

barcode

АПРИЛ / МАЈ 2009

СПЕЦИЈАЛИЗИРАН МАГАЗИН ЗА УГОСТИТЕЛСТВО

Цена 100 ден.

ШАНКЕРСКИ ПРИРАЧНИК
THE KING OF THE BAR

СИМБОЛИЗАМ
ХРАНАТА ЗБОРУВА САМА ЗА СЕБЕ

INTELLIGENT MANAGEMENT
ДАЛИ СТЕ ПОДГОТВЕНИ?

ВИНОТО И МАРКЕТИНГОТ
СОДРЖИНАТА НАСПРОТИ ФОРМАТА

КОКТЕЛИ
TOM COLLINS

КАФЕАНСКИ МУАБЕТИ
КАРОЛИНА





GOOD

GREAT

KEEP WALKING

JOHNNIE WALKER



© 2010

Честита Велиден



ТИКВЕШ

ВИНАРСКА ВИЗБА

Уживајте во виното одговорно

- 06** шанкерски прирачник
The king of the bar
- 12** симболизам
Храната зборува сама за себе
- 16** intelligent management
Дали сте подготвени?
- 20** виното и маркетингот
Содржината наспроти формата
- 24** коктейли
Том Колинс
- 26** психологија на излегувањето
**Излегување поради консумирање
алкохол**
- 30** кафе
Географија на кафето?
- 34** астрогоститологија
Кој знак си келнеру?
- 36** мис келнерка на овој број
мистер бармен на овој број
- 38** архитектура
**Функционални "споменици"
по мерка за човекот**
- 44** man's style
Патувања и туризам
- 48** вино
Најдобри бински региони - Риоха
- 52** кафеански муабети
Каролина Гочева
- 55** култура
**Рестораните со франшиза -
надеж за Македонското угостителство**
- 58** уште еден шанкерски прирачник
**Светски и европски стандарди
во македонското барменство и
угостителство**
- 62** stilissimo
Најмодерните бои за пролет-лето 2009
- 64** здравје
Насмевката не прави вечно млади
- 66** настани
Меѓународен успех на нашите бармени
- 68** пиво
Најскапите пива на светот
- 70** barcode light

Купон за
претплата
аш едте
реме
20%

Да, прифаќам да се претплата на примероци од секој број на **Bar Code** магазинот, за период од една година, по цена од 80 денари по број (6 изданија без вонредните).

Име и презиме

Правно лице

Адреса

Телефон (фиксен/мобилен)

e-mail адреса

Овој купон и доказот за уплатени средства на жиро сметка број **250-0010003074-70** во **Инвест Банка АД** Скопје, испратете ги по пошта на Ул. Франклин Рузвелт бр.14 Скопје или по e-mail на barcode@barcode.com.mk



bar code импресум

ИЗДАВАЧ

BAR CODE Скопје

АДРЕСА

Франклин Рузвелт бр. 14,
1000 Скопје

ГЛАВЕН И ОДГОВОРЕН УРЕДНИК

Радмила Павловска

РЕДАКЦИЈА И СОРАБОТНИЦИ

Александар Вучковски
Ана Зафорова
Бојан Манушев
Бујар Муча
Цаци Паковска
Дарко Ангелески
Елена Бошковска
Филип Арнаутов
Игор Пачемски
Маријан Костадиновски
Радмила Павловска
Ангела Стефановска
Матео Барбароса
Владимир К. Франц
Ирина Бојациевска
Дејан Бошковски
Радмила Димовска

ПРОДАЖНИ МЕСТА

Кафе бар Living Room - Скопје
Art Glass - Скопје
Beershop - Скопје
Ресторан Јана- Скопје
Extra Zhak - Прилеп
Во Рај - Охрид
Лива - Неготино
Дан Дан - Куманово

ГРАФИЧКА ПОДГОТОВКА И ПЕЧАТ

арс ЛАМИНА, Скопје

www.barcode.com.mkinfo@barcode.com.mk

Овој 12 број на Бар Код е издание за оние кои сакаат да станат или да бидат подобри бармени односно шанкери. Ако во минатиот број темата која доминираше беше гастрономијата, овој број нуди најмногу совети, примери и информации околу професијата бармен.

Изминатите неколку месеци, по правило се најтешки за угостителството. Гостите, истрошени од претходните празници и истоштени од прележаните вируси, многу поретко се одлучуваат за посета на угостителските објекти. Ова доведува до пад на работата кај угостителите, создавајќи нервоза и проблеми со финансиите. Сите чекаат ваквиот период што побрзо да заврши. Затоа, на првиот знак на пролетта, исто како и во природата, се разбудува и кафеанскиот живот по улиците. Освен убавото време кое носи подобро расположение, за тоа придонесуваат и летните тераси кои почнуваат да функционираат уште од половината на март, иако законот не кажува така.

Но дали е се така пролетно оваа сезона? Во разговори со неколкумина угостители и добавувачи на алкохолни пијалоци заклучив дека можеби оваа пролет ќе биде малку поразлична од другите. Неколку фактори влијаат на ова. Пред се, голем број нови објекти кои се трудат да го завземат местото на веќе постоечките. Пазарот ќе покаже дали во Македонија има простор за толку многу угостителски објекти. Позитивното во оваа ситуација е тоа што, според пазарната логика, квантитетот неминовно ќе мора да донесе и нов квалитет. Затоа, се надеваме на повеќе убави амбиенти, квалитетна услуга и иновативни начини да се задржат гостите. Друга разлика од изминатите години е повторното појавување на алкохолни пијалоци на црниот пазар. И претходно сум коментирала дека оваа ситуација не е добра за никого. Гостите во угостителските објекти нема да бидат сигурни што пијат, увзониците на алкохол ќе губат од профитот, а и државата ќе изгуби многу од својот буџет на име на неплатените акцизи. За крај, на овие лоши прогнози, неминовно треба да се спомене и рецесијата. Не толку дека нас не зафати вистинска рецесија, бидејќи, да бидеме реални, во рецесија живеаме еве веќе близу дваесетина години, но се работи за тоа дека, предизвикано од песимистичките вести од медиумите, меѓу луѓето се создава лошо општо расположение. А тоа никогаш не било добро за угостителството.

За да не биде се лошо оваа пролет, ги поздравуваме неколкуте позитивни промени сезонава, највеќе од се- долгоочекуваниот бум на коктел културата кои со години не заобиколуваше. Понатаму, најавата за второто државно првенство за барменство и појавата на се поголем број обучени бармени; најавите за уште посредени плажи околу Охридскиот брег, како и оформувањето на ликот на скопското Дебар Мало како место за урбан и културен ноќен живот каков што има секој град во светот. Премногу ќе биде да кажеме, скопскиот Montmartre? Рано е...

the king of the bar

Зборот бармен е еуфемизам за шанкерски професионалец. Овој термин се употребува се повеќе и повеќе, бидејќи има неутрално значење и се однесува и на мажи и на жени. Термините шанкер и шанкерка се исто така во употреба.

Можете ли да си го замислите денешниот свет без барови, шанкови, ресторани и диско клубови? Можете ли да замислите дека ги нема овие места за забава? Секако дека не.

Шанковите и причините за конзумирање на алкохолни пијалаци се дел од човечките животи стотици години наназад. Постои голема разновидност карактеристична за практикувањето на оваа забавна страна на животот. Од happy hour, моменти за релаксација по напорен работен ден, до лудо и долго опивање од вечер до утро. Дел од луѓето постојано и задоволно уживаат на овој начин, друг дел, поскромно, но исто така ужива во барски забави.

Некои барови се и историски славни. Таков пример е Harry's Bar во Њу Јорк за кој имаме пишувано во изминатите броеви на Бар Код. Од овој познат локал потекнува и светски познатиот пијалак Bloody Mary. Сигурни сме и дека сте ја гледале светската класика, филмот Казабланка во кој е прикажано кафе со голем шанк на средиштето од кој се служат богати коктейли. Ја паметите тогаш и атмосферата на изобилство од книги и новели во ова кафе. Атмосфера која преку колоритноста, разновидноста и интересниот начин на приготвување на коктейлите им донесе голема популарност на професионалните шанкери.

Во некои книги е забележано дека модерната верзија на денешните шанкови датира од 1800 година во САД. Според други приклучоци пак, шанковите прв пат се појавиле еден век порано, во 1700 година. Во Европа, во тој период, таверните имале дрвени или метални шанкови направени по должина како пултови за заштита од паѓање на муштериите по конзумирање на прекумерна количина алкохол.

Ако подразмислиме малку, ќе дојдеме до заклучок дека шанковите постојат исто онолку време колку што постојат и алкохолните пијалаци за кои

пак се знае дека се произведуваат и продаваат во светот уште од античко време.

Со тоа, доаѓаме и до појавата на шанкерите. И, ако некој воопшто си замислува дека шанкерската професија се состои само во следење на рецепти за коктейли од книги, во голема заблуда е. Обврските на еден професионален шанкер го надминуваат просторот на шанкот и вклучуваат активности од чистење на подот, преку полирање на чашите и другиот прибор, до работење на компјутер.

Покрај тоа, на претходно наведените, им се додава уште една обврска. Шанкерите мораат и да препознаваат и проценуваат кај гостите каде преминува границата од уживање во преумерено конзумирање на алкохолни пијалаци. Овие работи ја чинат разликата меѓу тоа како се гледа на професијата шанкер и свесноста за мисијата на шанкерството.

Како професионален шанкер, многу брзо ќе сфатите дека луѓето денес инсистираат и бараат подобри продукти и висококвалитетна услуга. Професионалците го знаат овој податок. Токму затоа им е потребна добра обука, тренинг и огромна вештина. Тие мора да имаат и да даваат информации за пијалациите што ги нудат.

Токму поради се што досега прочитавте, ве повикуваме да се запознаете и да споделите идеи со нас за „Шанкерскиот прирачник“.

Намера ни е да отвориме дискусија и да придонесеме за поголема почит на оваа професија со што ќе се подигне и нивото на квалитетот на услугите. Сите знаеме дека професијата шанкер претставува одлична иднина за секој што ќе и се посвети себеси со чувство за одговорност и посветеност.

Се надеваме дека веднаш ќе се нурнете во овие страници и дека ќе се подготвите за предизвикот да станете најдобар шанкер на сите времиња.

Шанкер

Професионалната кариера - шанкер, нуди голем број можности. Можете да почнете како помошник во кујна и да научите многу нешта пред да му се посветите на шанкерството. Има многу важни функции врзани за еден шанк: оваа професија не е само за оние што знаат да жонглираат со чаши и шишиња, или за оние кои се сметаат за магионичари и знаат да приготват магични напитки.

Шанкерската кариера може да ви овозможи одлична шанса да станете добро обучен професионалец кој знае да се носи со професијата до перфекција и кој работи добро во тим, повторно во лов на перфекција.

Шанкерот знае дека со добра работа создава забава и уживање за гостите и поради ова е горд на она што го работи. Тој е исто така свесен за тоа дека неговите обврски бараат посветеност, тренинг, информирање и одговорност.

Важни информации

Не е доволно само да се извршуваат задачите. Праксата покажала дека посветувањето на екстра енергија во она што го прави, му се исплати на шанкерот.

На шанкерот му е потребно изобилство од информации и вештини ако сака да подготвува пијалаци и да ги служи правилно и одговорно. Можеме да ги сумираме есенцијалните компоненти за успех во оваа професија како:

Трпение - Вежбање - Издржливост

Да се биде шанкер значи да се носи професионална одговорност за атмосферата во барот во улога што, како што веќе потенциравме, ги надминува границите на шанкот. Шанкерот или шанкерката го репрезентираат името и брендот на естаблишментот за кој што работат. Шанкерот ги режира и контролира сите активности што се однесуваат на кетеринг за муштериите, сервирање на пијалациите и контролирање на редот на порачките.

Дали сам или со помош на асистент, шанкерот е речиси секогаш во контакт со гостите кои ќе посакаат да бидат квалитетно услужени.

Еве неколку примери што значи ова:

Шанкерот мора без исклучок да има чувство за хумор, да биде непогрешлив во настапот, никогаш да не влегува во расправи со гостинот, да биде исклучително дискретен и да внимава на се што се случува во неговата работна атмосфера, на секој можен начин и во секој можен поглед, од проверка и контрола на тоа дали пепелниците се чисти, дали редовно се менуваат со нови, до тоа да биде подготвен да најде решение на некои непредвидени ситуации што може да се случат ненадејно.

Како шанкер, вие сте во директен контакт со цела публика и затоа морате да изгледате најрепрезентативно што можете. Исто така ќе имате работа и со храна, па оттука е неопходно почитување и следење

на некои стандардни правила на хигиена. Еве дел од важните детали:

- коса, секогаш чиста и уредна;
- долгата коса мора секогаш да биде уредно собрана;
- чисти раце и добро средени и украсени нокти;
- измијте ги рацете по посета на тоалетот, ручек или конзумирање на цигари;
- не пушете цигари на работното место;
- не цвакајте гума за цвакање на работното место; избегнувајте премногу накит;
- парфем и лосиони за после бречење не се препорачливи;
- одржувајте ги чашите измени, чисти и без дамки; вашата униформа треба секогаш да биде беспрекорно чиста;

И примарно:

За добар менаџмент е неопходно шанкерот да го познава шанкот како својата дланка и да биде подготвен за се што може да се случи во барот. Следново треба да е дел од вашата рутина:

- добар шанкер доаѓа на работното место во точно определеното или договореното време. Не за да го задоволи шефот, туку за да се осигура и увери дека се е во најдобар ред, чисто и уредно и да се погрижи за оваа цел ако не е исполнета;
- проверка на магацините и залихите на пијалаци, овошје, украси, гарнири, мраз, чаши и се останато неопходно за работата да се одвива перфектно; шанкерот мора да се увери дека сите состојки и прибор се на своето место;
- шанкерот мора да се осигура дека има доволно



ROUTIN

1883



1883

de
Philibert Routin

DENMAK

KACANICKI PAT BB, Vizbegovo, 1000 Skopje Makedonija

Tel: 02 5205 456 www.denmak.com.mk e-mail: denmak@denmak.com.mk zlatko@denmak.com.mk

чисти материјали - облека, крпи, сунѓери, кеси за ѓубре итн.;

- шанкерот мора да се осигура дека масите, столчињата и пепелниците се чисти и суви; шанкерот мора да провери дали влезот/приемниот дел и тоалетот се чисти. Да провери дали тоалетот е во уредна состојба, со доволно тоалетна хартија, сапун и хартија за раце.

МНОГУ ПРОСТО ПРАВИЛО:

НЕ ПИЈТЕ НА РАБОТНОТО МЕСТО - Така ќе бидете во состојба да се сконцентрирате само на ПОНУДА НА ДОБРА УСЛУГА НА ГОСТИТЕ/МУШТЕРИИТЕ

Следно што мора да направите - морате да ги научите продуктите што им ги нудите на муштериите најдобро што можете. Читајте ги етикетите на шишињата. Користете ја секоја можност да научите се што можете за различни видови пијалаци, така ќе бидете подготвено да понудите алтернатива кога некој гостин ќе побара пијалак што не ви е познат со што ќе оставите добар впечаток и ќе покажете дека знаете што работите и зборувате.

Морате исто така да бидете многу добри во интерпретација на услугите. Доброто извршување на работните обврски е гаранција дека гостите ќе се вратат во вашиот локал. Ако им се допаднете и ако им се допадне начинот на кој ја вршите работата, тие повеќе од сигурно ќе го препорачаат вашиот бар на нивните пријатели и соработници.

Луѓето сакаат да одат на места на кои се сигурни дека ќе бидат добредојдени и добро згрижени. Ако сте дискретни, услужливи и внимателни, вашите муштери ќе се чувствуваат комфортно и задоволно. Читањето весници и магазини помага во проширување на вашите општи познавања со што можете да разговарате на која било тема со вашиот гостин. Уште нешто: познавањето странски јазик, на пример англиски, е фундаментално.

Општо знаење

Никогаш не треба да се трудите да го импресионирате муштеријата туку само да придонесете во разговорот со што ќе понудите подобра услуга. Повеќето сопственици на барови и ресторани генерално истакнуваат дека еден шанкерски професионалец треба да биде образован, брз и заинтересиран за работата и како додаток да има добра основа и искуство: да знае колку што може повеќе за продуктите што ги користи, за правните аспекти кои се предмет на негова размена, за правилата на естаблишментот за кој работи и секогаш да биде информиран.

Атмосфера

Како шанкери, можете да придонесете во создавањето на пријатна и добра атмосфера во вашиот бар. Гостите ќе го оценат расположението во првата

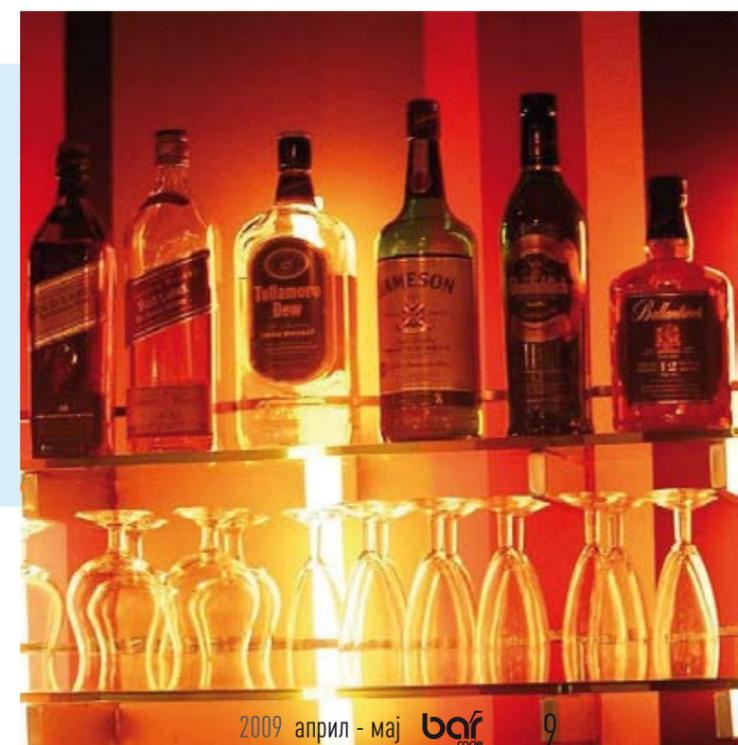
минута откако ќе влезат во локалот. Нивната импресија може да биде позитивна или негативна и тоа зависи од многу фактори, на пример од тоа какво е осветлувањето, декорот, музиката, присутните гости, какви се келнерите и останатиот персонал и секако од состојбата на чистота и хигиена во барот. Кога во барот влегуваат гости, не смеете да не реагираате или пак да разговарате со вашите колеги. Морате во секое време да бидете подготвени за пречек на нови гости.

Добар шанкер, оттаму, е резултат и комбинација на квалитети и квалификации. Размислете добро за ова и искористете ја шансата да поразговарате на оваа тема со колегите на работа:

- внесете гордост во вашата работа.
- бидете внимателни.
- сконцентрирајте се на работа во тим.
- бидете дискретни.
- изградете добро чувство на организација.
- бидете продавач/продавачка.
- знајте ги вашите лимити и обврски.
- развијте иницијатива и дух на лидерство.
- шармирајте ги муштериите.
- бидете услужливи.
- научете како да ги совладате незгодните ситуации.
- развијте лични вештини.

