

bar code

СПЕЦИЈАЛИЗИРАН МАГАЗИН ЗА УГОСТИТЕЛСТВО

АГУСТ / СЕПТЕМВРИ 2009

Цена 100 ден.

ГАСТРОНОМИЈА

**ГАСТРОНОМСКИОТ ИСТОК
И НЕГОВОТО ВЛИЈАНИЕ
НА СОВРЕМЕНИТЕ КУЈНИ**

БИЗНИС

**ВОДКА - ГОРДО НА ВРВОТ
НА ХИТ ПАРАДАТА**

INTELLIGENT MANAGEMENT

**ЦЕЗАР САЛАТА
Е ЦЕЗАР САЛАТА**

КАФЕ

ИСТОРИЈАТА НА КАФЕТО

ТRENДОВИ

**ПАКУВАЊЕ: ГРАНИЦИ
НА ИНОВАЦИИТЕ**

ISSN 1857-6370



TIKVEŠ
ALEXANDRIA
Cuvée



Уживајте во виното одговорно



DRINKING RESPONSIBLY IS A BLACK AND WHITE ISSUE.

JACK DANIEL'S and OLD NO. 7 are registered trademarks. ©2007 Jack Daniel's. Tennessee Whiskey Alcohol 40% by Volume (80 Proof).
Distilled and Bottled by Jack Daniel Distillery, Lynchburg (POP. 361), Tennessee.

Содржина

- 
- 06 tequila sunrise
Сјајна звезда што молскавично го освојува светскиот пазар
- 08 гастрономија
Гастрономскиот исток и неговото влијание на современите кујни
- 11 фер трјд
Вино
- 12 психологија на излегувањето
Држењето на чашата ја открива личноста и карактерот
- 14 место
X-otic beach
- 16 прва класа
Радика - Summer Holidays
- 18 коктели
Летни коктели
- 21 barcode light
- 22 бизнис
Водка - гордо на врвот на хит парадата
- 26 intelligent management
Цезар салата е Цезар салата
- 28 настани
Собир на најстарите скопски кафеанции
- 30 кафе
Историјата на кафето
- 32 настани
Ноќ на луксуз
- 34 култура
Книги
- 36 настани
Српски сомелиери во посета на Тиквеш
- 39 fresh ideas
Македонска винарија со поинаков пристап
- 45 промоција
Градска кујна
- 47 промоција
Ал Форно
- 48 здравје
Неодминливите летни совети
- 50 култура
Историја на коктелите
- 52 вино
Зачинето вино - Ширас
- 55 трендови
Пакување: Границите на иновациите
- 60 лондон репорт
Лондонскиот вински саем (2 дел)

Купон за
претплата
штедете
време
20%

Да, прифаќам да се претплатам 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. Френклин Рузвелт бр.14 Скопје или по e-mail на **barcode@barcode.com.mk**



ВОЗЕЛНИК

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 Зафирова

Бојан Манушев

Бујар Муча

Цаци Паковска

Дарко Ангелески

Елена Бошковска

Филип Арнаудов

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.mk

info@barcode.com.mk

Летниот угостителски период започна со дожд. Угостителите, особено оние од Охрид беа по малку разочарани, организаторите на голем број настани под отворено небо во паника ги презакажуваа датумите по неколку пати. Сепак, работите тргнаа, и оваа година како и секоја друга, одново, како прв пат, им се радуваме на стандардните летни случувања - гостувања на странски ДиЦеи под отворено небо, мохито и релаксирани излегувања.

Во овој број на Бар Код, во стандардните рубрики ги откриваме трендовите во конзумацијата на алкохолните пијалоци преку вотката и текилата, влијанијата на истокот, не само преку храната, туку и преку кафето, посветуваме внимание на креирањето на рецептите и менијата во ресторантите, но и презентираме неколку нови објекти во Скопје.

Како и секогаш апелираме на културата на излегување, сегментацијата на објектите според нивната целна група и одново и одново инсистираме на одговорност при конзумирањето алкохол.

Во опуштено летно расположение - ви пожелуваме пријатни летни одмори и свежо враќање во реалноста по нив.

Сјајна свезда што молскавично го освојува светскиот пазар

Текилата е еден од најважните латино-американски пијалаци низ историјата. Животен симбол на мексиканската култура и пијалак кој бележи континуиран раст. Стапката на раст на продадената количина на одредени интернационални пазари е предвидено да надмине 20% во годините што доаѓаат.



Подготвил:
Горан ИГИЌ



Текилата е еден од најважните латино-американски пијалаци низ историјата.- животен симбол на мексиканската култура и пијалак кој бележи континуиран раст. Стапката на раст на продадената количина на одредени интернационални пазари е предвидено да надмине 20% во годините што доаѓаат.

