozestety po celé republice, alespoň si hosté mohou zajít i v menších městech na vynikající a hlavně nové trendy cocktaile. Snad ten čas přijde, kdy CBA i hosté uznají, že i v malém městě jsou bary na úrovni a mají co nabídnout.

V roce 1996 jste založil barmanskou školu a jste zakládajícím členem lektorské skupiny CBA, jako jeden z velmi vytěžovaných lektorů. Jaké máte zkušenosti se výměnou studentů? Jak jsme na tom s výchovou nových talentů?

Nechci tady vyjmenovávat úspěšné absolventy své barmanské školy, jelikož to je hlavně jejich píle, práce a talent, že jsou dnes úspěšní a známí v oboru. Sleduji je a mám z nich velkou radost! Já měl jen to štěstí, že jsem byl jejich první lektor. Člověk, který to chce někam dotáhnout, by se měl řídit citátem: „Špatný žák je ten, který nepřevyšuje svého učitele.“

V MARTINI'S mám jednoho barmana, který u mě začínal, když byl ještě na škole, jako Commi de Bar (barmanův pomocník, mladší barman, pozn. red.) a nyní je na postu Chef Barmana. Takových je v našem regionu velmi málo. Jsem ale opravdu rád, že o obor a hlavně o barmanské kurzy je stále zájem, protože si myslím, že právě tyto kurzy absolventi

odborných škol plně využijí v praxi. Vždyť v kurzech se neučí jen míchat, ale také zbožňalství.

Co považujete za svůj největší profesní úspěch?

Zde musím rozdělit svůj profesní úspěch do tří bodů. Hlavním je MARTINI'S BAR. Tady si cením toho, že si lidé zvykají pít tzv. MARTINI'S cocktaily a že jsme v regionu stále ten bar, který má největší a nej kvalitnější nabídku cocktailů. Druhý bod byly soutěže. Zde jsem se stal v „barvách“ Finlandia Vodka v roce 2002 vicemistrem světa Finlandia Cup. A třetím bodem je lektorství. Mám velkou radost, že o kurzy vedené mojí osobou je velký zájem a hlavně že jsou absolventi spokojeni s výukou. Vyjadřují to ve svém hodnocení po zakončení kurzu. Toho si opravdu velmi vážím!

Co pro vás konkrétně znamenal zmíněný úspěch v podobě titulu vicemistra světa v soutěži Finlandia Cup z roku 2002? Co vám tato soutěž dala?

Samotný titul mi dal hned po soutěži mnoho nabídek na cateringovou činnost a hodně krásných akcí. Hlavně firmě Alkometa (Brown Forman) vděčím za akce např. na Lanzarote, ve Finsku apod. Samotná soutěž ve Finsku mi dala hlavně vztah k této zemi. Musím říct, že Finsko a Finy mám opravdu velmi rád a upřímně jsem jim moc fandil k získání titulu mistra světa v hokeji 2011. Ale samozřejmě až poté, co jsme ho nemohli získat my, to je jasné (smích).

Ve vaší nabídce máte i mnoho nealkoholických drinků. Slyšel jsem, že se v poslední době stávají trendem. Najdou se mezi nimi nějaké, které vyloženě frčí?

Tento trend velmi rád propaguji už od mého návratu z Německa. Tam byly nealkoholické

drinky populární již v roce 1991. A v našem baru se o tak rozsáhlou nabídku zasloužila převážně manželka, která je má velmi ráda. Pokud jde o chuť, tak převažují lehce hořkokyselé a osvěžující chutě. U nás v MARTINI'S jsou ve velké oblibě Virgin Mojito Razz, Malayan drink, Hawaiian Wave, Lemon Squash, Soft Molotov atd.

Pokud skutečně vzrůstá poptávka po nealkoholických drinkech, co myslíte, že to znamená? Pijí snad lidé méně alkohol, nebo si spíše nyní do barů nacházejí cestu i zákazníci, kteří sem dříve nechodili?

Oblibu v pití soft – virgin cocktailů vidím převážně v tom, že naši hosté stále více jezdí autem, mají důležitá obchodní jednání apod. Chtějí mít „čistou“ hlavu a těch jednoduchých nealkoholických nápojů jsou již přepiti. Sám hodně jezdím autem, a proto jsem velký konzument dobrých soft drinků. Rád si dám i dobrý Milk Shake.