Не е лесно секогаш да се однесуваме во добар манир и услужно. Ова се случува најчесто кога барот е преполн. Но, морате да го дадете најдоброто од себе! Гостите секогаш ќе го паметат тоа.

Поздравете го секој гостин со ентузијазам. Ако сте презафатени, извинете им се на муштериите и објаснете дека ќе им бидете на располагање веднаш штом завршите со започнатите обврски.





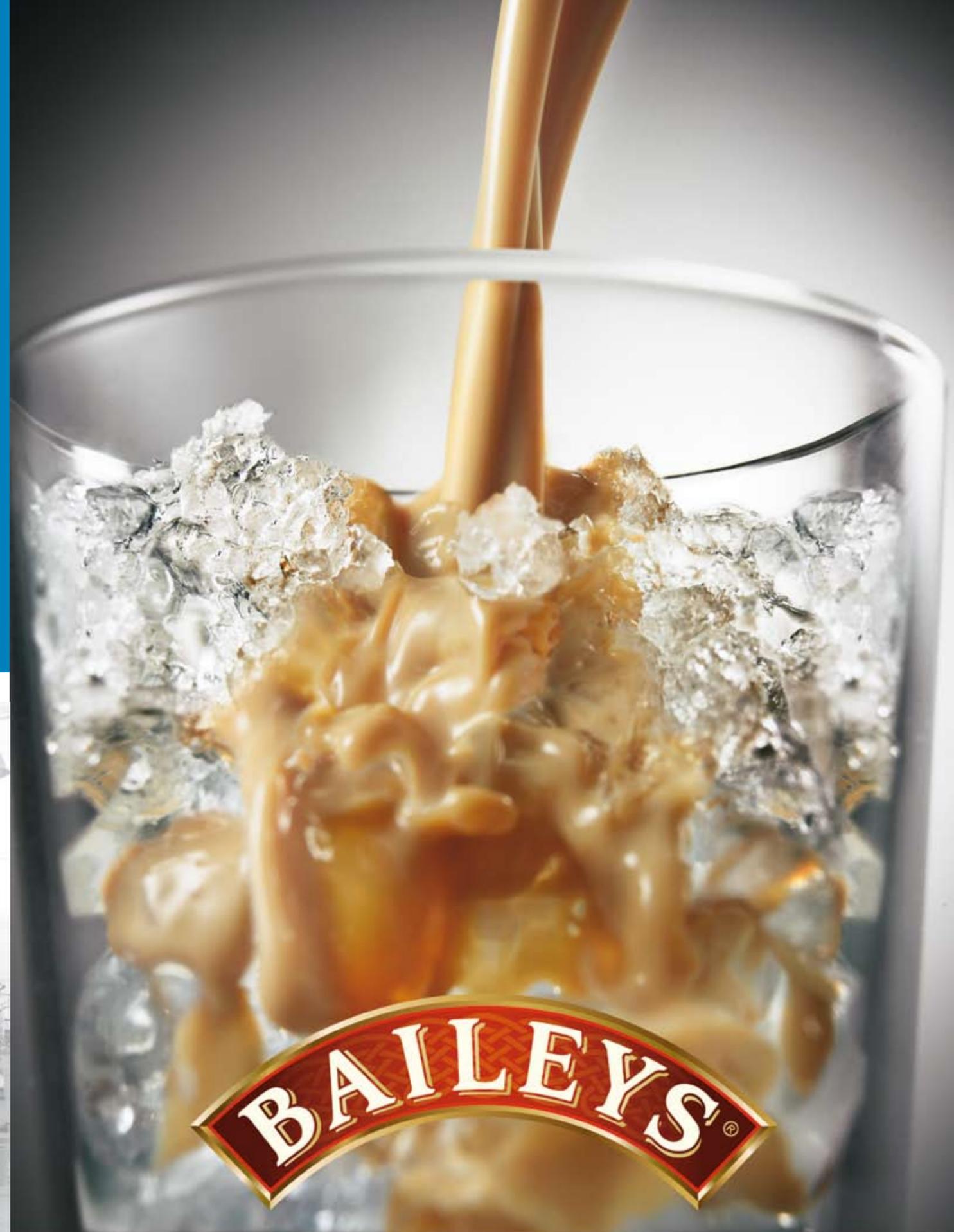
Информации

Известете ги гостите во случај да има промена на правилата на работа во барот. Друга важна поента: бидете сигурни дека муштериите секогаш знаат ако е направена измена во цените за некој пијалак, секако за да избегнете можни непријатни изненадувања кога ќе дојде време да се плати сметката. Ако сте во можност да одвоите дел од времето, претставете им се на гостите и дознајте ги нивните имиња. Со тоа тие ќе се почувствуваат специјално, главно ако ги паметите кога ќе се вратат втор пат.

Бидете грижливи и културни

Внимавајте што се случува ако забележите загриженост кај некој гостин, но дискретно, не во шпионски манир. Набљудувајте како се однесуваат. Дали се чувствуваат пријатно и забавно? Дали очекуваат некој? Има три ситуации на кои муштериите приговараат:
ако се игнорирани;
ако не се услужени кога е нивниот ред и на лош и некултурен персонал.
За крај, најважниот совет - НИКОГАШ НЕ ИМ ДАВАЈТЕ НА ГОСТИТЕ ПРИЧИНА ЗА ПОПЛАКИ!

Подготвиле: Горан Игиќ, Радмила Павловска



Serve chilled

**EDINSTVENO PROIZVODSTVO
NA MAICI OD MATERIJAL
SO MAKEDONSKO POTEKLO**



*Experience with Cotton
Through the Centuries*



KNITTING, DYEING, SEWING,
SCREEN PRINTING & EMBROIDERY
www.eam.com.mk, e-mail: eamnet@mt.net.mk

UI.Bregalnička bb 2000 Štip MAKEDONIJA
TEL. 032 392-642 FAX.032 387-642

PREDSTAVNIŠTVO SKOPJE 02 2 447 642, 071 304 743, NAS.AERODROM

СИМБОЛИЗАМ



храната зборува сама за себе

Ако мислевте дека храната е нешто кое го внесувате во себе само за да го издржите денот и да имате енергија за нормално да функционира вашето тело, грешите. Погледнете го текстот подолу, и ќе сфатите колку многу симболички значења има храната за човештвото, и колку е таа испреплетена со сите аспекти од нашиот живот. Ќе се изненадите колку комплексност носи секое навидум едноставно седнување на трпеза.

Пишува:
Радмила Павловска



We only do what we know best:
extra virgin olive oil.



It is only through the "simple squeeze of olives" that all natural fragrances and health-giving properties of Extra Virgin Olive Oil are retained. The beautiful landscapes of Umbrian countryside, known as "The Green Heart of Italy" is where the Monini family has been producing and selecting quality Extra Virgin Olive Oils for three generations.

Indeed, Zefferino Monini, the current owner, still personally selects and tastes all oil before it is bottled. Monini Extra Virgin Olive Oil are dedicated to the most demanding customers who appreciate a distinctive and unique flavour.

Available at Tesco



www.monini.com

Ако ја разгледуваме храната како симбол, најпрво треба да се потсетиме дека симболот е објект, идеја или активност која вообичаено се користи да укаже, покаже или асоцира на нешто друго. Храната е исклучително моќен симбол, затоа што е длабоко навлезена во нашиот секојдневен живот. Таа исполнува физички, но и психолошки и емотивни потреби, а со тоа што ги побудува речиси сите наши сетила и предизвикува силни емотивни и спознајни асоцијации. Таа исто така има симболички потенцијал и од аспект на национален, етнички, религиозен, филозофски и највеќе од се-социјален аспект.

За да се разбере на кој начин храната претставува етнички или религиозен симбол, можеме да се потсетиме дека, цели нации или групи се идентификуваат според своите начини на хранење. Италијаните со пицата, Американците со хот-догот, Мексиканците со тортиљата, Азијатите со оризот, но и Македонците со ајварот или пиперките. Нема поприфатен симбол на нечиј идентитет од храната. Понатаму, постои идентификација на религиозни групи кои на пример, не конзумираат свинско месо или алкохол; оствестени групи кои не јадат месо и слично. На блискиот исток, но и пошироко, лебот и виното се силна асоцијација за вредностите на дружење и спремност за помош и давање, поради своите библиски корени, во сликите каде што Исус го крши лебот да го подели со своите блиски.



Така доаѓаме до најмоќната улога на храната во нашите животи, а тоа е нејзината способност да ги поврзе луѓето. Социјалната сила на храната се огледа во многу ситуации. Навиката луѓето да се собираат за да јадат заедно и при тоа да разговараат и да создадат блискост е само мал дел од многуте аспекти на поврзување која таа ги нуди. Ситните детали за време на тој чин, како што е подавање на чиниите за секој да се послужи, начинот на распоред на седењето и востановените ритуали на редоследно јадење, само го потенцираат овој став. Не залудно се вели дека децата кои јадат заедно со семејството понатаму во животот се снаоѓаат подобро во односите со луѓето, браковите каде што се практикува заедничкото седнување на маса, траат подолго итн. Исто така знаеме дека многу деловни зделки се договараат на маса заедно со јадењето, но многу групации и клубови, како на пример Ротари клубовите вклучуваат и заедничко јадење како би се потенцирала поврзаноста помеѓу членовите. Причината за ова веројатно лежи во фактот што при јадењето, луѓето се поопуштени, нивните одбранбени механизми се олабавени, а идејата што делат нешто ги прави да се чувствуваат поблиски. Чувството на заедништво преку заедничкото конзумирање на храната е исконски вградено во човековата природа. Во последно време, постојат многу движења и асоцијации, кои поради брзиот начин на живот и се пораспространетата отуѓеност меѓу луѓето, како главна определба на своите активности го имаат токму враќањето на овие навикви, се со цел за зачувување на квалитетот на живеењето и благосостојбата на телото и духот. Една од нив е и асоцијацијата наречена Слоу Фуд, за која на неколку наврати имаме пишувано во изминатите броеви на Бар Код, а која од минатата година има свој огранок и во Македонија.

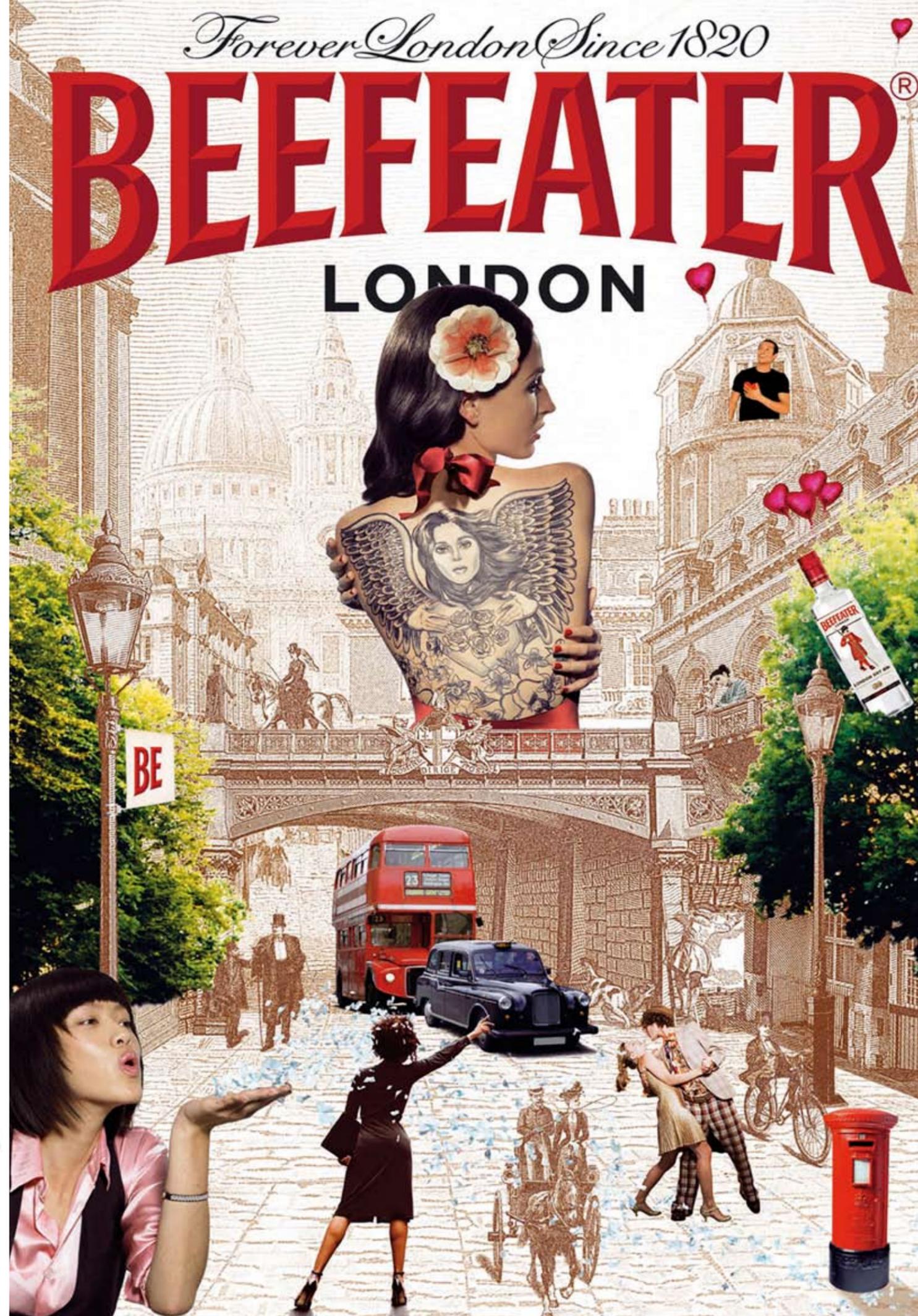
А бидејќи статусот отсекогаш бил дел од сечијата социјална поставеност, доаѓаме и до заклучокот дека храната е исто така и статусен симбол. Тука не се работи само за тоа дали некој ќе седне во скап ресторан и со тоа ќе го покаже својот статус. Голема улога играат и манирите (со тоа се демонстрира знаење и потекло), распоредот на масата (демонстрација на социо-економските релации во рамките на групата) приборот кој се користи (демонстрација на имотниот статус), начинот на сервирање на храната (демонстрација на искуството), особено во домашни услови, изборот на намирници за подготовка на храната, па дури и големината и марката на фрижидерот во домот. Кога ќе видите некој како нарачува кавијар или шампањ во ресторан, веднаш го разликувате од оној што нарачува стек и пиво, нели?

Сево погоре наведено ја покажува улогата на храната во рамките на помали или поголеми социјални групи. Но, на ова може да се додаде уште еден аспект на храната, а тоа е нејзиното значење за индивидуата односно личниот однос на секој поединец кон неа. За да го илустрираме ова ќе ги споменеме

Ако ја разгледуваме храната како симбол, најпрво треба да се потсетиме дека симболот е објект, идеја или активност која вообичаено се користи да укаже, покаже или асоцира на нешто друго. Храната е исклучително моќен симбол, затоа што е длабоко навлезена во нашиот секојдневен живот. Таа исполнува физички, но и психолошки и емотивни потреби, а со тоа што ги побудува речиси сите наши сетила и предизвикува силни емотивни и спознајни асоцијации. Таа исто така има симболички потенцијал од аспект на национален, етнички, религиозен, филозофски и највеќе од се-социјален аспект

примерите за тоа како преку начинот на конзумирање на храната, секој поединец се презентира себе си во околината. Во зависност од тоа дали тој или таа јаде бавно или брзо, со уживање или нервозно, со прибор или со раце, веднаш се создава слика за карактерот на истиот. Односот кон храната е всушност односот кон околината. Често пати сме слушнале дека некој јаде на нервна база или дека последиците од некоја нервозна ситуација му се манифестираат како симптоми после лоша храна. Според начелата на Гештлт терапијата, ова се објаснува со тоа дека зборовите и мислите, исто како и храната, влегуваат и излегуваат низ устата и при тоа ако нивниот метаболизам е во застој, создаваат исти проблеми. Поедноставно кажано, ако само го глгтате она што ви е кажано, а немате прилика да се искажете и самите, ќе ве боли желудникот.

Што ни кажува сево ова? Ова не е само потсетник за тоа дека треба да внимаваме каков впечаток оставаме додека правиме една навидум банална постапка како што е козумирањето на храна, туку и голема лекција дека, ако малку повнимателно набљудуваме околу нас, можеме да заклучиме за луѓето, отколку она што тие ни го кажуваат со нивните зборови.



intelligent management

Дали сте ПОДГОТВЕНИ?

Речиси сте готови со уредувањето на вашиот објект и скоро се е готово да започнете со работа. Ви остануваат само малите завршни работи околу финалниот изглед. Но, дали ги дефиниравте најважните моменти околу отворањето т.е. самата логистика околу тоа отворање? Најважните моменти, покрај изгледот, ентериерот, екстериерот и уредувањето на објектот, се и персоналот, маркетингот и организирањето на функциите.

Пишува:

Дејан Бошковски



ПЕРСОНАЛОТ игра голема и сигурно најважна улога во функционирањето на еден објект. Затоа треба многу внимателно да се пристапи кон изборот на истиот, да се направи структурен концепт од тоа колку и каков персонал ви е потребен. Многу е важно уште пред самиот почеток да се дефинираат сите детали околу услугата, функционирањето на персоналот како единка, функционирањето како тим, одговорноста на поединецот, значењето на секоја поединечна позиција во функционалноста како целина. Кога се одбира персоналот треба да се посвети особено внимание на изборот на истиот. Најнапред се запрашуваме каков персонал ни е потребен, а потоа се пуштаме во потрага по него. Во денешно време, кога конкуренцијата е огромна - во смисол на голем број угостителски објекти, персоналот е оној кој ја истакнува подготвеноста на еден објект да се разликува и да отскокнува од останатите. Не залудно се вели дека персоналот е лицето и душата на локалот. Денес луѓето се повеќе ги сфаќаат сериозно професиите во угостителството,

а не како кратка минлива авантура, одлично место за нови познанства или само привремена работа за покривање на секојдневните тековни трошоци. Затоа и од нив се бара се повеќе во однос на нивното знаење, на искуството и на професионалноста воопшто. Но, напишано правило е дека поискусните не секогаш се и подобри. Барем не на сите позиции. Започнувајќи со изборот на менаџер или управител, па завршувајќи со хигиеничар или личност која ќе се грижи за одржувањето на објектот, најважно е да се знае кои се барањата или задачите на секој поединец одделно.