Текилата е вечен пијалак и симбол на живе-ење на Мексико. Нејзината рас пространетост за среќа одамна ги има надраснато границите на оваа латино-американска земја. Брзината со која се шири присуството на текилата на светската мапа е неверојатна. Индустриса за жал пати од недостиг на географска разнообразност во смисла на извоз. САД брои 75% од извезените количини во 2007 година, а Европската Унија само 15 проценти. Со други зборови, вкупна бројка од 135 милиони литри припаѓа на ставката извоз. Новите земји, во кои овие пазари се во развој, какви што се Бразил, Русија, Индија и Кина (БРИЦ) претставуваат важен извозен потенцијал. Растот на нивните пазари во поглед на количина може да достигне и до 20%.

Во Мексико веќе се дефинирани поголемите фирмии кои произведуваат текила за извоз. Таквите големи фирмии постепено се привлекуваат и странски инвеститори: Sauza (Beam Global), Herradura

(Brown Forman), Cazadores (Bacardi). Други странски инвеститори имаат исто така важни позиции во земјата: Viuda de Romero (Pernod Ricard)...Најголемата фирма од овој тип се вика Cuervo. Се работи за фамилијарна компанија со генерации наназад. Овој производител на текила има потпишано меѓународна спогодба за дистрибуција со број еден компанијата за алкохолни пијалаци во светот Диагео. Текила индустриса секојдневно расте и привлекува нови инвеститори, меѓу другото и со динамичното темпо на иновации.

Оваа индустриса се фокусира токму на процесите на иновации, но и на висококвалитетни финални производи. На пример, во 2008 година, компанијата La Martiniquaise излезе на пазарот во Франција со нов бренд на текила, Tezcal, достапен во бела и ре-посадо варијанта. Во САД, пак Pink Spirits Company лансираше ултра премиум текила, подготвувана во трикратен дестилацијски процес. За да ги задоволи растечките побарувања на премиум продукти, Националната комисија за стандардизација дозволи креирање на четврти вид на текила, Extra Añejo - за продукти кои зрееле во буре повеќе од три години. Оваа нова категорија ќе ја направи понудата уште поразновидна во пакет со коњакот и вискито.

Репосадо текила

Репосадо текила е првиот вид на временски зреен текила. Пред да се најде во понудата на пазарот, репосадо текилата во подготвителниот процес зре од два месеци до година дена во дабови бачви или буриња. На овој начин се добива подобра текила со побогат и покомплексен вкус. Што подолго старее, бојата на пијалакот е потемна и дрвото повеќе влијае на аромата. На репосадо текилата и припаѓа повеќе од 60% од вкупната продажба на овој пијалак во Мексико.



Структурирана организација на трговијата, фокусирана на иднината

Создадена во декември 1983 година, Организацијата за трговија со текила - le Consejo Regulador del Tequila (CRT) - има важна улога во однос на сертификација на продуктите и заштита на потеклото и името на текилата како еден од ретките латиноамерикански продукти кои ја постигнале географската индикација на потекло во европска смисла на значење на терминот. Борбата за заштита од фалсификување на национално и интернационално ниво, е една од главните мисии на CRT. Оваа активност е особено важна во Мексико каде што се проценува дека продажбата на фалсификувани алкохолни пијалаци во одредени случаи брои и до 40% од вкупните продадени количини. CRT има своја официјална делегација во држави надвор од Мексико, со посебен акцент на Европа и Северна Америка. Помеѓу другите приоритети, CRT инвестира во промоција и градење на текила култура. Во соработка со Националната комора на текила индустриската (НКТИ), CRT воспоставува програма во 2003 година под името El Distintivo T, со главна цел - сертифицирање на брендовите, востановување на места на кои ќе се служи текила (кафулиња, хотели, ресторани) и обезбедување на услуги, на национално и интернационално ниво. Distintivo T организира тренинзи на персонал во контакт со потрошувачите. Ова исклучува тренинзи по прашање на историјат на текилата заедно со регулативи кои се однесуваат на процесот на производство на текила, агава и препораки на вкусување. Тренинзите вклучуваат едукациски и еколошки пристап (рециклирање на празните шишиња).

Туристички проекти

Туристичките аспекти поврзани со текилата комбинираат развој на презентација на патот на добивање на овој пијалак и на пејзажи на агава хациенди кои од неодамна се под заштита на УНЕСКО. Целта е да се оптимизира и карактеризира регионалното наследство кое се однесува на агава-текила секторот (садење на агавата, инсталации, поранешни хациенди). Овие иницијативи вклучуваат јавно-приватни партнерства.



Шпанските колонисти први произвеле текила од билката сина агава

Билката сина агава која е толку распространета на пацифичкиот брег што речиси да расте како коров е „тајната“ состојка од која се добива текилата. Шпанските освојувачи биле првите производители на овој пијалак. Тие најпрвин го џвакале мекото срце од агавата, а потоа ја конструирале и првата дестилерија. Шпанските колонисти строго забранувале производство на алкохол, за по некое време да попуштат во тој поглед и да дозволат не само продукција туку и продажба на алкохолни пијалаци во главниот град на Мексико, Мексико Сити. Кога Мексико во 1821 година се здобива со независност, продажбата на Шпанија отежнува. Во 1911 година текилата е прогласена за национален пијалак. Денес таа претставува популарен пијалак во сите подобри клубови во светот. Текилата се пие ритуално така што се лиже малку сол ставена на делот од раката меѓу палецот и показалецот, со забите се загризува парче лимон и сето тоа се залива со острот пижак.