Jak jsou na tom vůbec současní návštěvníci barů? Zkoušejí nové věci a chutě, nebo se spíše přikláníjí ke klasice (Mojito, Sex on the Beach, Piña Colada,...)?

V Praze asi zkoušejí novinky, ale v menším městě bývají hosté velmi konzervativní. Po každé, když přivezeme odněkud nějakou novinku, tak prodáme pár porcí a pak se hosté stejně vrátí k osvědčeným cocktailům. Je to boj, ale my to nevzdáváme a stále se pokoušíme vymyslet a nabízet něco nového.

Do vaší nabídky koktejlů zařazujete i některé nápady vašich kolegů, se kterými jste měl možnost setkat se na různých konferencích. Jak moc jsou pro vás tyto akce důležité?

Důležité je asi trochu silné slovo. Spíše to je milá konfrontace s jinými partnerskými bary, a pokud se objeví cocktail, který nám oprav-

du chutná a ve kterém vidíme přínos pro náš bar, tak ho zařadíme do nabídky, samozřejmě po konzultaci s příslušným barem.

Máte se vůbec ještě stále co učit, např. od vašich kolegů? Zaujal vás v poslední době nějaký zajímavý recept na drink, který stojí za to ochutnat?

Člověk, a hlavně barman, se má stále co učit. Hlavně v poslední době je toho stále více. Nové produkty, nové způsoby míchání, molekulární mixologie apod. Rád se zúčastňuji různých seminářů (pokud mi to tedy čas dovolí). Drink, který mě v poslední době fakt zaujal a který jsme se svolením majitele baru zařadili i do naší nabídky, je cocktail PENTANGELLI z TRETTER'S NEW YORK BAR v Praze.

„Špatný žák je ten, který nepřevyšuje svého učitele.“

Co je podle vás nejdůležitější na cestě k úspěšnému provozování baru?

Podle toho, co si kdo představuje pod slovem úspěch. Jestli chce peníze a slávu... (smích). V mém případě vidím za nejdůležitější pevné, velmi tolerantní rodinné zázemí. Já jsem opět „omládl“ před cca 6 lety, kdy se mi narodil syn, a od té doby se mi hodně změnila životní hodnoty. Velmi důležité je také mít kvalitní pracovní tým, který v MARTINI'S mám, a poté velké štěstí na okolnosti spojené s podnikáním.

Děkuji za rozhovor
Jakub Havel



MARTINI'S BAR, Pardubice



Kdo je Martin Smolný?

- Věk: 47 let
- Koníčky: chalupaření, jízda na kole, sjezdové lyžování
- Motto: „Neodvážit se je osudné.“
- Oblíbené jídlo: svíčková na smetaně, knedlo – vepřo – zelo, biftek – medium
- Oblíbený drink: Gimlet, Arctic Rose, Cranpiroska

SOFT DRINKY DOBÝVAJÍ BARY

Jedním z největších trendů současné doby je bez pochyby zdravý životní styl. S tím souvisí i změny k lepšímu ve stravovacích návycích i pitném režimu. V potravě dáváme stále více přednost kvalitním biopotravinám, a co se týče pití alkoholu, snažíme se pít umírněněji a více s rozumem. Jen málo věcí je dnes větším společenským faux pas, než člověk v podroušeném stavu. Tato vývojová tendence samozřejmě otvírá dveře široké nabídce nealkoholických drinků a koktejlů, které dnes představují zajímavou alternativu i pro mnoho zákazníků barů.

Výběr takzvaných mocktailů je v současné době obrovský. Podniky nemohou zaostát za konkurencí a předhánějí se v nabídkách. V listcích většiny z nich se dnes běžně objevují „odlehčené“ neboli soft či virgin verze klasických alkoholických drinků. Objednávka například Virgin Mojita je dnes naprosto běžnou záležitostí a žádného barmana nezaskočí. Nealkoholické koktejly jsou brány stále více vážně. Zájem o soft drinky zaznamenáváme v poslední době i díky tomu, že zákazníci trochu omrzeli klasické nealkoholické nápoje jako Cola či Sprite. Ty si mohou dát, koneckonců, i doma. „Naši hosté jsou těch jednoduchých nealkoholických nápojů již přepiti,“ komentuje současný trend Martin Smolný, majitel pardubického MARTINI'S BARU a uznávaný barman. Samozřejmě dodává, že lidé dnes více jezdí na party autem nebo mívali druhý den obchodní jednání apod. Sám ve svém baru proto také nabízí širokou škálu soft drinků. V poslední době virgin koktejly ale preferují i lidé, kteří zrovna nepotřebují být fit na zítřejší schůzku a ani nutně nemusí odřít cestu domů. Sofistikované koktejly z čerstvých ovocných či zeleninových šťáv jsou povzbuzující vitamínovou bombou, která jim večer dodá spoustu energie.