Го избравте менаџерот и сега препуштете му ја работата нему или нејзе. Ако мислите дека сте го направиле вистинскиот избор, тогаш направете го она кое малкумина кај нас знаат да го направат, а тоа е да ја препуштат работата на оној кој најдобро го прави тоа - менаџерот. На крај, ако мислите дека нема потреба од менаџер и вие тоа подобро го правите, не барајте менаџер и преземете ги работите во свои раце. Но, како што се случува многу пати кај нас,

толку ова и не се потврдило како најдобро решение. Во изборот на персонал треба да се внесете со особено внимание, со оглед на тоа што тој е најважната алка од синџирот, столбот на Вашиот успех. Значи, треба да изберете персонал пред се насмеан, ведар и кој ја сака својата работа, подготвен да даде максимум на своето работно место, да знае да работи како тим и да ја сфати поентата на истакнувањето на целината пред индивидуата (TEAM - TOGETHER EVERYBODY ACHIEVE MORE, заедно сите достигнуваме повеќе, или накратко - заедно сме посилни). На крај, една добра стара поговорка во хотелиерството вели: NO HAPPY GUESTS WITHOUT HAPPY STAFF, или: нема задоволен гостин без задоволен персонал. Ова многупати се покажало како исправно, а на вас е да одлучите за неговата примена.

За сето ова да биде успешно применето, моментот на комуникација е од решавачко значење. Избегнувајте да ги истакнувате слабостите на поединците на јавни и на групни состаноци, а критикувајте ги насамо, по работното време. Наградувајте го персоналот пред да помислите да го казнувате. Не секогаш паричната награда е сатисфакција за добро завршената задача. Не го менувајте персоналот често зашто и гостите ќе го забележат тоа, што прави да помислат на причините за истото. Не заборавајте, некои од гостите доаѓаат и поради навиката да бидат именувани или препознавани по пијалакот кој го пијат, по салатата која ја јадат и заради тоа што се чувствуваат комфортно и пријатно покрај тој персонал.

ИЗБОР НА ПАРТНЕРИ - Откако го решивте тој проблем, пристапувате кон следниот чекор, а тоа е изборот на коминтенти. Секако, важен момент којшто

може да заштеди и време и пари. Како? На тој начин што најпрво ќе се информирате за сите присутни фирми, компании, добавувачи итн., кои се занимаваат со дејноста која е интересна за Вас. Ќе ги посетите, ќе разговарате и добро ќе ги разгледате нивните понуди. Направете споредба пред да се одлучите на следниот чекор, а тоа е договор и услови кои ги нуди коминтентот. Не чекајте до самото отворање да ја донесете Вашата одлука, бидејќи тоа би Ви заштедило доста нерви.

По добро осмислениот концепт на работа, следува изборот на чаши, чинии, прибор за јадење, средства за работа итн. Ова е од особено значење за самата функционалност на објектот, бидејќи игра огромна улога во факторот складност и целина на објектот. Замислете си дека отворате ресторан, а сте заборавиле да набавите ножеви за бифтек или

Find the best restaurant to your taste



www.restaurants.com.mk

чашите за бело и за црвено вино се едни исти, служите вода во различни чаши итн. Ова се моменти и ситници кои ги исполнуваат целината и впечатокот воопшто.

Откако е се подготвено - менијата се готови, персоналот е избран, извршена е набавка итн. - доаѓа најважниот момент, а тоа е практичната подготовка на самото мени, со учество на секој вработен. Важно е да нема пасивни гледачи и сите активно да земат учество во подготовката, да се вежба мениот и отворањето да се дочека подготвено, со сигурност во самите себе. По можност да се подготви и да се проба се што постои на мениот за визуелно да се доближи до секој вработен. Во тој случај се доведуваат во ситуација и самите да направат анализа на константноста, еден од важните фактори во угостителството. Стандардизација на производите е еден од најважните елементи со кои се стигнува до правиот резултат. Храната или коктелите секогаш да го имаат истиот вкус, Вашиот пијалок секогаш да го добивате во иста доза, кафето е исто како и вчера, салатата е со истиот вкус како и минатата недела итн. Ако сето ова е спакувано со добра услуга, прием и испраќање, успехот е неминовен.

МАРКЕТИНГ - На крај и нешто на што најчесто забораваме - маркетингот. Секако, еден од важните

фактори, кој најчесто го забораваме или чекаме некоја специјална пригода за да го примениме. Кога за последен пат сте потрошиле средства од буџетот за маркетинг? Најубедлив и најуспешен е оној од уста на уста (word of mouth), добар или лош, има големо влијание во промовирањето на објектот. Но, секако, не треба да ве води филозофијата дека маркетингот како средство го употребуваме само тогаш кога автомобилот ќе тргне по удолница и служи за спас на настанатата ситуација. Тој е одлично средство за претставување на нешто ново - како вашиот објект на пример. Во тој случај би требало да ги истакнете вашите специјалитети, различноста во однос на другите, да ги потенцирате вашите квалитети, да им дадете до знаење дека по нешто сте специфични и да ставите акцент на Вашата местоположба, на атмосферата, на амбиентот и сл. Дали тоа ќе биде преку билборди, реклами во печатен медиум, телевизија, радио, изборот е ваш. Важно е тој да биде направен со цел и добро осмислен како завршна фаза од подготовката на вашиот објект. Како добар маркетинг можете да го искористите и самото отворање на објектот. Тоа е одличен момент да го истакнете целокупното ваше залагање, да го промовирате се она кое мислите дека е најсилен адут на Вашиот објект. Моментот на добредојденост кон гостите истакнете го со насмевка. Добрата подготвеност е клуч за успех.



always a step ahead of others



секогаш чекор пред останатите



СВЕТЛОСНИ ИНФОРМАТИВНИ
РЕКЛАМНИ ПАНЕЛИ

МОЌНА УЛИЧНА РЕКЛАМА!



Панел Плус светлосните информативни рекламни панели се поставени низ целиот град и денонојно го промовираат имиџот на Вашата фирма, Вашиот производ и го покажуваат правецот до Вашата локација.

STREET OUTDOOR РЕКЛАМИРАЊЕТО СЕ ПРИМЕНУВА ВО СИТЕ СВЕТСКИ МЕТРОПОЛИ И ПРЕТСТАВУВА НАЈУСПЕШЕН НАЧИН НА РЕКЛАМИРАЊЕ.

ул. "Васил Главинов" 16/6, Бизнис Центар Паломо Бјанка, 1000 Скопје, Македонија Т. +389(0)2 32 36 616 Ф. +389(0)2 31 11 024

www.panelplus.com.mk e-mail: info@panelplus.com.mk

Спроти Универзална сала • тел ++389 (0) 31 19 319 • Скопје, Македонија • www.dlk.com.mk



Содржината наспроти формата

Пишува:
Александар Вучковски



Во денешното современо потрошувачко општество, во кое сите се стремат да привлечат што повеќе уживатели за своите производи и услуги, маркетингот игра значајна улога во оваа се потешка и густа битка. Винската индустрија не само што не е исклучок од оваа тенденција туку е и голем зависник од маркетингот. Иако, некои од нас се свесни за манипулативната моќ на овој економски феномен и за неговата неславна улога во претворањето на луѓето во конзуматорски машини кои "вшмукуваат" се пред себе, овде ќе се задржиме на оној позитивен аспект кој придонесува за надградба и ширење на одредени култури и вредности.

Овие два феномена се толку многу испреплетени и зависни еден од друг што за жал не би можеле да функционираат одделно. Ако сака винарот од Јужна Африка да му го купат виното во Норвешка (а сака, затоа што виното станува статусен симбол чие производство чини многу и потребно е враќање на средствата) тој мора прво да го стави во шише со соодветна форма, па да

дизајнира етикета која емотивно врзува, да ги напише општите податоци и карактеристики на задната страна на начин на кој ќе бидат запамтени, па да напише приказна преку која ќе ни го објасни неговото создавање итн. Токму тука би требало да се примени капацитетот на маркетингот кој едноставно си бара тема на работа, причина за постоење. Затоа што виното со својата магична приказна е одлична тема и суровина за работа, неисцрпен извор на идеи за неповторливи дизајни, слогани, логоа и се што претставува креативно решение од маркетиншки аспект. Луѓето од маркетинг индустријата просто треба да се благодарни што се појави оваа глобална жед за виното и неговиот статус во денешното општество, но уште повеќе среќни затоа што имаат еден куп интересен и оригинален материјал за работа. Замислете си кога би требало секоја година да прават реклама за машина за перење од ист производител. Тие во својата анализа би ги добивале горе-долу истите податоци од производителот, па оди и смисли нешто ново и нечуено. Но, во една приказна



Passion for perfection...

Kamnik wines

Kamnik bb, 1000 Skopje, Macedonia; +389 2 2523523
contact@chateaukamnik.com; www.chateaukamnik.com



како што е виното во која секоја година (берба) е со различен број на сончеви часови, различна количина дожд, сила на ветер, атмосферски влијанија, други видови квасци, приказни и митови поврзани со почвата, широкиот спектар на мириси и вкусови кои се променливи, тогаш тие навистина би имале широка писта од идеи и креативни решенија.

Развиените вински земји и нивните маркетинг професионалци одамна го имаат разберено овој потенцијал и максимално го искористуваат при продажба и промоција на нивните вина. Стариот свет сеуште "се прчи" со цртежи од своите "шатоа" и "кастели" и навидум софистицирани комплексни имиња и титули на своите етикети, кои кога би се превеле текстовите и проучиле цртежите би откриле дека најчесто значат: "направено во подрумот на војводата Серж Габро" од околината на Померол кој датира од 1887, или "вино од имотот на фамилија Фрескобалди во чија околина го има најкусниот тартуф". Луѓето си ставиле најосновни податоци на етикетите од своите вина создавајќи кратка но ефективна винска приказна која има за цел да го "навлече" винскиот љубител на нивното вино. Но кога еден просечен Американец, Шведанин или Македонец ќе го прочита а не разбира, мисли дека којзнае

каква тајна е напишана. Звучи долго, мистично и неразбирливо - мора да е добро. Овој цинизам не се однесува на оние конзументи кои навистина го разбираат кодот на винскиот маркетинг, туку само како пример колку традицијата и историјата на еден регион претставува лесна и употреблива маркетинг суровина. Просто да ти е задоволство да дизајнираш вински етикети. Новиот свет пак, не е спречен од недостатокот на долга историја и традиција, па си прави етикети и вински приказни од својот терен со посебни географско-геолошки карактеристики, вклучува неконвенционални форми и едноставни бои, локални митови, и ендемски видови животни (гепарди, коали, лисици, кенгури), и сето тоа во еден прекрасен спој од елементи кои одделно и немаат многу врска со виното, но кога се така добро композирани одлично функционираат.

А, каде е тука македонската винска индустрија и нејзините протагонисти. Ако досега со задоволство пишувавме за брзиот развој, одличниот квалитет и успех на македонското вино, истите впечатоци не важат и за неговата промоција и маркетинг изведба. Маркетинг агенциите и нивните цопс њритер-и, не ги претставуваат доволно креативно приказните и личните карти на винариите и нивните вина, затоа што немаат поим, нивната винска неинформираност води до смешни и небулозни дизајн решенија и ПР-текстови. Но, тие и не се толку виновни за тоа затоа што нашите винари не ги ни бараат нивните услуги, мислат дека не им се потребни. Тие се сигурни дека доволно е тоа што направиле добро вино, и го ставиле во шише. Со етикети чии бои и дизајн најчесто не ја најавуваат квалитетната содржина - бледи, нејасни, досадни, некреативни, веќе видени. Текстот на задната страна каде што би требало да биде приказната најчесто е конфузен, семантички погрешен, на моменти стерилен, и непредизвикувачки. Преводот пак (најчесто на англиски) е приказна за себе. Полн со граматички грешки и зборови погрешно напишани, станува предмет на потсмев кај оние за кого и е наменет, странските конзументи. Велам дека виното пред се е љубов, но исто така е бизнис и национална гордост, и затоа треба да се гледа како на комплетен производ. Токму оваа некомплетност (заедно со цената) е главна пречка за подобра промоција на нашето вино во светот.

Во кулинарството, како и во другите уметности и изведби, изгледот и првиот впечаток се многу важни, а пак содржината доаѓа на ред откако некој ќе и даде шанса благодарение на добриот првичен впечаток. Втора шанса ретко се дава. Истото, па дури и повеќе важи за винската индустрија. Не смееме да се надеваме на втората шанса, треба да привлечеме со лицето, а потоа да маѓепсаме со душата (содржината). Посебно денес, во една огромна глобална конкуренција на квалитетни вина кои богами имаат и лице и душа.

Затоа што виното со својата магична приказна е одлична тема и суровина за работа, неисцрпен извор на идеи за неповторливи дизајни, слогани, логоа и се што претставува креативно решение од маркетиншки аспект. Луѓето од маркетинг индустријата просто треба да се благодарни што се појави ова глобална жед за виното и неговиот статус во денешното општество, но уште повеќе среќни затоа што имаат еден куп интересен и оригинален материјал за работа.

И повторно се јавува непоразената македонска иронија, правиме одлично вино, во прекрасни услови и клима, ама не знаеме да го спакнуваме и продадеме. Како ли ќе изгледаше ако Јапонците го имаа нашето вино. За среќа, од неколку разговори што ги имав со водечките луѓе на некои од нашите винари, добив впечаток дека тие ја сфаќаат важноста на овие пропусти, и најавуваат промени на добро. Останува да видиме колку македонските винари успешно ќе го убедат светскиот вински потрошувач да го купи токму нивното вино.



Дивино

Прв и единствен ресторан со самопослужување од Европски тип во Македонија.

адреса: ул. Даме Груев бр.7 (градски ѕид, спроти ТЦЦ Плаза)
тел: ++389 2 3296 588



ТОМ КОЛИНС



Пишува:
Филип Арнаудов
здружение на бармени на Македонија

Според многу коктел-историчари Том Колинс, пијалок во висока чаша, микс на сок од лимон, шеќер, џин и сода - оригинално го носел името Џон Колинс. Постојат приказни за бармен кој се викал Џон Колинс и кој работел во Limer's хотелот во Лондон. Тој го подготвувал овој коктел и го именувал по самиот себе. Но, кога во составот користел џин, кој бил посладок на вкус, а во тоа време бил од брендот Олд Том коктелот го нарекувал Том Колинс. На крајот, без разлика кој џин се користи во рецептурата, останало името Том Колинс, а Џон Колинс бил заборавен во мракот на коктел-историјата.

Едно нешто е сигурно - овој коктел датира од крајот на 19-ти век и е еден од првите светски коктели. Составен од една доза џин, sweet & sour mix, дополнет со сода и претставува еден величествен коктел кој е база и инспирација за илјадници други коктели.

Подготовка:

5цл џин
3цл сок од лимон
1-2 лажички шеќер во прав
Дополнете сода

Во колинс (висока) чаша сипете ги сите состојки по редослед, добро промешајте ги и декорирајте со стандардната декорација за овој коктел - парче лимон и црвена коктел цреша.



■ Во каталозите... ...само за најуспешните има место ■

Гастрономски Водич

Gastronomic Guide

www.gastronomskivodic.com.mk
www.gastronomicguide.com.mk

2009

Хотели во Македонија

Hotels in Macedonia

www.hotelimakedonija.com.mk
www.hotels-macedonia.com.mk

2009

психологија на
излегувањето

Излегување поради консумирање на алкохол



Пишува:

Бујар МУЧА

пензиониран излегувач со бенефициран стаж



Драги пријатели, на прв поглед деведесет посто од вас ќе кажат дека ова е бесмислена причина за ноќно излегување и дека за повеќето од нас е составен дел на вечерните излегувања. Но тоа е, верувајте, површно и аматерско видување на работите. По неколку годишното искуство како угостителски работник и уште повеќе годишното искуство како угостителски консумент успеав скоро без грешка да ја сетам и да ја препознаам таа тенка нишка што ги дели овие шанк колоси од останатите излегувачи. Да бидеме начисто, во оваа група на луѓе не влегуваат зависниците од алкохол и затоа во суштина тешко се откриваат и се изолираат од останатите.

Половата структура на оваа групација на излегувачи е значително на страната на мажите, но затоа малкуте жени што ги познавам од оваа екипа ја имаат мојата целосна почит. Само полнолетни и економски независни личности можат да влезат во овој елитен клуб. Полнолетни, бидејќи овие ликови обично учествуваат во затворањето на локалите во ситните часови, а економски независни бидејќи секое излегување значи губиток на значителни средства за кои во ниеден момент не жалат.

Во никој случај нема да ги препознаете по некоја надворешна карактеристика. По ништо не се издвојуваат од останатите излегувачи па дури



ХИТ ВО СВЕТОТ!!!
ПРВ И ЕДИНСТВЕН САМО КАЈ НАС

STARBENE LipoCell EVO

НАЈДОБРИОТ АПАРАТ ЗА СЛАБЕЕЊЕ
И БОРБА ПРОТИВ ЦЕЛУЛИТОТ

вакум терапија
лимфна дренажа
ултразвук
лифтинг на лице и тело

ЕДИНСТВЕНО КАЈ НАС **STARMED**

АНАЛИЗИРАЊЕ НА МАСНОТИИ, ТЕЧНОСТИ И ЦЕЛУЛИТ
ВО ОРГАНИЗМОТ, ОДРЕДУВАЊЕ НА ИДЕАЛНА ТЕЖИНА



Spa Jet 2G

НАЈНОВА ГЕНЕРАЦИЈА НА



ХИДРОКАПСУЛА
ЗА СЛАБЕЕЊЕ
И РЕЛАКСАЦИЈА



Третмани на лице и тело
со ексклузивната козметика на



Дочекајте ги вашите најубави моменти во топ форма
и поубави од секогаш

HAIR & MAKE-UP by СЕРГЕЈ
ФРИЗЕРСКИ УСЛУГИ
НЕВЕСТИНСКИ ПАКЕТИ
МАСАЖИ
DE-TOX SPA
ЛИФТИНГ
ДЕПИЛАЦИЈА
МАНИКИР
ПЕДИКИР
НАДГРАДБА НА НОКТИ
КОЗМЕТИКА ЗА ДОМАШНА НЕГА
СОВЕТИ ЗА УБАВИНА
И МНОГУ ДРУГО...

Верипас
ЦЕНТАР ЗА УБАВИНА



ул. 9-ти Мај бр.42/10 + 389 (0) 2 32 45 155 + 389 (0) 70 228 078

www.vericapandilovska.com.mk

може да се каже дека изгледаат подобро, посвежо и поубаво од многумина. Обично имаат стил и мерка во облекувањето и несекојдневно се воспитани и вооружени со добри манири.

