

SVĚT

BARMANŮ

Oficiální časopis České barmanské asociace

LEDEN - ÚNOR
2013



**Na pivu
s Frankem
Haughtonem**

Rony Plesl:

**Chci mírně
šokovat**

Česká originalita

BARY, KTERÉ JSOU NEJ...



NEJSTUDENĚJŠÍ BAR

Barový pult, stoly i sklenice – vše je vyrobeno z ledu. V podniku výmluvně nazvaném Icepub Praha je po celý rok udržována teplota -7°C . Bar, který je součástí hudebního klubu Karlovy lázně, není jediným podnikem svého druhu v Česku, během zimy vznikají podobné atrakce například také v horských střediscích. Ledový bar fungující u paty Karlova mostu je ale nejvíc na ráně. Maximální délka popíjení je 30 minut, obsluha hostům dodává teplé bundy i rukavice. Jen pořádné boty by měli mít hosté vlastní.

Aby byl bar úspěšný, musí mít jasný a srozumitelný koncept. Zároveň by měl být originální a nejlépe mít i nějaké to nej. Jedno s druhým přitom není vždy jednoduché skloubit. Posuďte sami, jak se to daří podnikům v Česku.

NEJLEVNĚJŠÍ BAR... NEBO NEJDRAŽŠÍ?

„Zplatň, kolik chceš,“ taková je cenová politika pražského podniku Big Lebowski. Záleží jen na rozhodnutí zákazníků. Dalo by se čekat, že zrovna u nás musí takový koncept rychle zkrachovat. Hosté jsou však rozumní a bez placení neodcházejí. Většinu klientely tvoří cizinci, platit lze v eurech, dolarech i stravenkách.

LESNÍ BAR

Na neobvyklý bar mohou narazit návštěvníci Jeseníků. Leží uprostřed lesa, u cesty v údolí říčky Vápenné mezi Horní Lipovou a horou Smrk. Lesáci tu nejprve pro cyklisty a turisty vystavěli odpočívadla a přístřešky, pak přišel nápad přidat žlaby, v nichž se chladí připravené nápoje. S placením je to stejné jako v podniku Big Lebowski.

BAR V OBLACÍCH

Dokonalý výhled se otevírá z restaurace v žižkovském televizním vysílači, i když patro, v němž se ukrývá restaurant s příznačným názvem Oblaca, leží „jen“ 66 m nad zemí. A jaká je filozofie tohoto nově otevřeného podniku? Sezonní jídla, mix domácí a mezinárodní kuchyně a široký výběr českého piva a nejlepších vín.



OTOČNÝ BAR

Na tomhle baru se s hosty zatočí svět, i když pijí jen nealko. V pražském hotelu Fusion mají unikátní rotující bar, z jehož stoliček se lidé mohou kochat nádhernou kupolí navrženou architektem Josefem Gočárem. Ten je také autorem celé budovy bývalé banky stojící na rohu Panské a Jindřišské ulice. K dispozici jsou návštěvníkům nejen výborné koktejly, ale kupříkladu i vodní dýmky.

NEJSTARŠÍ BAR

Nejstarší bar v Praze, jenž je zároveň druhým nejstarším v Evropě, se ukrývá v útrobách Obecního domu na náměstí Republiky. Jeho historie sahá až do dob Rakouska-Uherska. Podnik pojmenovaný Americký bar zaujme hosty nejen svým nápojovým lístkem, ale i honosným interiérem, pod nějž se podepsal mimo jiné i malíř Mikoláš Aleš. Dominantami podniku je centrální barový pult z černého mramoru a lustr, který dodala firma slavného vynálezce a továrníka Františka Křížka.

PLOVOUCÍ BAR

U smíchovských břehů kotví na Vltavě moderní bar jménem Jazz Dock. Láká nejen koncerty, ale také neotřelým interiérem. Jeho dominantním prvkem je deset metrů dlouhý futuristický bar nabízející osvědčené koktejly i celou řadu specialit. Díky akustickému řešení se tu může hlučet až do rána. Za muzikou sem vyráží Češi i zahraniční klientela.