KOKTEJL SHIRLEY TEMPLE

Ano, také v případě nealkoholických drinků se občas používají jména skutečných osobností. Jeden z nejznámějších virgin koktejlů se jmenuje Shirley Temple. Shirley Temple byla americká dětská filmová hvězda z třicátých let a také pozdější politička. Nápoj s jejím jménem jí poprvé připravil neznámý barman hollywoodského podniku Chasen's. Tento drink je namíchán ze dvou třetin velmi slabého zázvorového piva (Ginger ale) a jedné třetiny pomerančového džusu. Je zastříknutý trochou grenadiny (můžeme nahradit jahodovým sirupem) a ozdoben třešní maraskino. Místo pomerančového džusu se dnes také často používá citrónová limonáda (Sprite, 7up). Velmi podobným drinkem je i Roy Rogers, jehož základní složkou je zase Cola.



V KURZU JSOU HOŘKO – KYSELÉ CHUTĚ

Podobně jako v moderní gastronomii, i v otázce nápojů je třeba posouvat se stále dál, a ani virgin cocktaily nejsou výjimkou. „Pokud jde o chuť, převažují osvěžující a lehce hořko – kyselé. U nás v MARTINI'S jsou ve velké oblibě Virgin Mojito Razz, Malayen drink, Hawaiian Wave, Lemon Squash, Soft Molotov atd.“, říká Martin Smolný. Ve svých soft-drincích velmi rád používá například citrónovou šťávu, která dodá výslednému nápoji osvěžující kyselost a zároveň z něj dělá skutečnou zásobárnu vitamínu C.

Na nealkoholické drinky lze použít většinu ovoce, jak sezónní domácí (např. borůvky, hrušky, jablka, jahody, broskve, maliny, červený rybíz), tak i exotické (např. ananas, maracuja, papaja, mango, banán, limetka). Hodí se však i zelenina (např. rajče, celer, okurka, paprika). Takže možností k experimentování a hledání skvělých chutí je nekonečně mnoho.

NEALKO KOKTEJLY ZAJÍMAJÍ I VÝZNAMNÉ SPONZORY

Trend nealkoholických drinků už nabírá vysoké obrátky a to hlavně v zahraničí. Na toto téma se také pořádají barmanské soutěže. Jednou z nich byl i nedávno proběhnuvší Mattoni Grand Drink, který minulý rok získal dokonce oficiální status mistrovství světa. Sponzorem akce je výrobce známé české minerálky, který soutěž každoročně dotuje štědrými odměnami pro ty nejkreativnější mistry šejkrů. Pokaždé tak přiláká světovou barmanskou špičku. Výsledkem jsou nápoje, které delikátností dostanou i otrlé lvy salonů. Na minulém mistrovství v roce 2010 nechyběli jak reprezentanti evropských barmanských velmocí, tak i zástupci tak vzdálených zemí jako Brazílie či Arménie. Soudě dle receptur soutěžních koktejlů jsou v současné době v těch nejlepších podnicích trendem ovocné drinky ochucené zeleninou či orientálním chilli. V soutěži se ale objevily i velice specifické koktejly na bázi červené řepy či lékořice. Český zástupce Petr Vopálenský zde minulý rok soutěžil s originálním koktejlem, kde se snoubily chutě české přírody: bezinky, brusinky, levandule a fialky. „V současnosti se v dobrých barech už upouští od jedovatě barevných koktejlů. Trendem je spíše návrat ke kořenům. K autentickým přírodním složkám, nejlépe místně dostupným, podobně jako je tomu v gastronomii,“ říká Vopálenský. S jeho netradičním koktejlem se dostal až do semifinále.



MALAYEN DRINK

připravil: MARTINI'S BAR, Pardubice

2 cl	Blue Curacao Routin 1883 sirup,
10 cl	Ananasový juice
5 cl	Grapefruitový Pink juice
5cl	Bitter Lemon na dolití

Míchací médium: šejkr

Dekorace: výseč ananasu, Physalis, lístek ananasu

Čerstvou kohoutkovou? Stačí říct!