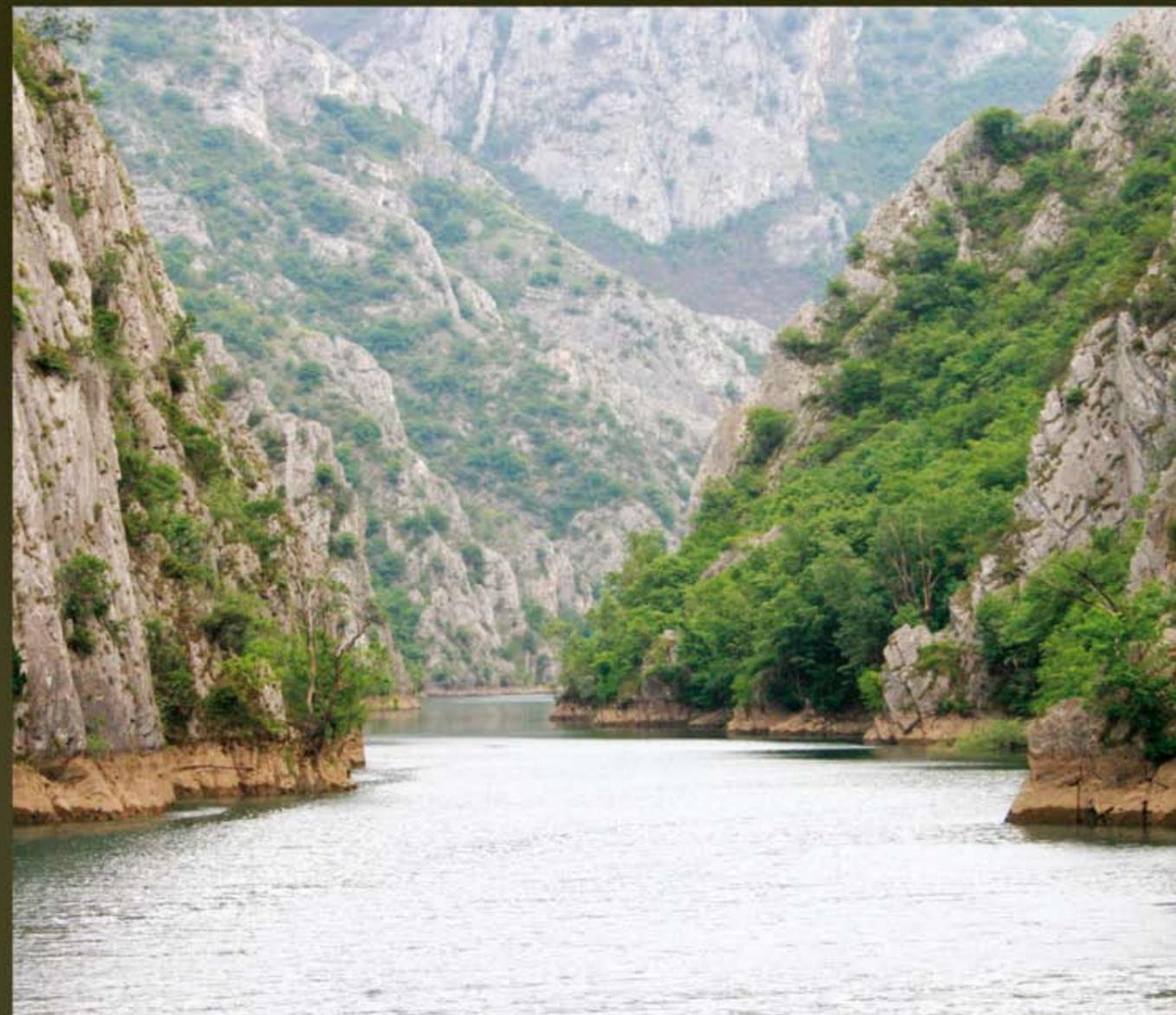
Ако се владобочите, прво по што ќе ги препознаете е рутинираното влегување во локалот и бирањето на позиција исклучиво на шанк или на некое друго место каде што се стои. Обично пушат и веднаш го оставаат целиот пушачки прибор на дофата на рака. Нарачуваат пијалок со брзина на светлината и додека не ја добијат чашата во рака се чувствуваат несигурно. Ако сте во друштво на таков пациент, не можете а да не ја забележите трансформацијата на карактерот од воздржаност со првата, до восхитувачка елоквентност и шарм со последната чаша. Никогаш или скоро никогаш на се напиваат и не губат контрола врз своите постапки. Еднакво добро и внимателно возат како никогаш да не пиеле дури во раните утрински часови. Како што пасионираните читачи одат во библиотека да читаат, така и овие во кафеана одат пред се да пијат, така што многу тешко може да ги натерате на флерт или да им ја промените темата. Обојуваат да се дружат со личности со слични потреби и со презир гледаат на оние што во кафеана се задоволуваат со некој чудни напивки кои се тегнат цела ноќ. Конзумираат висококвалитетни жестоки пијалоци и се потресуваат ако не им се правилно сервираани.

Лажните припадници на овој вид ќе ги препознаете по тоа што со секој следен пијалок ви ги сервираат своите фрустрации во се поголеми дози, се напиваат и ги малтретираат луѓето околу себе. Таквите, или се трудат да остават впечаток или се зависници од алкохол. Нашите јунаци наутро функционираат беспрекорно и се пример во извршувањето на своите професионални обврски.

Ако сте во друштво на таков пациент, не можете а да не ја забележите трансформацијата на карактерот од воздржаност со првата, до восхитувачка елоквентност и шарм со последната чаша. Никогаш или скоро никогаш на се напиваат и не губат контрола врз своите постапки. Еднакво добро и внимателно возат како никогаш да не пиеле дури во раните утрински часови. Како што пасионираните читачи одат во библиотека да читаат, така и овие во кафеана одат пред се да пијат, така што многу тешко може да ги натерате на флерт или да им ја промените темата.

Иако по правило се шармантни и елоквентни луѓе, обично се недофатливи за флерт и додворување бидејќи доволно уживаат во она што веќе го прават и не ги разбираат од прва знаците што им ги емитирате.

Се изненадив колку убави работи кажав за оваа група на излегувачи. Сега се плашам дека ќе си помислите дека, не дај боже и јас и припаѓам на оваа екипа. Во следниот број ќе позборуваме за уште еден, за мене омилен тип на излегувачи кои тоа го прават од навика. Многу се слични со претходниве и сега ми е криво што не ги ставив во една група. Но навистина е тешко да се стават под еден наслов. Драги мои, ако во вас го пронајдете благородниот дар да пиете алкохол, а во исто време да се облагородите себе си и околината, вие сте среќни добитници на заслуженото место во оваа елитна група.



Ресторан Џањон Мајка

070385375





кафе

Географија на кафето



Пишуваат:

Анџела СТЕФАНОВСКА, Матео БАРБАРОСА

Кафето се одгледува во сите населени континенти, освен Европа, Австралија и Северна Америка. За својот раст и развој, на билката Цоффеа и е потребна температура која не надминува 37 степени и која не се симнува подолу од 4.

Секако се зборува за климатски услови и температури кои континуирано ги има во тропските предели.

Од голема важност се и надморските височини. Нашата сакана билка има потреба од многу вода и страда ако е премногу изложена на сончевите зраци.

Од двата најраспространети видови кафе, Арабиката е таа што бара повеќе внимание, додека пак иако и на Робустата и се потребни одредени климатски услови, сепак е поиздржлива на варијациите.

Од досега кажаното, лесно се заклучува дека идеалните зони за култивирање на кафето се тропските зони, односно тие што се наоѓаат меѓу 20° јужна и 20° северна паралела.

Колку зоната во која што се одгледува кафето е поблиску до екваторот, толку повисока треба да биде надморската височина на плантажите, инаку билките би изумреле на високите температури, Една билка Кафе расте на површина од 2 до 8 квадрати простор, и ако е добро одгледувана може да произведе 2 до 3 кг кафе, но во последните децении со развојот на модерната технологија, се стигнува и до квантитативи кои изнесуваат од 8 до 10 кг кафе по растение.

Во продолжение ќе ги видиме карактеристиките, видот и местото на одгледување на најквалитетните и најбараните видови кафиња во светот.

Бразил:

Позиција: Јужна Америка

Видови на кафе: Арабика и Робуста
Надморска височина на плантажите: 200-1000 м

Период на реколта: Јуни - Август

Производство: 28 милиони вреќи од 60 кг, прв светски производител на кафе.

Сензоријални карактеристики:

Кафе со одлично тело со што е идеално за основа во креирање на мешавините. Доколку зрната се доволно зрели се чувствуваат цветни ноти. Единствен недостаток на Кафињата кои растат во Бразил е видот Риато, со многу низок квалитет, кој расте во пределот во Рио де Жанеиро и е употребуван во мешавините со понизок квалитет.



Индија:

Позиција: Азија

Видови на кафе: Арабика и Робуста
Надморска височина на плантажите: 900 -1800 м за Арабика и 300-900 м за Робуста

Период на реколта: Октомври - Февруари Арабика; Ноември - Март Робуста

Производство: 3 милиони вреќи од 60 кг. **Сензоријални карактеристики:** Арабика со одлична арома. Видот Монсонати кој расте во предели на земјата изложени на влажност од Монсонските ветрови, има единствена и препознатлива арома. Од видовите на Robusta, Cherry и Parchment, се одликуваат со најквалитетни зрна Робуста во светот и се препознатливи чоколадните ноти кои му ги подаруваат на еспресото.



Колумбија:

Позиција: Јужна Америка
Видови на кафе: Арабика
Надморска височина на плантажите: 800-1900 м

Период на реколта: Април - Јуни и Октомври - Јануари, во зависност од видовите

Производство: 16-18 милиони вреќи од 60 кг

Сензоријални карактеристики: Колумбија е првиот светски производител на миени кафиња: го карактеризираат еспресото со одлични цветни ноти и одлично тело

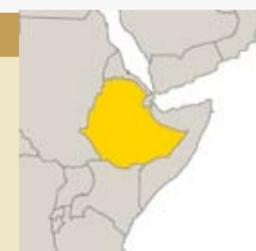


Етиопија:

Позиција: Африка

Видови на кафе: Арабика
Надморска височина на плантажите: 1300-2100 м
Производство: 400.000 вреќи

Сензоријални карактеристики: Многу интересни, се работи за кафиња со посебни ароми и зачинети ноти. Видот Harrar има деликатен вкус, Djimmah и Lekemti, се одликуваат со диви ноти, кои што во одредени количини му даваат богатство на еспресото.



Костарика:

Позиција: Централна Америка
Видови на кафе: Арабика

Производство: 2,3 милион вреќи

Сензоријални карактеристики: Се работи за миени зрна Арабика, со цветни ноти, во кои се издвојуваат јужните овошја (лимон, портокал) и единствената ванилина арома, со која овој вид се издвојува меѓу најдобрите Арабики во светот.



Еквадор:

Позиција: Централна Америка
Видови на кафе: Арабика и Робуста

Надморска височина на плантажите: 2400 м

Производство: многу мало
Сензоријални карактеристики: и Арабиката и Робустата се со одличен квалитет и арома



Гватемала:

Позиција: Централна Америка
Видови на кафе: Арабика

Надморска височина на плантажите: 700-1700 м
Производство: 4,2 милиони вреќи

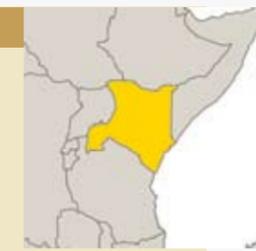
Сензоријални карактеристики: Цветни ноти и одлично тело



Кенија:

Позиција: Африка

Видови на кафе: Арабика
Надморска височина на плантажите: 1500-2100 м
Сензоријални карактеристики: Одлични, овошни и кисели. Бараат многу внимание во печењето.



Хондурас:

Позиција: Централна Америка
Видови на кафе: Арабика

Надморска височина на плантажите: 700-2000 м
Период на реколта: Октомври - Март

Сензоријални карактеристики: Се одликуваат со голем квалитет: одлично тело и широк ароматичен спектар



Јамајка:

Позиција: Централна Америка
Видови на кафе: Arabika Blu Mountain, High Mountain, Low Mountain или Supreme
Надморска височина на плантажите: 1000-2000 м

Сензоријални карактеристики: Најквалитетното кафе во светот е Арабиката Blu Mountain. Извонредни цветни мириси и ванилини ароми.





ATTIBASSI

Bologna

THE ESPRESSO ITALIANO SENSATION



SANGRIA

*Квалитетно вино
со додашок овошје
(џорџокал, јаболко, лимон)*



*се служи во
чаша за црвено вино
со додашок на
лед, џорџокал, лимон...*

Од основните корени во Шпанија, Сангрија е популарен освежителен пијалок на забавите насекаде околу светот. САД за прв пат ја имаат пробано во 1964 год. на светскиот фестивал на вино во Њујорк.

Сангријата се базира на традиционално шпанско црвено вино, познато ширум светот над сто години. Основата на овој микс е црвено "Бордо" вино од Франција, бренди и свежо овошје кое се додава за оплеменување на вкусот, послужено во чаша за црвено вино врз коцки мраз.

Кој знак си келнеру?

Една од најважните фигури на угостителската шаховска табла е медијаторот помеѓу машинеријата и клиентелата т.е. келнерот(-ката), кој со својата умешност може да ни го разубави и да ни го збогати нашиот појадок и пијалакот или, во спротивно, со својата негативна енергија и со фрустрираноста, да ни го загорчи моментот на задоволство. Во овој број ќе ги разгледаме сите различни варијанти и профили во оваа професија која, и тоа како важна во овој домен, има круцијална улога во исполнувањето на целокупниот уметнички впечаток. Астрологијата може да ни помогне, во зависност од тоа каков "типус" ни е потребен за одреден локал, да го направиме вистинскиот избор.

Па, да ги разгледаме сите 12 знаци на зодијакот и да видиме како секој знак, со хумористична доза, различно би пристапил кон оваа макотрпна и забавна професија



Владимир К. Франц

ОВЕН

Брз и динамичен, овенот ќе биде секогаш, во низок старт, подготвен да скокне во акција. Тој претпочита поголема френквенција на луѓе и најдобро функционира во густо пополнета околина. Најголем непријател му е досадата и за да биде неговиот капацитет целосно искористен, подобро е локалот да не може да постигне од работа. Мала доза на рафинираност е пожелна, но од друга страна неговата палава неучтивост е, всушност, и неговиот најголем адут. До крајот на вашата вечера има голема веројатност тој да ви стане пријател. Но, немојте да ја тестираате неговата темна страна за мигот на уживање да не ескалира во огорчена ситуација.

БИК

Со бикот целата процедура на послужување има побавна димензија, но квалитетот го победува квантитетот. Неговите предлози се добредојдени зошто тој е господарот на хедонизмот и можете слободно да му верувате ако се двоумите при вашата нарачка. За неговиот капацитет да биде целосно искористен, пожелни се локали со помала фреквенција каде ќе има време да им се посвети на неговите муштерии. Верен и одговорен, ако е во добро расположение, а не му преовладува мрзеливоста, тој ќе се потруди да ве задоволи максимално за неговиот бакшиш да биде на завидно ниво.

БЛИЗНАЦИ

Ментално најагилен, близнакот има брза мисла и неговата потреба за ментална гимнастика може да се преслика и во неговата работа. Способен е да ве прошета низ целото мени и назад, неуморно објаснувајќи ги сите поединости, за да не знаете на крајот и самите што всушност сте посакале да нарачате. Голема е веројатноста и да добиете многу повеќе од тоа што можете да изедете или да испиете. Но, сепак, целта е исполнета бидејќи близнакот е бескрајно забавен и самиот чин на нарачување добива друга димензија. Сепак, на крај, проверете ја исправноста на сметката. Тој, и без лоши интенции, сака да си поиграва со своите манипулаторски вештини.

РАК

Неговата преголема грижа и желба да направи некого среќен се отсликува и се совпаѓа идеално во оваа професија. Неуморно ќе настојува да бидете најзадоволни и угостени како да сте му на гости дома. Неговата театралност и хумор ќе ве плени, но внимавајте да не ви запее и да ви се придружи на маса. Можно е и да претера со неговата желба да ве испочитува, па ако не сте расположени некој толку да ве "тинтра", може и да ви биде заморно. Раковите се подложни на чести промени на расположенија, па ако е тој во депресивна фаза, барајте друга маса за да не ви се одмили појадокот.

ЛАВ

Супер стар конобар "дринкинг" шампањ со кавијар! Лавот има потешкотии да прифати дека треба некогаш да служи, па самиот став и пристап кон оваа професија ќе биде малку чуден. Не се запрепастувајте ако изреагира несоодветно на вашите потреби. Но, ако сте со него фини и културни, можеби и ќе ве удостои со исполнување на вашите желби. Ако го оставите да нарача за вас, бидете сигурни дека најскапото на менито ќе биде послужено на вашата маса со драматични и гламурозни пропратни елементи. Крем бриле за крај, а сигурно е дека ќе бидете лично од него почестени и со сиктер кафе.

ДЕВИЦА

Бескрајно педантни и организирани, дотерани и спастрени со вкус, со ваков келнер(-ка) вашата маса ќе сјае од чистина и убавина. Тешко ќе видите повеќе од два отпущока од цигари во пепелникот и ако видите туѓи отпечатоци на чаша донесена од девица келнер, тој со сигурност ќе направи харикири. Целата ваша нарачка ќе биде напишана во тефтер за случајно да не се случи некоја грешка. Со доза на резервираност и студеност ќе биде проследен сиот тој чин, но сепак ќе бидете задоволни поради тоа што нема ни влакно да фали од тоа што сте посакале.

ТЕРЕЗИЈА

Можеби малку заборавен и палав, но тешко ќе одолеете на шармот на келнерот(-ка) терезија. Ништо чудно нема да биде ако ви подзапее додека ве послужува и да ви раскаже некоја анегдота или смешна приказна за да ви го разубави моментот. Иако е голема веројатноста да не биде се во најдобар ред, ќе го наградите овој шармантен лик со добар бакшиш поради тоа мало парче магија што ви го подарил во тој момент. Но, ако сте ситничар и премногу принципиелен, сменете ја масата за да не дојде до караница.

ШКОРПИЈА

Шкорпиите во принцип се големи професионалци и кај нив нема вадење трикови. Тие едноставно го „вливаат“ занаетот и го работат - што се вели "за сите пари". Поради нивната интензивност тие се подготвени на се за да ја постигнат сопствената цел. Повеќе им прилега да работат во ресторан поради тоа што имаат таинствена конекција со храната. Иако повеќе им одговара местото шеф-кувар во кујна, тие ги совладуваат брзо сите позиции. Слободно можете да им верувате на нивните препораки во врска со изборот од менито, нема да погрешите. Напротив, благоприятно ќе се изненадите.

СТРЕЛЕЦ

Како огнен знак стрелецот поседува посебен жар што ги плени сите околу, но неговата потреба за филозофирање може во оваа ситуација да биде и одвишок. Затоа избегнувајте премногу разговори да не отиде времето за вашиот пијалок или појадок. Но, ако сте расположени за мудрување, секако дека можете и нешто да научите. Ако сте странец, ова е добра прилика за вас. Тие често зборуваат странски јазици, а и голема е веројатноста да патувал во вашиот роден крај, па на муабетот ќе му нема крај. Може да добиете препораки за подобар живот, за здравје, за вашата иднина итн., но подобро сами да си одберете од менито.

ЈАРЕЦ

Вреден бескрајно, јарецот до толку ќе се усоврши во својата работа што ќе му нема рамен. Бидете сигурни дека ќе го научи менито на памет и по редослед за да може да ве импресионира и да ве воодушеви. Тој ќе направи се за да се чувствувате како крал и да го наградите максимално за тоа. Јарецот е сервилен, прецизен, одмерен, па може дури и да претера малку со својата сериозност и одговорност, а и да ви здосади. Ако сакате да ви се додворуваат и да ви го полнат егото, секогаш ќе го барате вашиот јарец келнер или келнерка.