NEJPEKELNĚJŠÍ BAR

Lepší místo pro motorkářský bar snad ani nemůže existovat. Pekelné doly jsou rozsáhlé je-

skyně vysekané v pískovcové skále mezi vesnicemi Velenice a Svitava v podhůří Lužických hor. V roce 1984 se tu natáčela například pohádka S čerty nejsou žerty. Dnes podzemí patří motorkářům, kteří mohou vjet dovnitř přímo na svých strojích. V Pekelných dolech se mohou najíst, pobavit a také přenocovat.

NEJVÝŠE POLOŽENÝ BAR

Jednoduché občerstvení nabízí budova poštovny na nejvyšší české hoře Sněžce (1 602 m n. m.). Skutečně nejvýše položenou restaurací v Česku je ale Luční bouda s nadmořskou výškou 1 410 metrů. Základ tu tvoří česká klasika, vyhlášené jsou třeba borůvkové palačinky nebo jablečný závin. Od srpna 2012 sem hosty mohou lákat i na vlastní pivo Paroháč, které dostalo jméno podle stáda jelenů pohybujícího se po loukách v okolí. K vaření používají vodu přímo z pramene Bílého Labe, nabízejí tu klasický světlý a polotmavý ležák, pšeničný speciál a svrchně kvašený Indian Pale Ale. Hosté si tu mohou vlastní pivo rovněž uvařit, nebo alespoň absolvovat prohlídku minipivovaru. Nejvýše položeným restaurantem světa je asi horolezecká restaurace pod Mount Everestem ve výšce 5 200 m n. m.

Libor Hruška

Seminář Asociace sommelierů

CO JSTE NEVĚDĚLI O CHAMPAGNE

Magazín Svět gastro & Svět hotel navázal odbornou spoluprací s Asociací sommelierů ČR. Její viceprezident a známý český sommelier Ivo Dvořák pro nás popsal jednu z nejuspěšnějších akcí asociace, která se konala na sklonku minulého roku.



Na konci roku 2012 proběhl zatím rekordní seminář Asociace sommelierů ČR na téma Champagne. Výjimečnost této akce byla hned v několika ohledech. Přestože šlo o předvánoční termín 18. prosince, zúčastnilo se dvou seminářů celkem 105 osob. Většinu tvořili sommelieri, gastronomové, nebo profesionálové z oblasti obchodu s vínem. Další exkluzivitu si vysloužilo množství degustovaných vzorků, které dodaly partnerské společnosti. Degustovalo se celkem 28 vzorků od 21 výrobců Champagne. Rekordní byla i doba obou přednášek, kterou si vynutilo množství vzorků. Místo plánovaných čtyř hodin celkového času na oba semináře, strávili posluchači v hotelu Regina bezmála dvojnásobek této doby. Podle nadšených reakcí to však nikomu příliš nevadilo, ba právě naopak. Po hodinové přednášce o reáliích regionu Champagne, jeho gastronomii a výrobních postupech tohoto vína, se větší část semináře věnovala právě řízené degustaci.

Na porovnání byly styly Blanc de Blancs i Blanc de Noirs (dokonce i 100% Pinot Meunier), šest ročníkových Champagne, 22 bílých a šest růžových vzorků. Degustace ukázala i rozsáhlou variabilitu chutí a vůní tohoto unikátního šumivého vína, která je tvořena rozdíly v odrůdovém složení, půdní skladbě, době ležení na kvasinkách, ale i na základě filozofie výroby jednotlivých šampaňských domů. Bylo velmi zajímavé zkusit vína od nejmenších producentů až po největší dům celé oblasti. Opět se nám potvrdilo, že díky různorodosti se tato vína dokážou snoubit s mnoha pokrmy. Degustovat jsme mohli vína i z lahví Magnum (1,5 litru) a vyzkoušet, jak probíhá zrání v těchto větších formátech. Navíc účastníci mohli sami vyjádřit své preference jednotlivých stylů degustovaných vzorků a díky hlasům, které dostala jednotlivá vína, vzniklo i celkové pořadí. Sečteno a podtrženo, šlo o jednu z nejlepších a nejobsaženějších přednášek v celé historii naší asociace.