Skvělá obsluha, příjemné prostředí, znamenité menu...

Jistě. **Ale co voda?** Zapojte se i vy mezi restaurace, které svým hostům servírují na stůl čerstvou kohoutkovou vodu.

Veolia Voda vás podpoří. Věnuje vám karafy od designéra Daniela Piršče, aby čerstvá voda nejen skvěle chutnala, ale i dobře vypadala. Buďte světoví, lidé to ocení.

Více na:
www.kohoutkova.cz

Voda
pro každou
příležitost



SOFT MOLOTOV (MARTINI'S BAR)

připravil: MARTINI'S BAR, Pardubice

- 2 cl Passion Routin 1883 sirup
- 2 cl Citrónová šťáva
- 10 cl Green Apple Pfanner juice
- 10 cl Bitter Lemon na dolítí

Míchací médium: Šejkr

Sklo: Piña Glass

Dekorace: Canteloupe meloun, Physalis

PSYCHOLOGICKÝ FAKTOR ABSTINENCE

Může to znít poněkud přehnaně, ale je důležité si uvědomit, že pití soft drinků má i do jisté míry psychologický význam. Host v baru, jenž pije Colu či minerálku, je okamžitě rozpoznatelný, zatímco mocktail od alkoholického drinku prakticky poznat nelze. Zákazník se tedy žádným způsobem nevylučuje ze skupiny a může předejít někdy dotěrným dotazům na důvod jeho abstinence. Toto má pak samozřejmě další vliv na to, nakolik příjemně se návštěvník v baru cítí. Správný barman by se naproti tomu měl sám pokusit nabídnout zákazníkovi s abstinenční tendencí něco ze své nabídky těchto drinků.

MOCKTAILY JAKO BYZNYS BUDOUCNOSTI

Fakt, že soft drinky představují obrovský potenciál, si uvědomuje stále více a více lidí z oboru. Na západě se na toto téma pořádá mnoho konferencí a přehlídek, kde se řeší zejména otázky, jak vzrůstající poptávku a postupně se měnící zvyky co nejlépe využít. Velkou možností pro restaurace představují nealkoholické drinky podávané v průběhu dne či při obědě, kdy se běžně lidé alkoholu účelově vyhýbají. Americký beverage specialista Robert Plotkin situaci shrnuje: „Téměř 50 procent lidí, kteří jdou do restaurace, tam nejdou za účelem pít alkohol. Trh nealko nápojů roste a přitom stále není plně uspokojován.“ Plotkin dále kritizuje dosavadní přístup podniků k této specifické kategorii: „Nealkoholické drinky velice často trpí tím, že jsou odsouvány na druhou kolej a není jim věnována ze strany podniků taková pozornost, a to i z hlediska surovin a zpracování. Takže o ně pak ani zákazníci nemají takový zájem.“ Odborník zároveň doporučuje velmi omezit nabídku nealkoholických drinků třeba na tři, ale o to více jim přidat na exkluzivitu a naučit je zákazníky pít. Ve svém marketingovém pojetí dochází dokonce k samotnému termínu „nealkoholické“ nápoje a k tomu, jaké konotace vyvolává. Dle jeho názoru by se tento termín vůbec neměl používat, neboť vzbuzuje nežádoucí pocity určitého odpírání si něčeho dobrého. Takže více využívat termíny soft, virgin či mocktail.

I v tomto odvětví zkrátka platí marketingové zákony jako ve všech ostatních oborech, a ten, kdo se jimi neřídí, nemůže být lepší než konkurence, která pro svoje produkty a jejich propagaci udělá všechno.

Jakub Havel

Nový projekt Centrály cestovního ruchu - Jižní Morava KOMUNIKUJÍCÍ MÍSTO

Dalším vzděláváním k rozvoji cestovního ruchu
v Jihomoravském kraji

VZDĚLÁVACÍ PROGRAM:

- Udržitelný cestovní ruch
- Standardy kvality služeb a základní komunikační postupy
- Multikulturní komunikace v provozu služeb cestovního ruchu
 - Řízení a rozvoj provozů služeb cestovního ruchu

Více informací najdete na
www.ccrjm.cz



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Jihomoravský kraj



centrála
cestovního ruchu
Jižní Morava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Juan Pablo Santiago,
Mistr světa ve flairu z Uruguaye

BARMAN SE MUSÍ SNAŽIT O ORIGINALITU

O tom, že profesionálním barmanem se nestanete přes noc, že je zapotřebí mnoho píle a soustředění, jsme hovořili s mistrem světa ve flairu Juanem Pablem Santiagem z Uruguaye, který poskytl časopisu Svět barmanů exkluzivní rozhovor.