ВОДОЛИЈА

Водолиите се големи ексцентрици и се тотално непредвидливи, па ако се отсликаат тие нивни особини на нивното работно место, сешто може да се случи. Може да добиете тотално погрешна нарачка. Можно е да исчезне подолго време, па да се изначекате или да ве вчудоневиди со некоја негова изјава. Како и да е, тие ќе ви бидат особено интересни со нивното несекоедневно однесување. Ако сте раположени за експериментирање, ваквиот келнер(-ка) е повеќе од добродојден и можете да бидете сигурни дека нема да ви е досадно.

РИБИ

Бавни и замаени, рибите живеат во својот свет на фантазии, така што најдобро би било да работат во детска игротека каде што ќе можат да бидат на иста фреквенција со нивните муштерии или во некој кофе-шоп. Подобро е да не се нервирате ако се брзате, едноставно сменете го келнерот или масата. Ако имате потреба да зборувате со некој странец за вашите лични проблеми, овој келнер ќе ви биде мелем за душата. Ако сакате да пробате некој нов алкохолен коктел, послушајте го овој келнер. Нема да зажалите.



Жарко Георгиевски

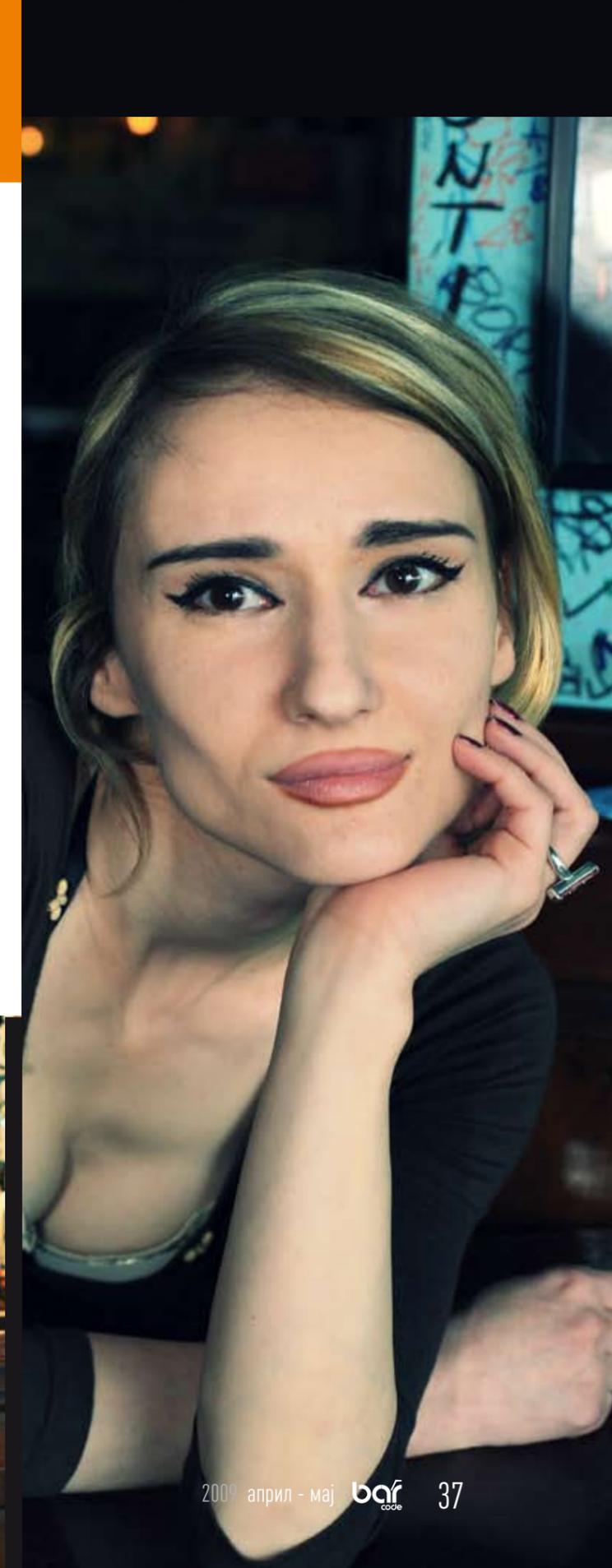
Име и презиме: Жарко Георгиевски
Возраст: 21 година
Работи во: Stage кафе Рамстор
Работи како шанкер затоа што: ја гледам како интересна работатата преку која стапувам во контакт и познанство со многу луѓе
Најзначајна карактеристика: искрен и исполнителен
Кај девојките не може да поднесе: правење будала од себе
Цени кога некој: ќе ти пружи помош, кога ти е најпотребно
Пие: J&V, Finlandia,...
Коктел: Long island, shooters,...
Најомразени муштери: критичари, кои продаваат школа за работата што ја работам (особено поранешни угостители, кои почнуваат со: „Јас на времето,... „)
Како се замислуваш во иднина?
 -Искрено не размислувам многу за иднина, ама се надевам дека ќе успеам во животот

Во овој број, во редовната рубрика, ви ги претставуваме мис келнерка Патриција Палазовска и мистер бармен Жарко Георгиевски. Доколку сакате и вие да предложите кандидат за следниот број, слободно пишете ни на info@barcode.com.mk

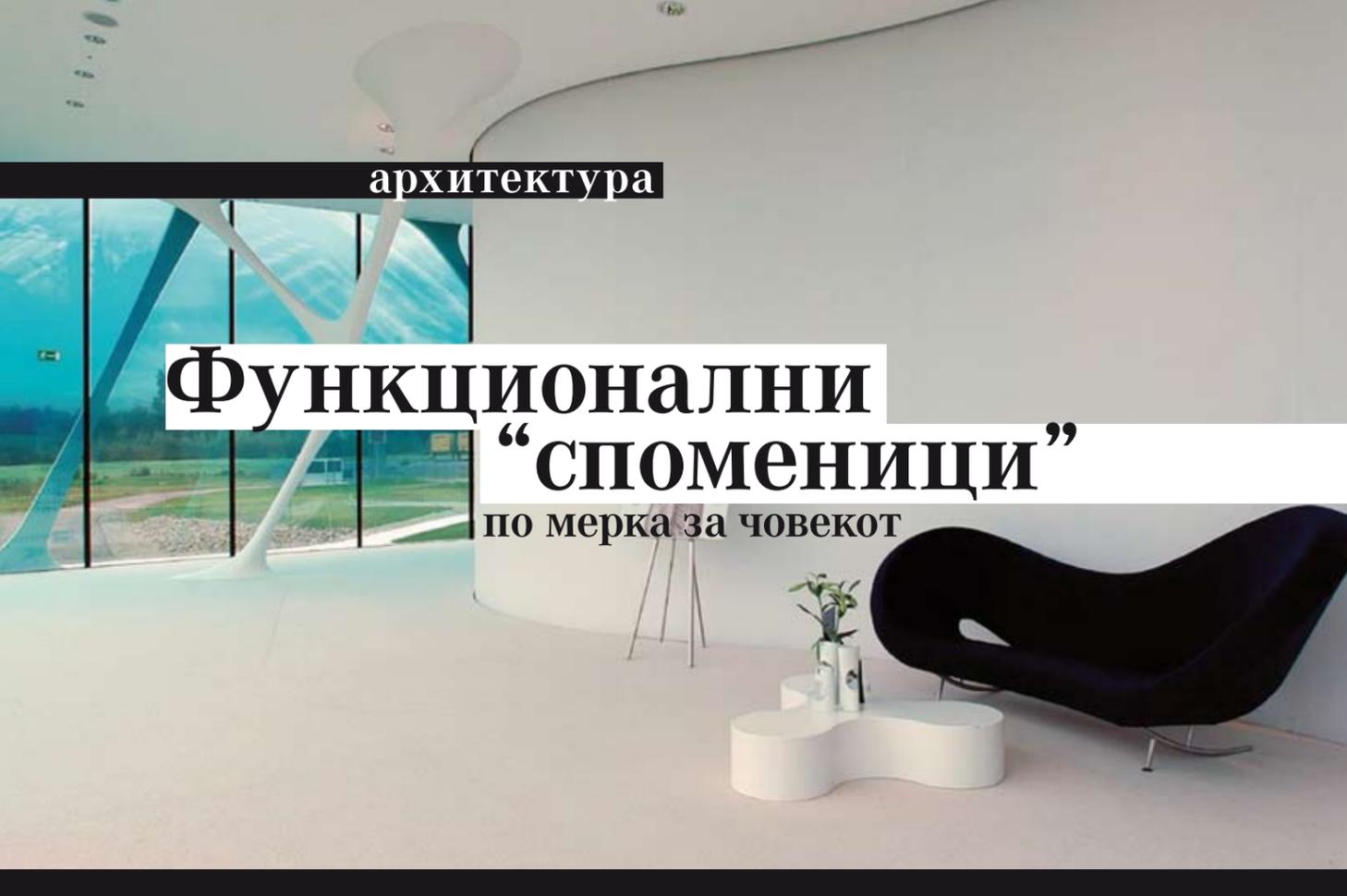


Патриција Палазовска

Име и презиме: Патриција Палазовска
Возраст: 33
Работи во: La Bodegita del Medio
Работи како шанкер затоа што: примарно поради солидните примања а воедно знае да биде и забавно
Најзначајна карактеристика: интелегентна, емотивна и праведна
Кај момчињата не може да поднесе: нарцисоидност, дрскост и неверност
Цени кога некој има: искреност, природност и оригиналност
Пие: овошни коктели, ликери, chambord, baileys,...
Коктел: toasted almond,...
Најомразени муштери: нема такви!
Како се замислуваш во иднина?
 во малопродажба колективна или како поединец



Функционални “споменици” по мерка за човекот



Пишува:

Ирина Божаџиевска

архитект

Ако појавите во природата ги набљудуваме во однос на условите и околностите во кои се развиваат, тогаш почетокот на “обликувањето” може да го сфатиме како последица од различни причини што го довеле човекот до оној степен кога пристапил кон градење на вештачки засолништа.

Во тие далечни времиња, архитектурата го немала своето вистинско значење. Нејзина единствена цел била да ги задоволи примитивните барања на човекот и тоа како резултат и потреба на материјалната работа на тогаш, полудивите луѓе.

Но, потребата од “кров” не била доволна причина за развој на архитектурата. Една од најзначајните компоненти во тој развој е материјалната, техничката основа, работните и менталните способности на човекот.

Во текот на развојот на архитектурата, постоеле кратки и долги епохи кога таа ја задржувала својата оригинална чистота, но постоеле и периоди кога традицијата се напуштала, кога се внесувале самоволија, а, архитектурата назадувала и пагала.

Кога архитектурата се развивала по законите на хармонијата, во рамнотежа со материјалните и општествените односи и како потреба на религијата, на-

родот и државата, тогаш тие епохи биле епохи на т.н. цутење на архитектурата.

Архитектурата го одразува живеењето и карактерот на народите; таа со своите размери и програми одговара на општествената структура на епохата, исто како што и со својата техничка обработка ја покажува кулминацијата и напредокот на државата.

Архитектурата-останала и ОСТАНУВА симбол за времето и местото- симбол на менталниот склоп на општеството и човекот кој ја живее.

Почнала како засолниште, ги величела боговите, сонцето и умрените, влевала радост и страв, благосостојба; му служела на човекот. Го отсликувала НЕГО во просторот и времето.

Современиот начин на живот, дневните активности на индивидуата, 24 часовниот животен циклус на човекот создава нов тип на програмска таписерија. Црквата повеќе не е доминантен центар на светот, домот и семејниот ручек во 15 часот се оддамна премината категорија. Канцеларијата и работата ја заменуваат домашната хармонија, дружењето, релаксирањето се дислоцираат, можеби на “агората”.

Домот му одговара на човекот; и во служба е на неговите навики, случувања, карактер и тремпера-





мент. Го отсликува неговиот стил и начин на живот. Го полни со сила и одмор.

Интеграцијата со останатиот свет, јавниот живот завзема битно место во новата програмска таписерија. Мир/ врева, полно/ празно.... итн... потрага по замислен, потребен амбиент. Потрага по места со идентитет, и секако ПРАВО НА ИЗБОР.

Се заедно, архитектурата, не претставува нас, (нашиот одраз во огледалото), во времето, и местото (дом, ресторан, театар, школо, бар) ни служи и не претставува нас и средината. Објектите (дали јавни или приватни) остануваат да постојат како главни симболи, сведоци за времето и нашиот животен терк. Нивната "приказна" влијае на нас; и е во нас. Не сакајќи, тие се трансформираат во витални антропоморфни "споменици" (на вкус или невкус); кои репетираат една средина, ...бидејќи секогаш "животот е тој што е секогаш во право; не архитектот...".

Затоа главен одраз нивни не декорација;; туку—они не претставуваат нас; тие ќе останат да сведочат за времето И начинот на живот што го живееме... Нивниот амбиент влијае на нас.и Е ЗА НАС. Они се новите "спомениците" кои се по мерка на човекот



Н А Н А
N A N A

WINE RESTAURANT | ВИНСКИ РЕСТОРАН





START A PARTY

HOWEVER YOU START A PARTY
PLEASE ENJOY IT RESPONSIBLY



Патувања и туризам



Пишува:
Бујар МУЧА

Драги мои освестени мажјаци, дали чувствувате како се ближи пролетта проследена со цветање на првите маалски овошки, кокичиња и качунки. Дали забележувате како се топат снеговите на планинските врвови и некако истовремено и гардеробата на нашите преубави сограѓанки. Да се чудеш-изгледа пристига пролетта! Никој не вели дека не беше супер зимава што помина, снеговите, зимските спортови, новите години и долгите ноќи. Ама пролет си е пролет, вели старата скопска мудра поговорка. И знаете што доаѓа со неа-само провокации! Бескрајни дневни кафиња по отворените тераси, кордони од преубави девојки кои злите сили ги праќаат од некаде за нервно да

попуштиме, бумбари, ластовици, славејчиња, полен, липе цвату и уште многу страшни нешта кои ни се случуваат секоја пролет и не убиваат на иста финта.

Долго размислував како во следниве недели да го сочуваме она трунка достоинство што остана во нас и се сетив: Да замине оттука и да провериме со колкав интензитет патат нашите колеги мажи ширум планетава! Да провериме дали и таму силите на мракот ги преобратуваат нивните девојки и жени во нимфи и амазонки, дали и таму пчелите го оплодуваат толчникот со помош на прашникот и какво влијание има сето тоа врз бруто националниот производ во тие земји.

Туризмот драги мои напатени души, само туризмот може да ни донесе спас на душите и исцеление од грешните мисли. Проблемот е што денес не можеш на раат ни да си турист ако не ги следиш правилата на фенси туризмот. За да си ултимативен фраер мора да знаеш дека денес постојат неколку видови туризам во зависност од афинитетите и во зависност од тоа од што сакаш да си ја спасиш душата. Денес ни на ацилак не можеш да отидеш ако не уплатиш преку агенција. Без полн пансион, авионски превоз и водич, нема душевен мир!

Денес ако држите до себе, не смеете претерано да се вклопите во калапите на стандардниот туризам туку треба тематски да го осмислите вашето патување и да се вратите со грст неверојатни приказни и доживувања. Некој одат да запознаат нови вкусови и ароми, некој ги следат своите идоли, спортски, музички или некој тринаесетти, некој одат на филмски и театарски фестивали.....Па да тргнеме на пат....



Гастротуризам

Насекаде низ светот во последно време се негува култот кон добрата храна подготвена на милијарда фантастични начини, од непотребно скапи ресторани наградени со Мишелинови ѕвездички, до печени скакулци во предградијата на градовите во Камбоџа и Лаос. А ништо не им недостасува и на фестивалите на скара низ западно балканските земји....

Гусарски туризам и нуркање

Дното на светското море е многу поголемо од површината на континентите и во него лежат милијарди евра во сеуште неоткриена нафта, но исто така и тони неоткриени богатства во, со векови потопуваните бродови. Потребен ви е подобар брод, GPS уред и авантуристички дух и ете сте во потрага по скриеното богатство. Во најлош случај ќе пронајдете барем една амфора за аголот на дневната соба. За оние реалистичните, постојат добри дестинации и школи за нуркање на блискиот Медитеран. И во Охрид имат една, да знајте!

Секс-туризам

Тајланд, Малезија, Индонезија, Полошка Котлина, тоа се дестинациите за овој вид на туризам. Бизнисмени, искомплексирани, хедонисти и кој уште не, итаат кон овие места да потрошат две недели на далечните топли мориња- апартамаче, фрижидер со пиво и дружење со наводно полнолетни косооки убавици кои немаат право на далечински и главоболка.

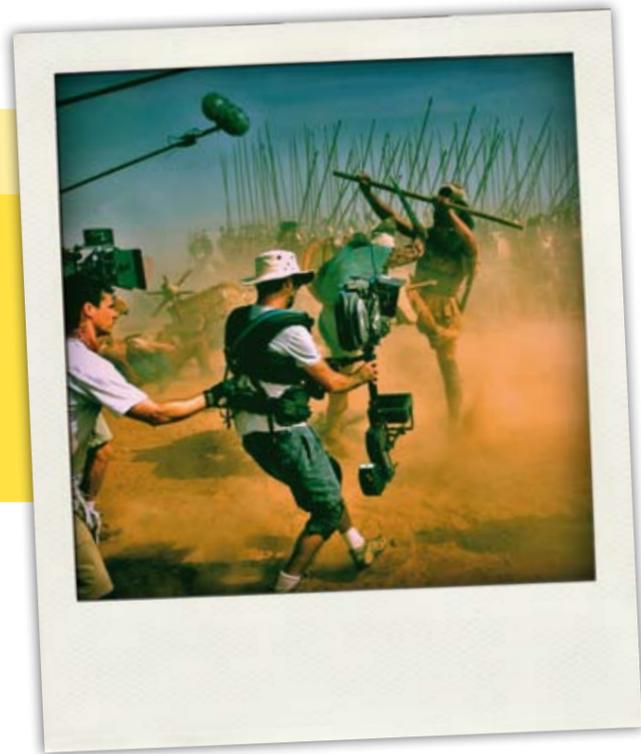
Алкотуризам

Влезете на beerfestivals.org и за неколку минути можете да ги излистате сите светски фестивали на пивото. Блиску се прилепскиот а и оние во Белград, Копривница, Римини и Монтегро Беерфест. Вински фестивали има десет пати повеќе, од калифорниските вински патишта, преку винариите по течението на Лоара, а и в тиквешко негде, в некое село ќе најдете импозантни места за задоволување на своите хедонистички потреби.



Филмски туризам

Ако сте трајно воодошевени од некое филмско остварување, појдете на локациите на кои што е снимен вашиот омилен филм. На секоја од нив ќе налетате на градби направени специјално за потребите на вашето милениче. И ќе нема крај на вашиот чалам кога ќе се вратите дома. И ова не е шега. Сто-тици турски автобуси последнава година се сјатија во Битола да ги посетат локациите каде што се снима нивната омилена ТВ сапуница.



Фестивалски туризам

Пронајдете каде пролетва настапува вашиот омилен бенд но останете и после концертот во откривање на градот и околината. Никому му се нема до сега случено, лошо да си помине во навидум туристички неатрактивно место. Тоа е правило кое не се докажува.