Ivo Dvořák, Asociace sommelierů ČR



IVO DVOŘÁK

- viceprezident Asociace sommelierů ČR
- jedenáctinásobný vítěz sommelierských soutěží v ČR
- vítěz mistrovství světa Habanosommelier 2004 (Kuba)
- soudní znalec v oboru víno a ostatní alkoholické nápoje
- držitel degustačních zkoušek

inzenze

Cellini

CAFFÈ

Cellini caffè. Una perla rara.

Jsme jedničky v dodávce
kompletního servisu s kávou

káva
technologie
dodávka inventáře
školení baristů
kontrolní činnost



obchodní zastoupení v ČR:

Litvínovice 26
370 01
České Budějovice

www.cellinicaffe.it
info@gastrokafe.cz
+420 602 554 485

Cellini caffè pňnší na trh vysoce kvalitní praženou kávu určenou pro milovníky těch nejkvalitnějších kávových směsí. Vyrábí tři hlavní kávové směsi. Kávu Bar Prestigio složenou výhradně z kávy Coffea Arabica, dále Bar Gran Crema 85% Coffea Arabica 15% Coffea Robusta a Bar Gran Aroma 80% Coffea Arabica 20% Coffea Robusta.

Výrobní závod Cellini se nachází v okrajovéčásti Janova. Je ukázkou nejmodernější pražírny, kde je provoz plně automatizován, což zaručí stálou kvalitu výsledného produktu. Pražení kávy podle vlastního pñsně sťeženého postupu, dává kávovým směsím plnou a nazaměnitelnou chuť, bohatou kávovou pěnu a skvělé aroma.

Než se káva dostane ke spotřebiteli, musí zrnko po zrnku projít důkladnou kontrolou a pñsnými laboratorními testy. Na konci všeho je jedinečný šálek nejluxusnějšího espressa či lahodného cappuccina.



Frank Haughton, majitel irských barů v Praze

NEPANIKAŘTE, KDYŽ SE HOSTÉ HNED NEHRNOU

V Praze provozuje dvě úspěšné irské hospody – Caffrey's na Staroměstském náměstí a James Joyce v ulici U Obecního dvora. „Po všech zkušenostech bych do podobného byznysu šel klidně znovu. Dokonce už pracuji na dalším projektu,“ říká Frank Haughton. Sedíme v jeho pubu James Joyce a pijeme točeného Guinnessu. To on sem černé hutné pivo s bílou krémovou pěnou před dvaceti lety zavlekl. Zakotvil v Praze v roce 1992 a od té doby tu buduje Irům dobré jméno.

Co bylo nejtěžší na cestě za úspěchem?

Přizpůsobení se jiným pravidlům a systému. A také váš jazyk.

V Česku už působíte dvacet let, neztrácíte chuť do podnikání?

Určitě ne, podnikání mě stále baví, hlavně poznávání nových lidí a situace, kdy vidím spokojené zákazníky. To je na tomhle odvětví podnikání to nejpříjemnější – vědomí, že zákazník odchází spokojený a rád se k vám vrátí.

Jak vzpomínáte na první den, kdy jste se ocitl v Praze?

Byl jsem příjemně šokován party atmosférou, která všude panovala. Byl tady pocit nového začátku, možností a očekávání. Lidé, hlavně ti mladí, vypadali nadšení budoucností.

Co bylo motivem k založení irské hospody?

Do Prahy jsem přijel v době, kdy se irské hospody rozjížděly v Německu a viděl jsem v tom velký potenciál.

Pak jste se stal pionýrem irských hospod v Česku... Měl jste tehdy soupeřníky?

Rok po tom, co jsem otevřel James Joyce Irish Pub v Praze, byla otevřená druhá irská hospoda Molly Malone's. Tu jsem ale později přebíral a nyní je z ní James Joyce Prague's Cosy Irish Pub.

To tu dřív byly jen dva irské bary?

Ano, byl tady jen jeden nebo dva a navíc tenkrát existovala mnohem větší jazyková bariéra než dnes.

Jakou chybu byste už nikdy neudělal?

Už bych si nepřibíral do podnikání partnera, pokud by to nebylo nezbytně nutné.

Jaké má podle vás v dnešní době mladý podnikatel šance rozjet v Praze bar nebo hospodu?

Přestože v podnikání je dnes mnohem větší konkurence, najdou se vždycky příležitosti pro lidi s novými nápady a přístupem.