Jste mistrem světa ve flairu – věnoval jste přípravě hodně času?

Měl jsem možnost reprezentovat svou zemi na turnaji světové barmanské asociace IBA World Cocktail Competition v Singapuru 2010. Jel jsem tam s velkými nadějemi a očekáváním. Díky velkému úsilí a poctivému tréninku jsem zde zvítězil a konečně se stal mistrem světa ve flairu.

Mohl byste krátce popsat podnik, kde nyní pracujete?

Práce flairového barmana je tady v Uruguayi velmi ceněná. Během hlavního období pracuji jako barman v hotelu a casinu Conrad resort. Mimo sezónu se věnuji vlastnímu podniku Instinctive Flair, který se specializuje na flair show. Více informací naleznete na webu: www.instinctiveflair.com.

Měl jste možnost sledovat um českých barmanů. Jak byste ohodnotil jejich dovednosti?

Líbí se mi jejich práce jak na soutěžích, tak i v barech. Každý z nich má svůj styl a originalitu, což z koktejlového barmana dělá profesionála.

Jaké vlastnosti by měl mít úspěšný barman?

Myslím, že je velmi důležité mít rád svoji práci.



ci. Pak už záleží na každém, kolik času věnuje cvičení, studiu nebo zdokonalování toho, co dělá. Barman se musí snažit o originalitu a sám sebe povzbuzovat, aby to dotáhl dál! Všichni můžeme dosáhnout úspěchu za barem, záleží jen na nás. Myslím, že už jen pouhý fakt být fair bartenderem je úspěch, protože miluji to, co dělám.

Kdo je podle vás osobností mezi barmany?

Každý koktejlový barman je osobitý – nelze jmenovat pouze jednoho. V jedné věci jsme všichni stejní, a sice, že se snažíme překonávat sami sebe. Každý den poskytujeme ty nejlepší služby a show pro naše klienty. Pokud některý z nich pochválí naše koktejly, naplňuje nás to štěstím a pýchou.

Děkujeme za rozhovor
Jarka Chudá a Aleš Svojanovský

Kdo je Juan Pablo Santiago?

■ Věk: 26 let (2. června 1985)

■ Vzdělání: středoškolské, barmanský a flair kurz

■ Ocenění:
3 x mistr barmanské soutěže ve flairu z Uruguaye v letech 2006, 2008, 2009

2 x mistr barmanské soutěže ve flairu z Jižní Ameriky v letech 2007, 2008

Světový mistr ve flairu, IBA Německo 2009

Světový mistr ve flairu, IBA Singapur 2010

- Profese: flair barman
- Zábavy: mnoho hodin denně trénuji flair a hraji fotbal
- Životní motto: „Úspěch je v nás, záleží pouze na nás“
- Oblíbený drink: Fernet s colou - jemný, žádný dryák



Nový projekt naučí lidi mixovat koktejly doma

O tom, že i bez barmanských zkušeností a zvláštního vybavení lze mixovat chutné koktejly také v domácích podmínkách, chtějí zájemce o dobré pití přesvědčit tvůrci nových internetových stránek www.mixnito.cz. „Základem, který určuje chuť, je láhev kvalitního alkoholu. Jinak může stačit běžné kuchyňské vybavení, které máme doma, a využití sezónních surovin, které jsou zrovna k mání – ovoce, zelenina a bylinky,“ řekl novinářům tvůrce projektu Dan Syrový.

„Sice je spousta gurmánských webů a stránek pro profesionální barmany, ale pro domácí míchání žádné použitelné informace na internetu nenajdete,“ prohlásil Syrový. Protože mu takový web chyběl, vytvořil si ho sám. Publikoval na něm pětadvacet nově vymyšlených receptů, další hodlá postupně přidávat.

Lidé, kteří si doma chtějí namíchat kvalitní koktejl, by měli zejména držet sedmi základních zásad: jednoduchost přípravy, dostupnost surovin, metoda je důležitější než recept, využití sezónních surovin, inspirace, rychlost a zejména zábava při přípravě.