Last Minute Туризам

Кога шефот ќе ви соопшти дека одморот кој сте го побарале во Јули ќе го добиете во Април, а Април е веќе во тек, најдобро што можете да направите е да спакувате на брзина основни потрепштини (сандали, бермуди, кондоми, четка за заби, пари и пасош), да се обратите до најдобрата агенција и да им стоите на глава додека не ви најдат празно место за чартер лет, па макар тоа било Мадагаскар или Велигденски Острови....



J.S. Cavalli

WACE

C'N'C
COSTUME NATIONAL

DOUCE & GABBANA

CELYN b.

Ermenegildo Zegna

GF
FERRE

galliano

ICE
ICEBERG

CANALI

AJ | ARMANI
JEANS

GUCCI

★
REPUBLICA
DELLA MODA

GTC prizemje



*The Mediterranean
is not so far away*



Уживајте во опуштена, романтична атмосфера, во топол, пријатен амбиент. Ресторанот ДАЛМА е сместен зад Универзалната сала, во централното, но тивко градско подрачје.

Предизвик да ни бидете постојани гости!

Enjoy serene, relaxed dining in a warm and cozy ambience.

The Dalma Restaurant is located behind the Universal Hall, in the central, yet, quiet part of the city.

A temptation to come again!



Мени со над 150 јадења кое ќе ви пружи единствено гастрономско уживање. Тортелини ди Парма, ајкула во тропски сос, Шатобријан Бернез, бранџин на сино, фахитас, џамбалаја...од сè по нешто. Извонредна храна, беспрекорна услуга, одлични цени - гаранција за неверојатно кулинарско уживање!

A menu with more than 150 dishes will give you a unique gastronomic experience. Tortellini do Parma, shark in tropical sauce, Chateaubriand Bernaise, sea bass in blue, fajitas, jambalaya... you name it! Divine food, impeccable service, excellent prices - a guarantee for the most enjoyable culinary moments!



Наша комплетна сервис понуда:

- Ресторан
- Кетеринг служба
- Организирање настани

Our complete service offer:

- Restaurant
- Catering
- Event management

Резервирајте го Ресторанот Далма за Вашата приватна забава, или пак резервирајте го нашиот тим на готвачи и келнери на локација по Ваш избор. Сметајте на наша дискреција и професионалност!

Book the Dalma Restaurant for your private celebrations or have us do everything for you. Have our team of waiters and chefs at the place you choose. Rely on our discretion and professionalism!

str. Petar Poparsov 22, 1000 Skopje • tel: +389 (0)2 3246 616 • www.dalma.com.mk

ВИНО

Најдобри вински региони - Риоха



Пишува:
Александар Вучковски

Уште од минатото Риоха се смета за најголем и најдобар вински регион во Шпанија. Овој регион името го добил во единаесети век и има повеќе верзии за неговото појавување. Една од нив е името на племето Руконес, што се населило тука уште во предримскиот период. Иако се наоѓа релативно блиску до североисточниот брег на Шпанија, Риоха нема морска клима. Венец од планински ридови и сртови го имаат изолирано регионот од влијанието на океанот и служат како штит од непредвидливите северни ветрови. Регионот е поделен на три подрегиони или зони: "Риоха алта", "Риоха алавеса", и "Риоха баха". Најдоброто грозје доаѓа од првите два подрегиони кои што се наоѓаат посеверно во правец на кај Атлантикот, и се соочуваат со постудена клима, која игра важна улога во балансирање на виното. Низ регионот поминува реката Ебро, а лозовите насади се посадени и на двата нејзини брега по текот на целото течение. Неколку видови почва доминираат, но најважна е онаа што е составена од глина и песочен камен, а најповеќе се наоѓа во подрегионот Риоха Алавеса а најдобрите лозја се посадени токму тука. Многу од овие лозја се постари од четириесет години, и иако не раѓаат големи количини, грозјето од овие лози е со поконцентрирани вкусови.

Иако во винските кругови за Риоха се мисли дека е шпанското Бордо, вината од овој регион повеќе потсетуваат на вината од Бургундија, делумно заради посеверната и постудена клима. Главната сорта грозје во Риоха регионот е "Темпранило", автохтона сорта која и ја нема на друго место. Во минатото вината овде биле блендови (мешавини) од оваа сорта и неколку други како на пример "гарнача", и "мацуело", но во последните неколку децении најдобрите примероци од овој регион се само од "темпранило" сортата. На вкус ова вино често се





ALEXANDRIA Cuvée

Уживајте во секој миг кој ви го носи животот со сета страст, секогаш во добро друштво и секогаш незаборавно, со несекојдневниот и впечатлив вкус на Aleksandria Cuvée.

TIKVEŠ

Уживајте во виното одговорно



споредува со француското “пино ноар” и италијанското “санџовезе”. Исто како и овие сорти вина, “темпраниљо” не е вино со полно и моќно тело и високи танини, туку повеќе е нежно, елегантно и со карактеристичен мирис на земја. Поради овие карактеристики темпраниљото е доста чувствително и “кршливо” кога зрее во дабови буриња. Практика кај шпанските винари е да употребуваат веќе користени дабови буриња, поради тоа што овие буриња немаат толку силно влијание на виното, и супстанците што ги испуштаат се помек и дискретни. Главна, и најважна бела сорта грозје во овој регион е “виура”, таа често е мешана со “малвазија”, или “гарнача”, се карактеризира со одлична киселина и понекогаш во мали количини се додава и во црвените вина заради баланс. Во споредба со други сорти темпраниљо зрее многу порано. Всушност, самото име доаѓа од шпанскиот збор “темпрано” што значи рано. Риоха вината се категоризирани според квалитетот на грозјето и колку време вината се зрени во буре. Хиерархиски таа класификација почнува со терминот “крианца”, кои се сметаат за лесни вина со овошно необврзувачко тело и краток вкус, кој потсетува на цреша, земја и ванила. Вината од “крианца” категорија се секојдневни, обични и се прават од добри, но не одлични виногорја. Според винскиот закон овие вина мора да зреат минимум две години. Нешто посериозни и подобри вина се категоријата “ризерва”. Тие се поконцентрирани, имаат поизразен екстракт, но не мора да значи и дека се тешкаши во однос на

телото и густината, напротив токму спротивното е карактеристика на “риоха ризервас”. Дискретни, но долготрајни мириси на земја, зачини, и суви лисја, ризерва се прави само во одлични берби (години). Тие мораат да зреат три години од кои една година во буре и две во шише. “Гран ризерва” се вина кои исто така се прават во посебни години и берби, и кои се берат од најдобрите виногорја и лози. Оваа категорија на Риоха вина се најретки, всушност само три до седум проценти од годишното производство на вино во овој регион, отпаѓа на оваа категорија. Но, црвените “гран ризервас” се елегантни, свилени, и најдобро избалансирани вина на кои им се посветува многу внимание и најдолг период на зреење минимум пет години според регулативите, но во пракса најчесто се држат и до осум години, од кои две години во дабово буре. Овие регулативи и стандарди се предмет на полемика и поделеност помеѓу традиционалистите, постарите винари и модерните винари во Риоха. Првите велат дека зреењето подолго време во буре и добивањето на земјени вкусови со присуство на ванила е тоа што го прави риоха виното препознатливо. Но помладите винари, со современи стандарди и следења на винската мода што доаѓа од Калифорнија и Австралија се навикнати на вина со поизразена овошна структура, таканаречени вински џемови, но и со дискретна присутност на даб. Како и да е ни една од овие групи нема целосно да ја напушти практиката на зреење црвено риоха вино во буре. Времето поминато во него ќе остане одлучувачки фактор за неговиот квалитет, како и секогаш.



Каролина Гочева



Бар Код: Каква е вашата генерална оценка за кафе баровите, дискотеките и, клубовите и рестораните во Македонија?

Каролина: Мислам дека Македонија може да се пофали со добри клубови, ресторани и дискотеки, ми се допаѓа што се повеќе се обрнува внимание на ентериерот како и на целосниот имиџ на одреден локал, а секако морам да споменам дека има и ресторани кои нудат одлична храна.

Бар Код: Сте помислиле ли или дали сте добиле желба за отварање на свој ресторан, и ако да со каков концепт?

Каролина: Мојата професија ми одзема многу време така да, не сум помислила на свој локал. Некако повеќе се гледам како гостин отколку како сопственик.

Бар Код: Кога сме кај познатите, што мислите, дали е потребен посебен (ВИП) локал за познатите во Скопје?

Каролина: Мислам дека би било убаво да постои место кое би можеле да го посетуваат само членови како што се прави во светот. Познатите личности се секаде на мета, а во Скопје бидејќи не е многу голем град скоро и да не постои место каде што би можеле да се опуштат без некој од страна да ги озборува.

Бар Код: Кој е вашиот впечаток за угостителството во Македонија

Каролина: Мислам дека се прават сериозни обиди да се развие.



Бар Код: Кој тип на храна го преферирате?

Каролина: Италијанска, мексиканска и арапска. Во Скопје има одлични ресторани каде може да се проба ваков тип на храна.

Бар Код: Каде досега сте јаделе најлоша храна?

Каролина: Не би можела точно да се сетам, но имало повеќе ситуации.

Бар Код: Каква храна недостасува во рестораните во Скопје?

Каролина: Мислам дека има комплетна понуда за мојот вкус, значи се што јас сакам да јадам можам да го најдам во Скопје.

Бар Код: Од каков пијалок досега се имате највеќе опијането?

Каролина: Сакам да имам контрола кога се алкохолните пијалаци во прашање, ги конзумирам во умерени количини, но најбрзо ме опиваат различни коктейли па затоа воопшто и не ги конзумирам, а и не ги сакам.

Бар Код: Верувате ли во храна како афродизијак или како сексуална предигра?

Каролина: Па кажуваат дека одреден тип на храна дејствува како афродизијак, но не би можела да поделам со вас ниту едно мое искуство.

Бар Код: Која храна ви е најкомплицирана за конзумирање?

Каролина: Онаа која е потешка и мрсна. Комплицирана ми е затоа што после таков оброк сум поспана и уморна.





pointe.cz

THE FUTURE OF CLUBBING

NEWSEASON

2009

club @ colosseum

култура

Рестораните со франшиза- надеж за МАКЕДОНСКОТО УГОСТИТЕЛСТВО

Кога пред повеќе од 10-тина години угостителите го “вртеа” муабетот за отворање ресторани и кафулиња со франшиза, на нив се гледаше со скепса. Ако и денес го отпочнете истиот разговор не верувам дека ќе добиете многу поинаков одговор, имајќи ја предвид нивната угостителската суета. Но, очигледните успеси на неколкуте лиценцирани објекти во земјава се факт кој не приближува до светските трендови.

Пишува:
Ана ЗАФИРОВА



Кога ќе дојдат странци во Скопје, задолжителна дестинација, како дел од запознавањето со нашата култура, е гоштевањето по угостителските објекти со традиционална кујна. Обично на мени им нудиме тавче гравче, мусака, домашно лепче, пинџур, ајвар, буреќ, симит погача, залиени со македонско вино или ракија. Секоја таква предвидлива тура вообичаено завршува со восхит и со комплименти на наша сметка, а со мала забелешка за услугата. Но, тоа за нас не е доволна мотивација.

Егзотиката на нашиот вкус веќе одамна престанавме да ја чувствуваме. Се она што е интересно за странците нам одамна ни е здодеано, видно, доживеано. Иако пофалбите се јадица за создавање на производи кои ќе се наша препознатливост на светската гастрономска мапа, како да не се стремиме во таа насока. Додека светските угостителски брендови “се населуваат” во нашите краишта, се уште не успеваме да го извеземе препознатливиот македонски вкус како адут за угостителска добивка. Сепак, првите позиционирања на светските синџири

на угостителски објекти во нашето опкружување се срамежливи и пополека ја менуваат структурата на понудата и на побарувачката во тој бизнис, а се чини дека и влијаат врз нашата свест.

Се започна пред повеќе од 11 години кога првпат застанавме во ред за еден од производите на Мек Доналдс, американскиот заштитен знак. Ни се обратија ведрите лица на продавачите за да ја слушнат нашата порачка, а ние бевме изненадени од она што го видовме во мениот и што го добивме како услуга. Тогашните пионерски чекори денес одговорните за овој синџир во Македонија можат да ги запишат во категоријата на големи успеси. Проверените принципи на функционирање кои се спроведуваат во 30000 ресторани во светот и тука профункционираа.

„Не беше лесно да се влијае на навиките за исхрана на луѓето во Македонија ако се има на ум дека тука постојат икони како буреќ, кебап, симит погача, а кои се присутни со векови. Ние започнавме со поинаков концепт, многу поразличен



од постоечките. Иако во почетокот постоеше сомнеж, од година во година успеавме да ги увериме нашите гости во темелните вредности на овој синцир препознатливи низ целиот свет по квалитетот, по услугата и по чистотата - вели Владимир Јаневски од Мек Доналдс.

По доаѓањето на овој угостителски објект кај нас, за прв пат сериозно почна да се размислува за стандардизација на менито и за обука на персоналот. Она што претходно значеше ексклузивност на рецепти на само еден готвач (во втора смена не можете да ги добиете очекуваните рецепти бидејќи готвачот не е ист), пополека почна да се губи. Многумина од тогашниот персонал на Мек Доналдс ја поминаа едукацијата според светските стандарди, а потоа продолжија истите да ги спроведуваат во рестораните на Мек Доналдс или во сопствените бизниси, угостителските објекти кои подоцна сами ги отворија.

Клучната револуција се случи со менување на продажните техники базирани на љубезност, насмевка и почитување, со униформираниоста на персоналот, беспрекорната чистота на објектите и зголемените вложувања во огласувањата и маркетингот. Дури и да не забележивме кога тие стандарди профункционираа, а под кои повеќе не можеме да одиме. Нашите критериуми се кренаа повисоко, а духовитоста на келнерите веќе не беше доволно покривање за лошо измениената чаша, немањето чист чаршав или провевот кој "шиба" од прозорецот што не се затвора добро.

Сепак, поминаа години додека на овој лиценциран угостителски објект не му се придружи некој сличен, со франшиза. Во кафеанските кулоари зачудувачки прозвуче кубанска кујна на скопската гастрономска мапа, но повеќе од една година Ла Бодегита дел Медии не уверува дека одлично функционира и кај нас.

„Ни беа потребни две години додека да ја добиеме франшизата за овој угостителски синцир. Не беше доволно исполнувањето на финансиските услови за да се донесе брендот во Македонија. Како неопходни се пројавија повеќе принципи, нераскинливо врзани со концептот на Ла Бодегита дел Медии.

Целиот персонал беше на обука во Прага, каде што се наоѓа централата за овој синцир во Европа, по што можевме да започнеме со работа. Постојано, во определени годишни квартали, имаме контрола од нив за квалитетот кој што го испорачуваме на нашите клиенти. На тој начин го одржуваме високото ниво на професионалност кое не сместува меѓу ретките кај нас, - вели Борјан Георгиевски од Ла Бодегита дел Медии.

Иако очекувањата беа дека Мек Доналдс ги отвори патиштата за светски синцири кај нас, нашата затвореност како земја во однос на светот, за Ла Бодегита дел Медии, значеше рушење на табуата. Голем број зачини во кои се крие тајната на вкусот на нивната храна кај нас ги нема, па се приморани сами да ги увезуваат. Странските гости слободно се впуштија во изборот на содржините на менито, додека домашните гости се уште стравуваат да излезат од рамките на веќе познатата кујна. Сепак, непознатото си го прави своето, па за нив треба повеќе време и храброст иако Ла Бодегита дел Медии веќе се закитија со титулата најдобар угостителски објект за 2008 год. на ниво на град Скопје, што воедно би значело сигурност во менито и во услугата.

Со такви проблеми не се соочи првиот објект на уште еден синцир на светски кафетерии кој што се отвори кај нас - Ил кафе ди Рома. Како нација која пие кафе во огромни количини, варијацијата на таа тема беше пречекана со огромно задоволство. Овој италијански синцир на кафетерии раководен од Лаваца, а конципиран во духот на „италијанската пауза за кафе“, совршено се вклопи во нашиот менталитет на функционирање. По објектите во Италија, Португалија, Франција, Шпанија, сега ја збогатува



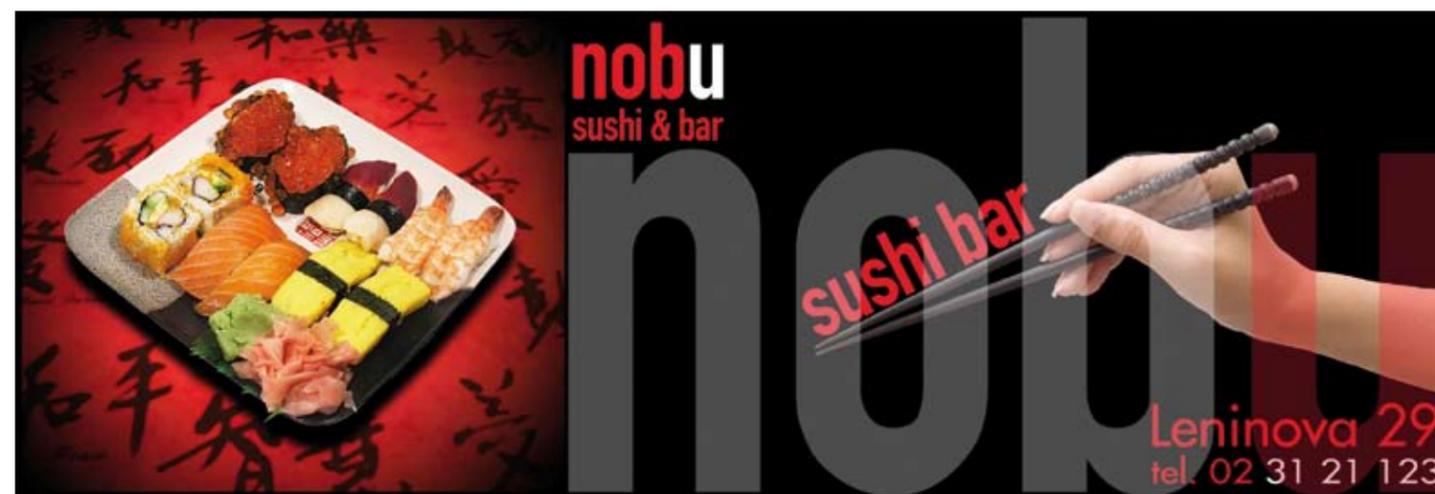
постоечката понуда и во Македонија со кафења со нови иновативни вкусови и мириси.

„Се чувствуваме како мисионери во угостителската дејност кај нас. Главниот адут по кој се разликуваме од останатата понуда е квалитетниот производ. Со партнерите Лаваца кофе шоп, по анализата на пазарот, решивме директно да ѝ пристапиме на публиката без голем маркетинг и таа проценка се покажа како успешна. Стандардизацијата во поглед на ентериерот, на производот и на услугата ја заокружуваат целата приказна на Ил кафе ди Рома, којашто станува пример за останатите објекти во овој град - велат од Ил кафе ди Рома.