2x foto Petr Holeček

Na co by si měl dát v začátcích pozor?

Zdá se mi, že hospody, bary a restaurace mají v Praze pomalejší rozjezd než v jiných velkých evropských městech. Proto musí mít podnik do začátku dost kapitálu, aby překonal počáteční období.

A co je vedle kapitálu ještě důležité?

Je důležité mít konkrétní plán a určitý přístup, nepanikařit, pokud jsou začátky podnikání klidné a hosté se vám hned nehrnou do dveří. Věřit svému úsudku.

Jak si nyní vedou hospody a bary v centru Prahy? Daří se jim opět po hubených letech?

Mnoho podniku ta hubená léta nepřežilo. Těm, které přežily, se opět daří lépe, ale nedá se to srovnávat s roky před krizí.

Jezdí sem Britové masově jako před lety?

Množství Britů jezdících do Prahy se výrazně snížilo následkem finanční krize. Kvůli ní se i snížilo množství letů mezi Británií a Prahou. Ceny v Praze se postupně zvyšují a i to určitě hraje svoji roli. Podle mého názoru je jedna z nejhorších reklam Prahy fakt, že pokud si turista mění peníze ve směnárně v centru, přijde o pětadvacet až třicet procent částky.

V James Joyce máte skříňky pro štangasty, kam si mohou zamykat svou lahev. Kdo jí tam má?

Ano, své skříňky u nás má mnoho známých lidí. Prozradím, že to jsou herci, herečky, spisovatel a filmový režisér.

Máte nějaký recept, jak nalákat hosty?

Snažíme se především o to, aby všichni zákazníci od nás odcházeli spokojení, vraceli se k nám zpátky a dobře o nás mluvili mezi svými přáteli.



Na pubu James Joyce jsou sympatické soukromé skříňky. Do prosklené vitríny se jmenovkou uloží vážený host nedopitou lahev, zamkne ji a dopije příště. Své lahve tu mají třeba Ivan Klíma, Jiří Stránský nebo Petr Vacek.



3x foto archiv James Joyce

FRANK HAUGHTON

Bar James Joyce původně sídlil v Liliové ulici a byl první putykou, kde se 5. listopadu 1993 v Praze natočilo irské pivo Guinness. Vedle toho má Frank Haughton bar Caffrey's na Staroměstském náměstí. „Myslel jsem, že zůstanu nějaké tři roky, zavedu James Joyce, a pak se přesunu dál. Jenže jsem potkal Magdalénu a všechno se změnilo,“ vzpomíná muž, který se nikdy nenaučil česky. Původně pracoval jako bankéř, ale uvědomil si, že je mu bližší práce s lidmi. Od roku 2011 je prezidentem Česko-irské obchodní asociace. Organizuje festival oslav svatého Patrika (vychází na 14.–17. března 2013) a šampionát v otevírání ústřic (bude někdy v dubnu 2013).

Co je podle vás největší chybou českých hospodských?

Musím říct, že vím o spoustě výborných českých hospodských. Ale pokud se zaměříme jen na ty špatné, jsou to ti, kteří si myslí, že mohou otevřít hospodu se zaměstnanci a sami se v ní ani neukážou.

Jste pyšný na své druhé dítě – irské festivaly, kterými přibližujete Čechům svou zemi?

Ano. Jsem. Věřím, že pomáhají sblížit Čechy a Iry a ukazují Irsko v té nejlepší podobě. Čechy jsou krásná a velice kulturní země a i z této stránky si jsou s Irskem blízké.

Chystáte na rok 2013 něco speciálního?

Rok 2013 je v Irsku význačný. Koná se tam speciální akce The Gathering, což je setkání Iřů žijících v zahraničí. Je to velmi zajímavá akce, detaily jsou na www.thegatheringireland.com. Já organizuji menší podobu tohoto setkání v Praze někdy během dubna. Bude nejen pro Iry, ale i pro lidi s láskou k Irsku a se zájmem o něj. Jakékoliv spojení je zámlinkou zúčastnit se.

Jak se liší irské hospody v Česku od těch pravých irských v Irsku? V čem jsou největší rozdíly?