„Nejde o to, poměřovat se s barmany, protože ti vždy udělají dobrý koktejl. Jde o to, naučit se metodu přípravy koktejlů, které si člověk v baru nekoupí a udělá si je s běžným kuchyňským vybavením,“ prohlásil Syrový.

K přípravě koktejlů stačí obyčejný kuchyňský mixér; kdo ho nemá, může použít uzavíratelnou pultitrovou zavařovací sklenici. Další důležitou pomůckou je dřevěné drtítko na ovoce a suroviny za pár desítek korun. Potom je třeba drcený led; lze koupit třeba u benzínových pump nebo si ho při přípravě koktejlů můžete sami rozdrtit zabalený do utěrky.

Kromě kvalitního alkoholu jsou důležité zejména čerstvé suroviny; právě ty jsou při domácí míchání největší předností. „V barech obvykle nic takového nemají, protože by jim dlouho nevydržely,“ vysvětlil Syrový. V receptu podle něj není důležité přesné odvážení ingrediencí. „Když máte maliny, tak je klidně můžete použít místo jahod. Třeba rumu do sklenice nemusíte nalít přesně tři ‚panáky‘, stačí si to odměřit podle vlastního palce. Důležitá pro chuť je i improvizace,“ míní. Příprava koktejlů je podle Syrového v Česku stále v plenkách, protože zde nemá tradici. „Za komunistů se míchaly jenom v hotelích, kam běžný smrtník nešel,“ dodal. Podobně jako si podle něj našla cestu k lidem dobrá gastronomie prostřednictvím televizních pořadů a známých kuchařů i různých celebrit, lidé se už učí rozeznávat i dobré a špatné koktejly. A vidí v nich velký potenciál, aby se je také sami naučili míchat.

Nejfotogeničtější barmankou ČR se stala Martina Nováčková



V sobotu 28. května 2011 byl v Míčovně Pražského hradu v rámci barmanské show Prague Food Festivalu historicky poprvé vyhlášen titul „Grand Barman 2011“. Nejfotogeničtější barmankou se stala Martina Nováčková z Jet Set Caffè v Ostravě, která získala na internetu největší počet hlasů. Celkem pro ni hlasovalo 225 z 767 platně hlasujících.

Jenom Španělé prý dovedou ten správný gin s tonikem

Činorodý Madrid světově proslavila kultura tapas, což jsou různé drobnůstky k jídlu servírované k vínu nebo pivu. Když se ale člověk ponoří hlouběji do gastronomie, zjistí, že při každodenním stolování má své nezastupitelné místo i tvrdý alkohol. Samozřejmě, že není řeč o sangrii, kterou vyhledávají turisté, ale o ginu s tonikem.

Gin s tonikem jako míchaný nápoj lze potkat v Madridu nejčastěji. Dokonce i v malinkatých lidových hospůdkách nabízejí osm až 15 různých druhů ginu, v barech je pak tato nabídka zcela obvyklá.

„Jenom Španělé umějí správně udělat gin s tonikem,“ tvrdí Alexandre Gabriel, prezident společnosti Goghac-Ferrand, do jejíhož portfolia patří i firma Citadelle Gin, jednička na španělském trhu.

Španělský gin s tonikem se ovšem poněkud liší od drinku, který obchodní cestující znají z domova. Především zapomeňte na vytáhlou úzkou rovnou sklenici typu Collins. Místo ní se používá široký velký pohár nebo velká sklenice na červené víno, která může být zkrášlena ovocem se špetkami skořice nebo muškátu.

A jak tedy vypadá podle Gabriela správný španělský gin s tonikem? Potřebujeme asi 30 gramů ginu Citadelle, dvě deci toniku Fever Tree, špetku citrónu nebo citronové kůry, nastrohaný muškátový oříšek a badyán nebo kousek skořice. Ve velké sklenici rozmícháme gin, tonik a led. Citronovou kůru nasypeme navrch. Ozdobíme kořením a normálně pijeme, nikdy nepoužíváme brčko.



staňte se členy CBA a získáte:

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

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



INSPIRACE PRO:

- **HOTELY**
- **RESTAURACE**
- **KAVÁRNY**
- **BARY**
- **OBCHODNÍ CENTRA**



1. Press Real Group, spol. s r.o.
Těšnov 5, 110 00 Praha 1
tel.: +420 257 219 241
email: redakce@1PRG.cz
www.1PRG.cz

SVĚT

**GASTRONOMIE
HOTELNICTVÍ
OBCHODU**

PRG

1. Press Real Group