Свежината на фактите околу ХАССП стандардизацијата во угостителството е потврда дека објектите со франшиза воопшто немаат потреба од менување на својата структура на работење. Она што е стратешки проблем за огромен број ресторани и кафеани кај нас во овој период, кај овие угостителски јадра е вградено како основен постулат на функционирање. Децениски труд е вложен во создавање на 100 % безбеден и квалитен производ кој е гарантиран со секое лого на светските угостителски синцири, значи сигурност која не смее да се изневери.

Следејќи го развојот на домашната угостителска мрежа, се очекува и развој на нашите сетила. Импровизацијата се потешко проаѓа, а за светоста на хигената, на квалитетот и на услугата веќе не се ни дискутира. Очигледно западното ветре во овој бизнис како да не помести од локалноста во која бевме затворени. Се надевам дека поголемиот бран на нивни влијанија ни следува како единствен начин да го кренеме нивото во таа дејност. Но, се надевам дека поуката е извлечена. Мек Доналдс е заштитниот знак за Америка, Ла Бодегита дел Медии за Куба, Ил кафе ди Рома за Италија.

Дали македонските угостители ќе соберат храброст да бидат амбасадори на сопствената земја преку гастрономската понуда? Најавените амбиции на корпорацијата Дал Фуфо, за создавање на синцир објекти по Југоисточна Европа наречени Дал Фуфо Стоп енд Го, очекуваме да се остварат. Дотогаш останува помирливо да прифатиме собирање комплименти за совршено вкусната храна и пијалок во нашите ресторани, а чија услуга се движи во нагорна линија на развој. Сепак, ако некогаш некои странци ги наведе патот да дојдат кај нас, ќе бидат восхитени од капацитетите кои ги поседува оваа мала и се уште затворена земја.



уште еден шанкерски
прирачник

Светски и европски стандарди во македонското барменство и угостителство

Проект за воведување врвни стандарди во угостителството со акцент на барменството под покровителство на австриската агенција за соработка и развој „Култур контакт“ и под водство на Рајнер Мајрхофер, професор по сервирање на туристичкото училиште во Бад Ишл, кон крајот минатата година беше спроведен во средното угостителско училиште Лазар Танев.

Пишува:

Елена Бошковска



Дали светските и европски трендови на угостителство и угледот и важноста на професијата бармен полека стануваат и македонска реалност?! Ќе го доживееме ли оној ден кога во омилените бар, ресторан или кафуле ќе се чувствуваме беспрекорно сигурно и мирно, во пријатна и хармонична атмосфера? Ќе дочекаме ли овие работи да станат нормална појава кај нас? За среќа, светли точки се назираат на крајот на тунелот. Едукацијата и подигнувањето на нивото на свеста на сопствениците на локалите, бармените, персоналот, но и на гостите, се главните алатки со кои се стигнува до врвни стандарди. Токму таква една едукација изминатите месеци се случуваше во училиштето што произведува кадар за угостителскиот бизнис. Проект за воведување врвни стандарди во угостителството

со акцент на барменството под покровителство на австриската агенција за соработка и развој „Култур контакт“ и под водство на Рајнер Мајрхофер, професор по сервирање на туристичкото училиште во Бад Ишл, кон крајот минатата година беше спроведен во средното угостителско училиште Лазар Танев. Поважно од тоа, секако, е што е предметот на едукација на угостителскиот кадар.

Брз и ефикасен начин во подготвување на пијалаци, како се подготвуваат коктейли, кои се карактеристики треба да ги поседува еден добар бармен, смиреност и љубезност на послугата и при преполн локал и при коктейл за големи групи на гости и организација на барот се само дел од темите на кои се презентирани светските и европски стандарди и искуства.

Дел од програмата и едукацијата објавуваме во Бар Код. Еве дел од принципите и правилата по кои се раководат врвните барски професионалци како и дел од вежбите и тренинзите за потенцијалните бармени и барменки и за ентузијастите.

Баркеер/бармен професија?

Ова прашање всушност не треба ниту да се постави. Оваа професија постои отсекогаш. Од времето кога се служи и произведува алкохол датира и барменството.

Еден добро подготвен пијалак е доживување за гостинот и доказ за одлично познавање односно способност на оние кои го подготвуваат.

Служење

Има душа и има работи,
претстави си еден свет,
кој се состои само од предмети,
еден бар само со маси и столови,
еден голем празен театар,
едно напуштено место на лето,
на сите нив им е потреба услугата на човекот,
услуга која нив им го подарува животот...

Барска филозофија на Ариго Ципирани

По што се препознава еден професионалец?

- работи со бостон шејкери
- гарнитурите во присуство на гостинот не ги допира со раце
- работи "он топ", што значи дека гостинот може да го следи подготвувањето на својот пијалак
- никогаш не ги допира чашите на ивицата од каде што пие гостинот
- речиси да не употребува чашки за мерење, ако ги владее техниките на броење (исклучок: скапи благородни алкохолни пијалаци)
- сите алатки ги враќа назад на предвиденото место- смирен е, иако барот е преполн со луѓе
- користи висококвалитетни основни производи во сите сфери
- ги владее непредвидливите ситуации и има прегледност врз нив
- не прави ништо што не може да заврши
- му се заблагодарува на секој гостин, иако не оставил бакшиш
- и покрај тоа што е суверен во барот, не делува арогантно.

Flair Bartending

(стил на работа кој егзистира 150 години)

Working Flair/Работен стил

Станува збор за брзи, но елегантни движења кои може да се реализираат при сите работи. Чувството за работа од европејците се означува како единствен прифатлив флер стил, иако мора да се каже дека расте воодушевувањето од шоу флер стилот.

Show Flair/Шоу стил

Шишето кружи во воздухот. Во следниот момент тоа е во раката на барменот кој е за цело време насмеан. Мразот лета во форма на елипси во чашата за мешање. Барменот работи секогаш со двете раце и притоа употребува различни мерки за различни пијалаци. За 60 секунди подготвува 4 вида на пијалаци со гарнитуре (декорации).

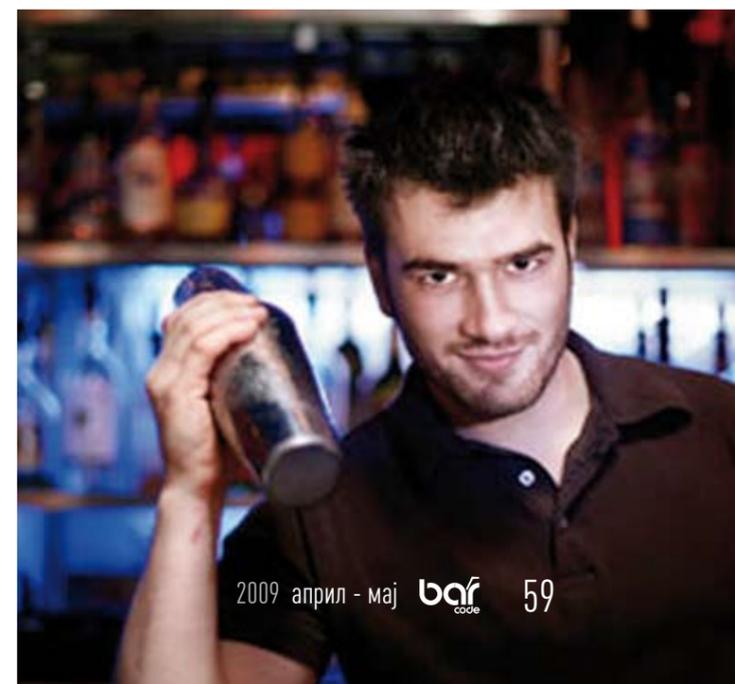
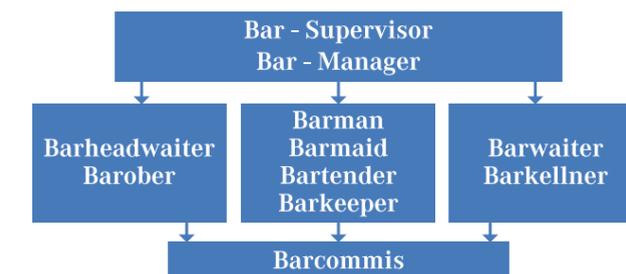
Треба секогаш да се внимава на првото правило: отсипувањето алкохол е неприфатливо!

Кој стил е оној правилниот?

Не постои правилен флер стил, туку само различен.

Покрај општи правила и начела на одликите и техниките на барменството, проектот предвидува и организација на барот и опис на работните обврски за нормално функционирање на истиот.

Персонал на бар Вработени во бар



СПУЏТЕНО

со Тони и Дејан



Barmanager

Ова работно место се среќава во големи фирми и ланци на повеќе барови. Неговите основни задачи се:

- ☒ маркетинг
- ☒ организација
- ☒ контрола

Barman - Barmaid

Работи позади барскиот шанк како миксер. Има најдобар однос со луѓето и сочувствува со другите, важни карактеристики се познавање на човекот/гостинот, дискреција и стабилен карактер. Оваа позиција е поврзана со оптимално стручно познавање кое е предуслов за успешен Барман/Бармаид.

Barheadwaiter

Главен и одговорен за сите маси. Под негова контрола се сите барски келнери и помошници (Barcommis). Во некои локали оваа позиција е хиерархиски на прво место.

Barwaiter

Тој е надлежен исклучиво за сервис пред шанкот.

Barcommis

Помошници Barman на или Barmaid.

За крај, неколку правила и совети за тоа како треба да се работи во еден добар бар.

Работа на бар-Do's (она што треба)

- работи чисто и рутинирано при подготовка на пијалаци
- при приемот на порачката погледни го гостинот во очи

- биди љубезен и брз, одбегни во секој случај долги поздравувања
- заблагодари се по секоја нарачка, особено при приемот на парите
- обиди се да ги препознаеш постојаните гости и да направиш реклама, односно новите гости да ги придобиеш за постојани
- работи со висококвалитетни производи при подготовка на пијалаци

ЗАПОМНЕТЕ:

Секој пијалак е онолку добар колку неговата најлоша состојка!

- по можност стој исправено зад барот, не се наведнувај или потпирај на било кое место.
- прекини го разговорот со гостинот ако дојде нова нарачка
- погрижи се за твоите гости со задоволство, ако ти дозволува времето и со еден смаллталк (неврзан краток разговор).
- не го напуштај своето работно место без замена, ако имаш гости кои седат на шанкот.

Работа во бар

Dont's (она што не смее да се прави)

- Не смее да се зборува за политика, религија, социјални работи, интерни работи во фирмата, гости или колеги од работа.

Молчењето е „злато“

- не се расправај со гостинот и во случај кога си во право
- не преферирај никого, па ниту постојаните гости, умешно посвети им внимание на сите гости
- биди сензибилен на честењето алкохолни пијалаци од гостите бидејќи во добар бар важи забрана за конзумирање алкохол за персоналот (може да се напиеш еспресо или нешто слично)
- не служи пијани гости, покрај законската забрана, тоа сепак остава и лош впечаток кај другите гости-
- не дозволувај гостите да ја нарушат атмосферата. Укажи на погрешно однесување и ако е потребно замоли ги непримерните гости да го напуштат барот
- не учествувај во игри и натпревари
- не јади, пиј или пуши позади барот. И гумите за цваќање и очилата за сонце се исто така забранети (исклучок: бар на плажа)
- не го допирај сопственото тело за време на работата. Допирање на косата и слично важи како нехиенска навика
- не позајмувај пари и не дозволувај „ливчиња со долгови“
- не влегувај во расправи со гостите во случај на рекламација на одреден пијалак. Вкусот е индивидуална работа, можеби гостинот го знае тој пијалак како поинаков.

stilissimo



Најмодерните бои за пролет-лето 2009

Најмодерните бои за претстојната пролет-лето сезона се : зелената, виолетовата, портокаловата, црвената и златната. Но како и да е некои од модните креатори останаа приврзани на помеките нијанси како сивата, бежовата или пак светлите тонови на сината боја. Сите овие нијанси се типични пролетни бои, бои од природата и пејсажите, цвеќињата и небото. Тие го симболизираат буђењето на природата по студената зима. Повеќето од модните креатори претпочитаат да ги користат светлите тонови во нивните колекции, можеби затоа што темните зимски бои веќе им здодеаа, а тие сакаат да го направат животот посветол и повозбудлив! Па, најмодерните бои за оваа сезона пролет-лето се следниве:

Пишува:
Цаци Паковска
стилист



Страстната црвена пенетрираше во скоро секоја модна сфера: облекува, модни додатоци, чевли. Може да се види насекаде и во најразлични тонови. Најверојатно ќе влијае на секој изглед, моден додаток како и на стилот на другите сезони, набрзо станувајќи култна боја.

Црвената е симбол на љубовта и страста, затоа и се наоѓа на првото место на оваа листа. Облеките и модните додатоци во страстно црвена боја ќе ја истакнат природната сензуалност и шармот на жената, нагласувајќи ја женственоста и елегантијата. Во исто време оваа боја е навистина силна и одредена. Носејќи облекува во црвена боја вие ќе



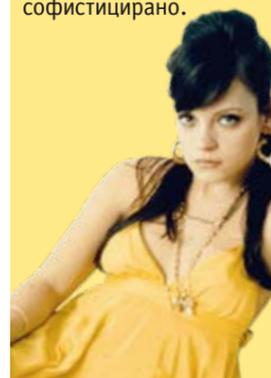
Зелената е екстремно популарна кај модните креатори оваа сезона. Секој од нив ја употребил оваа боја барем на неколку модели. Зелената изгледа шик, ексклузивно и навистина безвременски. Оваа боја е силна, но во исто време атрактивна и екстремно шик.



Златната боја е исто така многу користена од модните креатори, но највеќе за модни додатоци, за чевли, колани и чанти. Златните модни додатоци изгледаат луксузно и можат да се носат со фустани во бежова и црна боја. Златната боја е модерна и го рефлектира природниот сјај на жената.



Светло жолтата и портокаловата и доликуваат на пролетта и летото и силно ја искажуваат позитивноста и радоста, ја детерминираат довербата кај жената која е свесна за себе, среќна и многу убава. Таа е свесна за фактот дека сите погледи се вперени во неа. Таа изгледа прекрасно и софистицирано.



Виолетовата беше присутна и оваа зима, но оваа боја е се уште присутна на модните писти. Може да се комбинира со циклама или светло розова боја за да создадете навистина прекрасен ефект, кој нема да помине незабележан. Виолетовата боја е за силните жени кои се ценат самите себе и кој обрнуваат внимание на деталите. Оваа е совршена боја, ако сакате да изгледате привлечно, но во истовреме мистериозно и оригинално.



Бежовата, како и другите пастелни бои се толку многу користени од модните креатори. Тие се нежни и еlegantни, а и прилегаат на секоја жена која знае правилно да ги искориста. Одлични се за формални и секојдневни комбинации, но исто така прилегаат и се ултра свечени тоалети, кои можеме да ги видиме на црвениот килим. Освен тоа, овие нијанси лесно се комбинираат и со други парчиња. Значи, ако сакате во исто време да изгледате забавно и елегантно, пастелните бои се идеалниот избор.



Класичната црно-бела комбинација е секогаш во мода, особено за вечерните излегувања кога елегантијата и шармот се задолжителни. Белата е боја на чистотата и хармонијата, а црната означува елегантија и софистициранот. Кога се комбинираат овие две бои резултатот е зашеметувачки-модерен, елегантен и ексклузивен.



Светло сивата ужива огромна популарност сезона по сезона. Тешко е да пронајдете продавница која не нуди сиви облекува или модни додатоци. Тие се насекаде бидејќи сивата се смета за една од најелегантните бои заедно со црната и белата боја. Оваа боја и понатаму ќе биде модерна поради неодоливиот шарм и рафинираност.



Елегантната кафена е боја која е одлична за секоја сезона. Ја употребуваат за облекува како и за модни додатоци. Изгледа елегантно, но не толку строго како црната боја. Кафената е неутрална боја која одговара за секаков изглед, од секојдневен до елегантен.



Како што можете да видите, боите на пролетта и летото се навистина светли и изразени! Тие се за самоуверени жени, но се надевам дека се дури и оние кои не се толку свесни, ќе станат посамуверени, благодарение на бојата на својата облекува.

здравје

Насмевката не прави ВЕЧНО МЛАДИ

„Намуртете се и ќе се намуртите сами”, „но, насмевнете се и целиот свет ќе се смее со вас.” Но, не успева било која насмевка. Прочитајте како да дојдете до онаа вистинската, заразна насмевка која го разубавува секој романтичен состанок, склучува договори и привлекува пријатели каде и да сте.

Чекори

Внимавајте на хигиената.

Доколку имате храна заглавена помеѓу забите, може да се каже дека имате заразна насмевка, но, заразна во вистински смисол. Не би требало да споменуваме, но редовното четкање на забите и освежување на здивот се предуслови на убавата насмевка. Ако забите ви се обезбоени, одете на професионално полирање или белење на забите и негувајте ги усните, за да не испукаат. Кога се смеете, погледите се насочени кон усните. Затоа, овие совети ќе ви помогнат да оставите подобар впечаток, а што е уште поважно, со здрава уста, смеењето е уште послатко.

Насмевката го разубавува лицето

Чувствувајте се убаво додека се смеете. Многумина не се чувствуваат пријатно со насмевка на лицето. Веруваат дека немаат убава насмевка, или пак, мислат дека насмевката ги прави непрофесионални и ранливи. Вистина е дека насмевката малку ја разоткрива нашата чувствителна страна, но ова всушност ја прави и навистина многу моќна. Без разлика колку и да мислите дека сериозниот изглед (или, уште полошо, намуртениот изглед) прави да изгледате професионално, интелегентно или во контрола на работите околу вас, луѓето секогаш реагираат подобро на насмевка.

Размислувајте позитивно.

Среќата е најлесниот начин до убава насмевка. Но, не секој е постојано среќен. Затоа, барем размислувајте позитивно. Мислете на личноста која посебно ви значи или, пак, присетете се на вицот што

Пишува:

Спец. М-р Радмила Димовска
Круна МС



отсекогаш ви бил смешен. Насмевката може да ве развесели доколку не се чувствувате убаво, дури и доколку во почетокот присилно ја намамите.

Смеењето е заразно.

Насмејте се со очите. Насмевката предизвикува ментална слика на уста, но очите всушност може уште повеќе да придонесат за топла и убава насмевка. Тешко е да се објасни насмевнувањето со очите. Јаболчиците малку се подигнуваат, а веѓите малку се снижуваат кон очите. Штом го видите овој израз на лицето, едноставно знаете дека личноста се насмевнува со очите. Очите едноставно светкаат. Почувствувајте како би било да се насмевнете со очите; застанете пред огледало и вежбајте ја насмевката, но притоа фокусирајте се само на очите. Доколку сметате дека би ви помогнало, ставете лист хартија преку долниот дел од лицето. Експериментирајте малку и ќе увидите дека можете да се насмевнете со устата, но не и со очите, и обратно. Запомнете какво е чувството кога се насмевнувате со очите; кои мускули ги употребувате и како. Со време, ќе можете да се насмеете со очите во било кој момент.

Создајте своја насмевка.