Cena. Překvapivě v irských hospodách v Praze koupíte irské produkty levněji než v irských hospodách v Irsku! Z jiného hlediska na to neexistuje jednoznačná odpověď. James Joyce je irská hospoda jako každá jiná v Irsku, máme hlavně stálou místní klientelu, minimum turistů, ale jde o klientelu velmi pestrou.

Jako první v Praze jste čepovali Guinness, ale cizinci u vás prý nejčastěji pijí česká piva. Je to tak?

Prodej piva se liší dle sezony. Guinness se prodává nejvíc v zimě. Ale ano, nejoblíbenější jsou česká piva, jmenovitě Gambrinus. Ještě můžeme upřesnit, že první Guinness se v Praze načepoval 5. listopadu 1993 v původním James Joyce, který byl tenkrát v Liliové ulici. Na listopad chystám velkou oslavu k tomuto výročí.

Jaká vaše konkurence v Praze ještě stojí za návštěvu?

James Joyce je určitě nejautentičtější irská hospůdka v Praze. Jinak z konkurence stojí za návštěvu také Dubliner. Ostatní jsou dost průměrné.

Jaké je složení vašich hostů? Chodí k vám pravidelně i Češi nebo hlavně cizinci?

Do James Joyce chodí asi 30 % cizinců a 70 % Čechů a do Caffrey's asi 10 % Čechů a 90 % cizinců.

Co na vaše hospody říkají Irové? Přijde jim to jako doma, nebo upozorňují na nějaké zvláštnosti?

Když vedete vlastní podnik, hlavně takový, který reprezentuje vaši zemi, snažíte se mnohem více. Nejvíce komplimentů dostáváme za obsluhu a jídlo, jsou lepší než v Irsku. A co je u nás zvláštního? James Joyce a Caffrey's má vysoké procento irských produktů, jak nápojů tak jídla, přímo dovezených z Irska. Jsme také známí ochotou naší obsluhy.

Petr Holeček

Pivní sklo

DESIGN JAKO MARKETING

S uchem, nebo bez? Není to tak dávno, co české pivovary při volbě sklenic řešily pouze toto nepřilíhající zásadní dilema. Časy se ale změnilly. Dnes je design pivního skla všeobecně vnímán jako jeden z nejdůležitějších marketingových nástrojů. A nejde přitom čistě jen o tvar, móda extra silných speciálů a paradoxně i nealkoholických piv přeje i zmenšování nádob. Dny klasických fortelných půllitrů však ještě nejsou sečteny, na to jsou čeští pivaři příliš konzervativní.



Sklenice prohnutá do tvaru písmene B nebo půllitr, který má místo klasického ucha stylizovaný kozlí roh. Nové originální pivní sklo v posledních letech dobývá české bary a restaurace. „Pivovary se od sebe potřebují odlišovat a i hostinští už pochopili, že osobitými pivními sklenicemi mohou své hosty zaujmout,“ říká Jan Veselý z Českého svazu pivovarů a sladoven. „Dříve si někteří nechali naposílat propagační předměty z různých pivovarů a dost podniků pak podle toho vypadalo. Dnes je situace jiná, hosté od restaurací očekávají nejen pozornou obsluhu nebo čisté záchody, ale také jednotný a přitom nezaměnitelný ráz celého podniku,“ dodává.

Rony Plesl – mistr pivního skla

V originalitě designu sklenic se předhánějí především velcí hráči na trhu. K nejoriginálnějšímu patří dlouhodobě třeba půllitry Plzeňského Prazdroje, Kozla nebo Staropramenu. Vloni k nim přibýlo i skleněné „béčko“, které pro Budějovický Budvar navrhl designér Rony Plesl. Jak moc autorovi zasahuje do práce zadavatel a jak se konečný výrobek liší od prvotního návrhu? „Každý návrh pro značku do

gastronomie začínám u extrému, aby, až se bude design osekávat vzhledem k praktičnosti, má prvotní myšlenka zůstala. S Budvarem se spolupracovalo výborně a finální podoba se od první skici téměř neliší. Bylo to tím, že jsme společně chtěli mírně šokovat,“ vzpomíná Plesl na svou spolupráci s jihočeským pivovarem. Velké pivovary mění podle Plesla design sklenic jednou za šest až deset let. Sklo se vyrábí v milionech kusů, takže se pak designér pohledu na svůj výrobek může jen

těžko vyhnout. A nejenom v Česku. Kromě Budvaru, Prazdroje, Poličky nebo Bernardu spolupracoval Rony Plesl i se slovenskými a ruskými pivovary. „Dohromady už by to byla malá skleněná hora,“ vypráví s úsměvem.

Zapojují se i mrňousové

Význam osobitého skla si uvědomují i v menších pivovarech, kde si nenechávají navrhovat autorské designové řady, ale vybírají z katalogů skláren. „Originální pivní sklo je jedním z nejdůležitějších faktorů prodeje čepovaného piva,“ říká sládek vratislavického pivovaru Petr Hostaš s tím, že téměř pro každý druh piva používá pivovar vlastní sklenici, od objemu 0,2 litru až po litrové tupláky. „Lze říci, že každý druh piva má svou sklenici. Ta může být odlišná nejen tvarem, ale i objemem nebo provedením. V originální sklenici dostává pivo jiný rozměr. Pivní sklo je důležitou součástí pivní kultury, jejíž úroveň se u nás v posledních letech výrazně zvyšuje,“ potvrzuje Hostašova slova Hana Matulová, která zastupuje trojici moravských pivovarů Holba, Zubr a Litovel.



Ucho neopustíme

Na druhou stranu jsou si pivovary dobře vědomy konzervativnosti většiny konzumentů, kteří se nechtějí rozloučit s tradičními fortelnými půllitry s uchem. „Zákazníci samozřejmě nejdříve vnímají obal. Ale na druhé straně roste počet těch, kteří upřednostňují tradiční chuť piva před marketingem a jsou si vědomi, že tento marketingový nástroj zpravidla užívají velcí hráči. Takže pro ně je naopak originální pivní sklo malým vykřičníkem – pozor, toto pivo pravděpodobně není z regionálního pivovaru,“ upozorňuje vedoucí obchodu a marketingu pivovaru ve Vyškově Roman Holoubek.

Pšeničné pivo chce své sklo

Ve vyškovském pivovaru se proto podle slov Romana Holoubka snaží klasickým designem zdůrazňovat tradiční hodnoty českého

Z PŮLLITRŮ PIJEME NECELÝCH 140 LET

Na Nový rok 1876 nastal v Čechách slušný zmatek. Do praxe byly zavedeny nový systém měř a vah a málokdo si uměl přepočítat novou cenu za prodávané zboží. Výjimkou nebylo ani pivo. Hostinští sice měli možnost zavést nové míry na zkoušku už dříve, ale většina z našich předků si první pivo do půllitru mohla nechat natočit právě až 1. ledna 1876. V propadlých dějin tak skončily staré míry, které zavedla císařovna Marie Terezie v předchozím století. Pivaři ale na staré názvy nezapomněli a slangově je používají dodnes. Kdo by alespoň někdy v hospodě nezaslechl objednávku žejdlíku, mázu nebo holby piva...



piva. I oni ale zabroušili do v poslední době především mezi mladými lidmi velice populárního segmentu pšeničných piv. A tady už to bez specifických tvarů sklenic nejde. Pro pšeničná piva je typická vysoká pěnivost, a tak se servírují do štíhlých sklenic s rozšířenou horní částí. Někdo může namítnout, že třeba belgický Hoegaarden dvakrát vysokou sklenicí nemá, ale poučka o širokém hrdlu platí i u něj. Ostatně ani plátek citronu, s nímž má kvůli Hoegaardenu mnoho Čechů podávání pšeničných piv spojeno, je spíše výjimkou a třeba v Bavorsku se s touto ozdobou nesetkáte. Vraťme se ale ke tvaru sklenic na pšeničné pivo. Dole se většinou opět rozšiřují a právě tady, jak se říká za „zatáčkou“, hledají opravdoví gurmáni poslední doušky, v nichž nejlépe vynikne aroma a chuť piva.