Не сте многу задоволни од својата насмевка? Не сте единствените. Вистина е дека насмеаното лице е подобро од намуртеното, но вистина е исто така дека одредени насмевки се поубави од други. Која е вашата најубава насмевка? За да откриете, разгледајте фотографии каде се смеете. Многумина од оние кои сметаат дека не се фотогенични лошо се насме-

внуваат на апаратот. Но, скоро секој може да најде своја слика каде убаво и заразно се смее. Најдете ја таа фотографија и проучете што всушност правите со лицето. Потоа, вежбајте го истиот израз. Обидете се да запомнете какво е чувството додека ја имате на лицето таа насмевка, за да можете да се насмевнете на тој начин и без огледало во рацете. Наскоро ќе се уверите дека изгледате многу повеќе фотогенично на следните фотографии. Доколку сакате да ја подобрите насмевката, разгледајте фотографии каде сметате дека луѓето убаво се смеат. Исто така, размислувајте позитивно и запомнете дека поседувате внатрешна и надворешна убавина. Лицето ви го краси уште поубава насмевка кога се чувствувате убаво.

Совети

Перфектните заби се задолжителен предуслов за убава насмевка.

Не треба да се чувствувате непријатно и да избегнувате да се насмеете доколку сметате дека немате убави заби. Ако сте од оние што ја кријат устата при смеене, побарајте помош од естетската стоматологија.

Насмевката започнете ја со очите. Доколку увидите дека секогаш кога се насмевнувате со устата, очите ве издаваат дека не ви е до смеене, обидете се со вежбите пред огледало. Штом се насмевнете со очите, целото лице се растегнува во природна и убава насмевка.

Најверојатно имате слушнато за “заразни” насмевки. Феноменот постои од проста причина. На-

смеаниот човек мами насмевка на лицето на сите околу него. Насмеаните лица носат свежина дури и во најтешките моменти. Нормално, не треба да се смеете за време на погребни, бидејќи ќе постигнете спротивни резултати - намуртени и гневни соговорници.

Обидете се со лесна насмевка; при лесното насмевнување усните се затворени и ги кријат забите. Оваа насмевка е најдобра и за флертување - лесна и заводлива.

Доколку некој од забите стрчи надвор од усните кога се смеете, едноставно внимавајте и усните поставете ги преку него. Најсигурно ќе се чувствувате ако побарате помош од Стоматолог.

Предупредување

Вештачката насмевка ви дава извештачен дури и опасен изглед.

Вештачката насмевка ви дава извештачен дури и опасен изглед, затоа прво мислете позитивно, а потоа насмејте се. Говорот на телото ги отсликува внатрешните чувства. Често е полесно да го сменеме расположението, отколку да се трудиме да го контролираме говорот на телото. Беспричинското клештење може да измами само чудни погледи. Затоа, насмевката нека биде мала и природна.

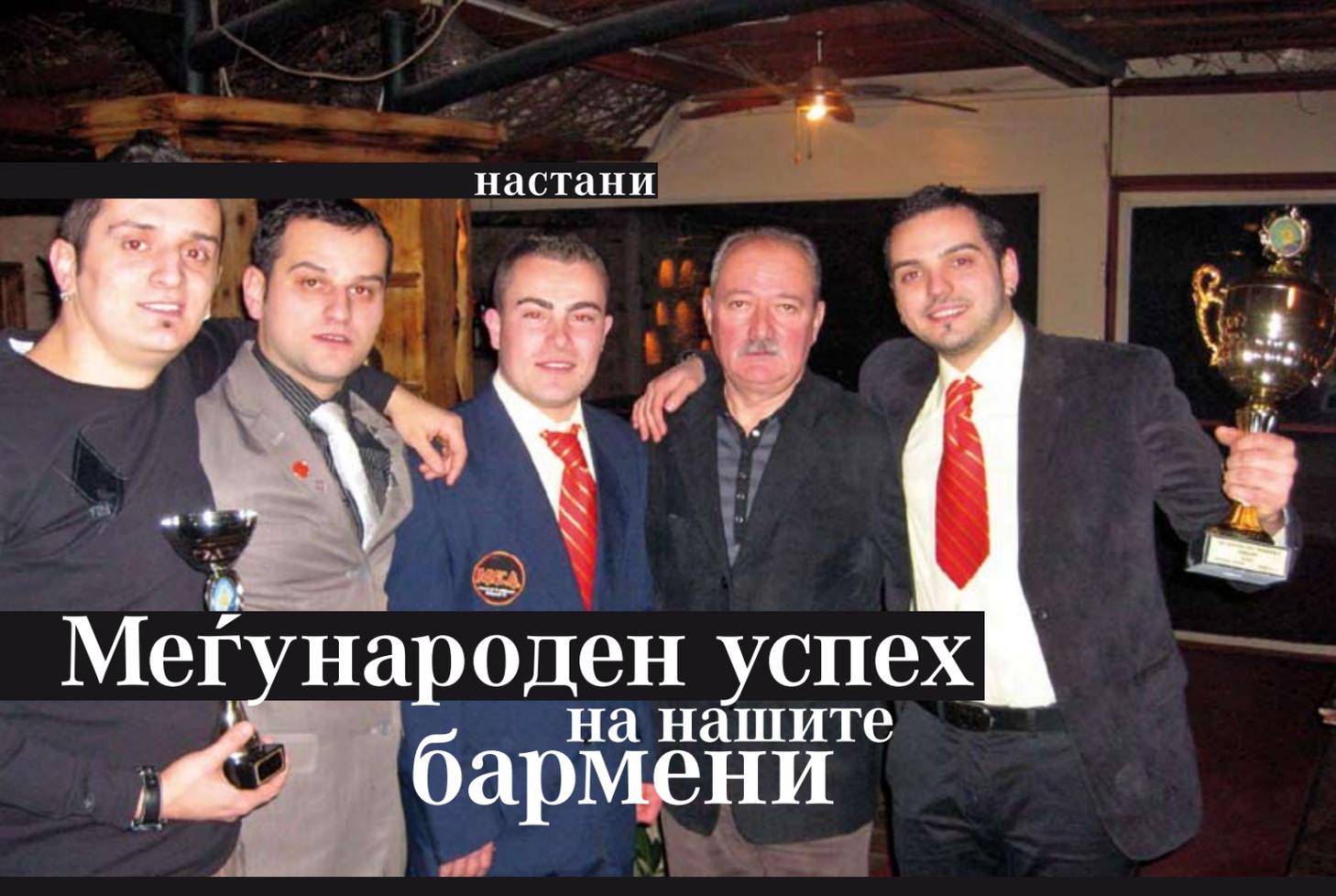
И внимавајте на лошиот здив и остатоците од храна помеѓу забите - таквата насмевка ги плаши луѓето околу вас...

Нов ласерски третман за белеење и...

ПОКАЖИ ЗАБИ

ПОПУСТ 10%
ЗА ЧИТАТЕЛИТЕ НА
BAR CODE

настани



Меѓународен успех на нашите бармени



Пишува:

Филип Арнаудов

здружение на бармени на Македонија

Од 12 до 14 февруари 2009 се одржуваше Црногорското државно првенство на бармени и меѓународниот натпревар на бармени Трофеј Монтенегро.

Здружението на бармени на Црна Гора или Удружење бармена Црне Горе УБЦГ е едно од постарите здруженија на бармени на овој регион или во поранешна Југославија. Интересен податок за нив е дека тие беа примени во ИБА - Интернационал Бар-тендерс Асоциацион пред Црна Гора официјално да биде признаена како самостојна држава. Кога сме кај Здружението на бармени на Црна Гора не смееме да го забораваме нејзиниот основач господинот Мирко Ивковиќ. Тој беше најголемиот ентузијаст и работник на полето на барменството и угостителството во регионот на поранешна Југославија и пошироко. За жал, тој ненадејно почина минатата година и претставува голема загуба за црногорското угостителство. Тој беше голем пријател на ЗБМ и човекот што најмногу помогна за нашето членство во ИБА.

Веќе стана традиција да бидеме гости на Црногорското државно првенство на бармени, па така и оваа трета година по ред членови на ЗБМ беа во Будва. ЗБМ ја претставуваа Јовица Наков и Јовица

Србиновски кои беа и учесници на меѓународниот натпревар Трофеј Монтенегро.

Победник на националното првенство на Црна Гора во класично подготвување коктели е барменот од хотелот Спленидид Емил Ајдерпашиќ, а во флорентинг-категијата по четврти пат, нашиот пријател Предраг Пеца Видиќ.

За нас е најважно тоа што за прв пат од еден меѓународен натпревар се враќаме со злато. На меѓународниот натпревар Трофеј Монтенегро првото место, во конкуренција од бармени од Словенија, Хрватска, Србија, Црна Гора и Македонија, го освои членот на ЗБМ Јовица Наков. Со ова нашиот труд изминативе години полека излегува на површина и се надевам дека и во иднина бармените од ЗБМ ќе освојуваат и други медали.



БРЕНДИРАЊЕ ВО МАЛИ ДОЗИ!

- * Повеќе 10 години искуство во опслужување на различни клиенти: од големи компании, владини агенции, факултети до мали и семејни бизниси, ресторани, артисти и музичари.
- * ПРИНТ
Ќе ви помогнеме да ги прилагодите вашите идеи за печатење, ќе креираме професионални графички решенија, вашите материјали брзо, прецизно и квалитетно ќе ги испечатиме и истите ќе ги аплицираме на секаква подлога.
- * БРЕНДИРАЊЕ
Креативни решенија за ефективен идентитет на вашата фирма или производ со цел и вие достоино да ги презентирате вашиот имиџ и вашиот бизнис.
- * Печатење на хартија и PVC во голем формат, лепење на сид, стакло и други површини, пластифицирање, брендирање на возила, светлосни реклами - внатрешни и надворешни, униформи, маици и капи со ваше лого или уникат, печатење на менија, постери, брошури, етикети, церади, банери, знамиња, билборди, печатење на чаши и чинии, беџови...

© 2008, X-pressive graphics

Најскапите пива на светот

И во овој број на Бар Код ќе се обидеме да ви доловиме еден посебен сегмент при уживањето на пивото како пијалок. Овој пат направивме едно мало истражување на најскапите и најстари пива на светот. Сте се запрашале ли некогаш која цена би можело да достигне некое пиво воопшто или ако се скапи зошто се навистина толку и дали од вашиот буџет би издвоиле толкава сума само за едно шише пиво?

Пишува:

Марјан КОСТАДИНОВСКИ

Beershop



TUTANKHAMEN BREW

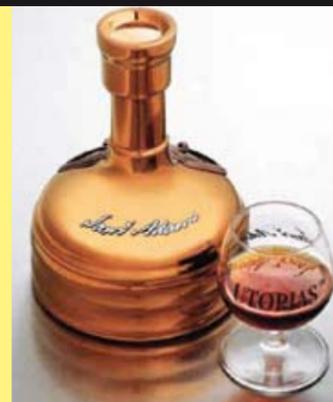
TUTANKHAMEN BREW е пиво со врвен квалитет, но можеби и најстарото на светот. Имено рецептот за ова пиво е направен според начинот на производство кој го открил тим на археолози/египтолози од Универзитетот Кембриџ во Храмот на сонцето на кралицата Нефертита во Египет. Тие пронашле мала пиварница на аголот од храмот на Сонцето и се верува дека ја направил кралот Акхенатон, Тутанкамоновиот татко. Археолозите побарале совети од пиварници од Шкотска, а самото пиво се произведува во лаборатории на Кембриџ. Чини околу 52 долари за една флаша и има ограничено производство.



SAMUEL ADAMS UTOPIA

SAMUEL ADAMS UTOPIA, ова пиво се произведува во Бостонската пиварница и е наречено по еден од основачите на Америка, Семјуел Адамс. Се работи за второто најскапо пиво на светот. Една флаша од 0,7 литри достигнува и до неверојатна цена од 100 долари. Се продава во бакарни боци кои личат на котли во кои се прави пивото.

Уделот на алкохол во Сам Адамс Утопиа изнесува 25%, што го прави и пиво со најмногу алкохол на светот и се наоѓа во Гинисовата книга на рекорди. Процесот на правење на пивото трае и до 12 години што му дава дополнителна тежина и единствен вкус. Производството е ограничено на 8000 флаши годишно.



SAMICHLAUS BEER

SAMICHLAUS BEER е едно од најсилните лагер пива воопшто. Неговиот процент на алкохол достигнува и до 14 % и 32" екстракт, а познато е и како "Санта Клаус Беер" (од Швајцарско-германски дијалект од Цирих од каде што се произведува). Поради овој процент на алкохол влезен е во Гинисовата книга на рекорди. Се произведува еднаш годишно и тоа на 6 ти Декември и стои во буриња 10 месеци пред да се флашира. Користи строго природни состојки и најстрого се придржува кон Законот за чистота на пивото од 1516 година. Се смета за едно од најретките пива на светот. Има темно црвена боја. Прв пат е произведено во 1980 година



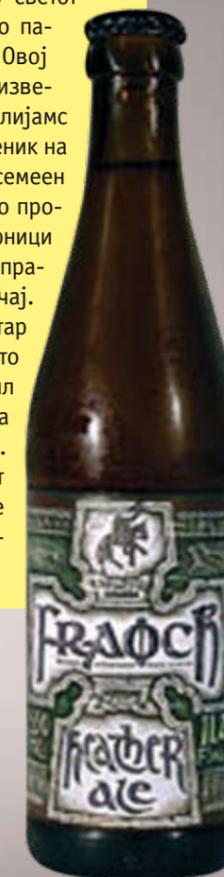
VIELLE BON SECOURS

VIELLE BON SECOURS, е името кое стои на шишето на третото по ред најскапо пиво на светот. Едно буре чини околу 1000 долари и може да се најде само во лондонскиот бар Биердроме. Ако не ви треба целото буре (само 20 литри) една пинта од околу (0,47 литри) ќе ја платите само 78 долари. Некои го сметаат и како Ролс Ројс на пивата. Ситница нели!



FRAOCH HEATHER ALE

FRAOCH HEATHER ALE - Ексклузивноста на овој Шкотски ејл е дека се произведува сеуште по 4000 годишна традиција и рецептура и е еден од најстарите стилови на ејл кои се произведува во светот воопшто. Стар галски рецепт со пагански обичаи и традиција. Овој стил е речиси и подзаборавен извесен период се додека Брус Вилијамс производител на пиво и сопственик на продавница не стигнал до овој семеен рецепт и почнал повторно да го произведува, Само неколку пиварници во Шкотска имаат дозвола да го прават пивото по тој пагански обичај. Рецептот бил напишан на стар Шкотски дијалект и по неговото преведување Вилијамс проценил дека му се потребни седум часа за да го произведе овој пијалок. Всушност сите пива кои доаѓаат од Шкотска се интересни дека се со долга историја полна со митови и легенди.



bar code light

БУРЈАК	КОКТЕЛ: ВОДКА КОНТРЕ, СИРУП КРЕНБЕРИ, СИРУП ОД ЗЕЛЕН ЛИМОН	РАСТОВИ НАПРЕДОЦИ НАКАУНАЊА	БЕЛГИЈА	ВИД ЛИКЕР (КАЈСИЈА)	КИНЕСКО М. ИМЕ (БРУС)	ЕДНА НАЈА (ТЕДИЛНИЦА)	ХЕМИСКИ ЕЛЕМЕНТ	ЛОВЕКО КУЕ (МН)	ЕНЕРГИЈА	БАР КОД
КОКТЕЛ: БЕЛ РУМ, ЦЕДЕН ЛИМОН, КОКА КОЛА										КОКТЕЛ: ТЕКИЛА И ЦЕДЕН ЛИМОН
ОЛИВЕР СТОУН			СУВО ЦРНО ВИНО, НОИР ФУДБАЛЕР НА ТОТЕНХЕМ						1000 РИМСКИ ПРОМЕНЛИВИ НЕ ПОСТОЈАНИ	
БАВЕН ИНЕРТЕН					МОДЕЛ НА ФИАТ "ЈУ" ФАБРИКА ЗА КОЛИ ОД СЛОВЕНИЈА					
КОКТЕЛ: ОД БЕЛ РУМ, КАФЕАВ (Е)ЕР, ЦЕДЕН ЛИМОН, ГАЗИРАНА ВОДА И НАНЕ							РИМСКИ ЦАР ЛУЦИЈЕ (161) КОКТЕЛ-ВОДКА БЛУ КУРАКАО, СПРАЈ			
ПОКАЗЕН ЗБОР						РОЗОВ (АНГЛ) УНИТЕД СТАТЕС ОФ АМЕРИКА				
ФОСФОР		ЕДЕН ОД ОСНОВАЦИТЕ НА РИМ ВИД ИРСКИ ЛОКАЛ						МУЗИКА НОТА ИЗМАМНИК		
КАТОЛИЦКИ СВЕШТЕНИК					ВИД "ЦИН" БОМБАЈ ТРЕНЕР НА АИКАГО БУЛС КАРЛАЈЛ					
АСТА (ПАНСКА ДОДАВКА ПРЕД ИМИЊАТА)			ОВНИ БАСКИСКА СЕПАРАТИСТИКА ОРГАНИЗАЦИЈА							
СРЕДНОВЕКОВЕН НАЗИВ ЗА ВИТЕЛИТЕ НА ПИРИНЕЈСКИОТ ПОЛУОСТРОВ						МУСЛИМАНСКО М. ИМЕ (ТУЦА)				
ТОН		АЛКОХОЛЕН ПИЈАЛАК ОД АГАВА АЛКОХОЛ, СЛА ДОК ПИЈАЛАК							АВСТРИЈА ЛЕКАРИ ЗА БОЛЕСТИ ОД РАК	
ПОТТИК ПОТСТРЕК					"БОЈА" НА КАРТИТЕ (ПАНСКО М. ИМЕ)					
НИКЕЛ			НАЈА (АХИСТКА НИКОЛОВСКА ЛОС АНГЕЛЕС)							
БАР КОД	МУЗА НА ИСТОРИЈАТА ОСТРОВ ВО ГРЦИЈА					НАДИМАК НА УНКОВСКИ АКУТЕН КОРОНАРЕН СИНДРОМ				
ВТОР ПО ГОЛЕМИНА ПРИРОДЕН САТЕЛИТ НА САТУРН				СЛОНОТ НА ТАРЗАН ПЕСНА ОД АРСЕН ДЕДИ						
ОРЕГОН			ВИТЕЛКА НА ЕВР. ДРЗАВА ВИД НА ХРАСТ						ЛАВ ТОЛСТОЈ ВИД МАКЕДОНСКО ПИВО	
МАКЕДОНСКИ АНТИКИ БОГ НА ВИНОТО							НАСЕЛБА И ОПСТИНА ВО ФРАНЦИЈА ЗДРАВСТВЕН ДОМ			
КИСЛОРОД		ГЕРМАНСКА ЕЛЕКТРОНСКА КОМПАНИЈА ЕЛЕКТРОН				УКРАИНСКА ИНДУСТРИЈА ЗА ВОЗИЛА АЗОТ				
КОКТЕЛ: ВОДКА, АРЪЕРС, ОУС, ГРЕНАДИН										



И најдоброто може да биде уште подобро



Природата на гланка