Speciál jako koňak

Zcela jiný způsob servírování, a tedy i použití skla, pak vyžadují silné pivní speciály. Pijí se pomalu jako koňak, a proto se také servírují v podobných skleničkách na stopce. „Sklenici držte zespoda dlaní a pivo tím zahřívejte. Nejprve si vychutnejte vůni a pak teprve po malých doušcích pijte,“ radí od-

borníci. Každé pivo zkrátka vyžaduje osobité zacházení, a tak není divu, že mají ty největší firmy na výrobu pivního skla své vlastní sommeliéry, kteří svoje názory sdělují pivovarům i designérům pracujícím na vzhledu výrobku.

Trend je zmenšování

Trendem posledních let je také zmenšování sklenic, a to opět především u speciálů. „U některých druhů piv je to logické. Především u těch silných, kterých ani nelze tolik vypít,“ říká Jan Veselý. Některé pivovary nádob s menším objemem používají také k servírování nealkoholických piv. „Sklenice pro nealkoholické pivo mají objem 0,4 litru. Právě tato kalibrace je dle výsledku průzkumu pro konzumenta nejpřijatelnější a současně přináší zásadní odlišení od alkoholických piv,“ uvádí Hana Matulová. U klasických desítek a ležáků ale nelze ani v nejbližší budoucnosti žádné hromadné zmenšování objemu sklenic očekávat. „V naší zemi je to většinou vnímáno spíše jako snaha o ošizení zákazníka, kdy za „stejnou“ cenu má méně piva,“ uzavírá výstižně Roman Holoubek z vyškovského pivovaru.

Libor Hruška

Designér
Rony Plesl:

JSOU SKLENICE, CO NUTÍ VÍCE PÍT

Co musí bezpodmínečně splňovat správný půllitr?

Především musí zdůraznit to nejvýraznější a nejlepší z chuti toho kterého piva. Držet pěnu, dobře se držet v ruce, nepadat z tácu a dobře se mýt. A samozřejmě skvěle vypadat, lišit se od konkurence a pomáhat značce v prodeji.



Je těžší přijít s něčím, co tu ještě nebylo, u sklenic s uchem nebo bez?

Bez ucha. Je zde méně tvarových možností. Zvláště u foukané sklenice nemáte téměř kam jít. Je tu ještě dekorace, která umožňuje díky moderním technologiím nové možnosti.

Existují nějaké psychologické triky nutící nás tvarem půllitru víc pít?

Nejen psychologické, třeba laserově zdrzněné dno umožňuje rychlé vyprcháání bublinek a tím menší nasycení pivaře.

Setkal jste se někdy s nějakou kritikou, třeba od kamarádů?

Často. Ne vždy se sklo líbí a ne vždy se někomu zdá praktické. Při takovém množství konzumentů, trochu upřímnějších požití, je to zcela běžné.

inzerce

Členství v CBA je učeno pro zálibu

HOTELOVÝCH I NEZÁVISLÝCH BARŮ ■ ZAVÁŘEN ■ RESTAURACÍ ■ FIREM ■ VŠECHNYH BARMANŮ A BARTISTŮ

členství ve České CBA o získá



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

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

www.cbanet.cz

Karlovarské minerální vody a Schweppes ZNAČKY NÁPOJŮ SPOJILY SVÉ SÍLY

Společnost Karlovarské minerální vody (KMV) už nemá v portfoliu jen minerálky a jejich ochucené varianty, ale pustila se i do výroby syčených limonád.

Koncem listopadu minulého roku uzavřela společnost licenční smlouvu o výrobě a distribuci vybraných syčených limonád společnosti

Orangina Schweppes International, součástí skupiny Suntory Group, která vyrábí světově známý nápoj Schweppes Indian Tonic. KMV se nyní staly výhradním nositelem licence na produktové řady syčených limonád Schweppes a Dr Pepper v České republice a na Slovensku a doplňují tak své již aktuálně široké portfolio syčených a ochucených nápojů a mi-



nerálních a pramenitých vod. Distribuci portfolia Schweppes do maloobchodního prodeje a gastru zahájily KMV už v lednu.



G. Bertagnolli v tuzemských barech GRAPPA PROUDÍ NA ČESKÝ TRH

Společnost Bevande nabízí výběr s označením Grappa Trentina od italského výrobce G. Bertagnolli. Grappa Trentina vzniká destilací čerstvých a křehkých výlísků nejlepšího hroznového vína.

Původ destilerie G. Bertagnolli sahá až do roku 1870. V současné době je firma světe- na již čtvrté generaci z rodu Bertagnolli. Výrobce se nachází v kraji Trentino, v oblasti Piana Rotaliana. Zvláštností je použitý destilační systém – přerušovaná metoda Tullio Zadra v horké lázni, která umožňuje získat grappu jemné chuti a elegantní vůně. Grappa Trentina je výrobek, který je synonymem

ryzosti, úplnosti a identity kraje. Výroba lahvi Grappa Trentino je omezená, což ji činí ještě vzácnější a vyhledávanější. Jako největší počta pro G. Bertagnolli je získané ocenění v roce 2012 Diploma d' Eccellenza, které bylo uděleno pouze sedmi výrobcům v celé Itálii a pouze jedna destilerie G. Bertagnolli z regionu Trentino obdržela ocenění Excellence. Typickým zástupcem mléčných likérů G. Bertagnolli je pak likér Bombardino. Podává se jako teplý nápoj s velkou porcí šlehačky. Bombardino se podává v originálních skleničkách, které jsou součástí startovacích balíčků. Bombardino G. Bertagnolli poznáte již svým sloganem: No bombardino, no party!

Metanolová aféra změnila návyky Čechů LIHOVINY NAHRAZUJÍ PIVEM A VÍNEM

Z obavy před otravou methanolem Češi výrazně omezili nákup lihovin ve večerkách a stáncích a vyžadují nové kolký na lahvích. Tři čtvrtiny (76 %) pravidelných konzumentů lihovin jejich spotřebu omezilo a nahrazují je pivem či vínem.

V nejvíce postižených kategoriích, tedy rumu a vodce, preferují spotřebitelé zahraniční destiláty, kterým důvěřují tři čtvrtiny (77 %) Čechů oproti pětině (22 %) u české proveni- ence. Vyplyvá to z nezávislého výzkumu, kte-

rý pro distributora Brown-Forman C&SR realizovala výzkumná agentura Perfect Crowd mezi respondenty starších 18 let, reprezentativním vzorkem dle pohlaví, věku, vzdělání a regionu.

Nejvyhledávanějšími znaky nezávadných liho- vin jsou nový kolek (53 %), zavedený obchodní řetězec (50 %) a zahraniční značka (40 %). Naproti tomu jen 27 % respondentů důvěřuje starým kolkům lihovin vyrobeným před rokem 2012. Celých 76 % pravidel- ných konzumentů lihovin uvádí, že si v po-

slední době na úkor destilátů kupují spíše ví- no nebo pivo, zřídka likéry.

Celých 59 % respondentů obecně omezilo pití lihovin. Rozdíl v důvěře k tuzemským li- hovinám proti zahraničním je velmi výraz- ný – lokální vodce důvěřuje pouze 22 % pro- ti 77 % u zahraniční. Za nejbezpečnější po- važují spotřebitelé vodku Finlandia, které vě- ří 87 % respondentů. Celých 78 % respondentů omezilo spotřebu lokální vod- ky, 76 % omezilo konzumaci lokálního ru- mu, tzv. tuzemáku.



ČESKÁ BARMANSKÁ ASOCIACE, O. S. PLÁN AKCÍ NA ROK 2013

datum	akce	kategorie
13. února	Kroměřížská koktejlůvá soutěž	JC, JF, JMK, PMK
19. února	Ahol Cup	JC, JMK, PMK
25. února	Nespresso Coffee Sommelier Academy	workshop
4. března	Pisco Competition	CC
8. března	O pohár náměstkyně hejtmana moravskoslezského kraje	JC, JMK, PMK
18.-19. března	Bacardi Martini Cup	JC
20. března	Amundsen Cup Prostějov	JC, PC, JMK, PMK
6.-7. dubna	Konference České barmanské asociace 2013 – Olomouc	
18. dubna	Skvrňansky šejkr v Plzni	JC, JF, PF
16.-22. srpna	IBA Meeting & WCC Competition 2013 – Praha	

Vysvětlivky ke kategoriím:

JC – Junior Classic
JF – Junior Flair
PC – Profi Classic
PF – Profi Flair
JMK – Junior Mistr kávy
PMK – Profi Mistr kávy
CC – Club Competition

**Změna termínů konání
jednotlivých akcí vyhrazena!**