Главната сировина за добивање на текила, сината агава има 26 подвида. Сините меснати листови заокружени со остри боцки мора да бидат 100% здрави и израснати до 50 сантиметри. Срцето на агавата се чисти и бавно се пече на температура од 60 до 80 степени. Овој процес трае од 50 до 72 часа колку што е потребно за да омекнат влакната, да се избегне карамелизација и да се издвои карактеристичниот агава вкус. По завршувањето на процесот на печење (некои производители ја варат срцевината на агавата) се додава вода. Под притисок на преса настанува сок кој претставува 100% чиста текила без примеси.

гастрономија



Гастрономскиот исток и неговото влијание на современите кујни.

Пишувач:
Александар ВУЧКОВСКИ



Малку земји и региони во светот можат да се пофапат со својата автентична и автохтона кујна, имајќи предвид дека сите современи кујни потекнуваат или се синтеза на некои претходни, постари гастрономски влијанија. Освен начинот на исхрана кој е поврзан со поднебјето и климатските услови, корените на една кујна се базираат и на религиските, културните и пред се економските карактеристики на еден народ и земја. Ова значи меѓусебно влијание, мешање и размена на техники на готвење, методи, намирници, зачини и рецепти, кои обично мутирале од еден регион до друг. Најчесто посилниот и поголемиот субјект(народ) доминирал во овие наметнувања, како и во секој друг сегмент од општествениот и културниот живот. Но, имаме и таканаречена национална -адаптирана кујна која е пренесена или позајмена, па така се родиле нови кујни кои своите карактеристики и обележја ги должат на некои постари или на времето политички помоќни народи. Се разбира, тие тоа не го признаваат и прифаќаат но тоа и не е така важно. Исто како и со виното и тука станува збор за крајно субјективно-естетска тематика, за која нема правил-

но толкување. Но сепак ако ги погледнеме историските географските, религиските и другите фактори, ќе мора да признаеме и препознаеме одредени влијанија кај современите кујни. Па така додека сите на блаканот мислиме дека поимите чај, кајсија мусака, таан и др. се турски имиња за јадења, всушност грешиме и не го знаеме вистинското потекло на овие поими. Имено, чај е стар хинди збор, кој е прифатен и во јазикот фарси(персиски). Турците го преземале, вкусиле и донеле чајот од персијците а овие пак претходно од древните индиски махаради. Кајсии (со тајков изговор) се одгледувале во стара Персија уште пред да се формираат турските племиња во некаква политичка и административна форма. Понатаму, "автентичната" грчка кујна е само нашминкана арапско- супсајарска комбинација од јадење и зачини. Со исклучок на рибата и морскиот свет кој несомнено го има во изобилство околу нивниот брег другите јадења и пијалоци се адаптирани и присвоени рецепти и техники на готвење од споменатите региони, и малку пошироко на север. Денес знаеме колку тие се горди и чувствителни на својата кујна и колкав

е нејзиниот удел во туристичкиот профит. Како и се друго и тутка Грците место прст зеле цела рака. Арапската кујна како таква исто има многу влијанија од подалечните источни кујни пред се персиската и индиската , но благодарение на нивната специфична топла клима овие влијанија се ограничиле и селектирале на нешто што може локално да се употреби. Европските кујни пред се италијанската и француската , и тоа како им должат на овие стари региони . Пишувавме пред некој број за идеите и комбинациите на јадење,кои Марко Поло ги има видено и донесено во Венеција од неговите долги патувања. Зачините и други мирудии и билки на кои се потпира италијанската кујна исто така потекнуваат од далечниот исток пред се од Индија. Освен анасонот и зелениот рузмарин , сите други билки и зачини потекнуваат од таму. Босилокот кој е основен елемент на регионалните италијански кујни потекнува и го употребувале во Индија уште пред 3000 години. Чубрицата „мајчината душичка, мајоронот, ориганото, на сите татковина им е индискиот полуостров. Одамна веќе се знае дека комерцијалната пица претставува модифицирана форма на индискиот леб парата и наан. Кaj француската кујна ова влијание се гледа во делот на маринади, бујони и суши кое иако не е толку значајно сепак е присутно. Секако дека овие кујни имаат и свои оригинални карактеристики, како што се култот кон сирењето и виното, и нивната употреба во секојдневната исхрана. Македонската кујна не е исклучок од овие глобални гастрономски влијанија, и ние “благодарение” на разни освојувачи и окупатори сме си присвоиле и адаптирале некои донесени рецепти, кои инаетчески толку многу сме ги смениле и збогатиле за овие неповикани гости да не можат да ги конзумираат пред се поради верските барие-ри. На овој начин доаѓало до уште една дистинкција која заедно со јазикот и верската припадност имале важна улога во зачувувањето на посебниот идентитет.



тет. Употребата на свинско месо во јадења каде што претходно стоело јунешкото или овчото е само еден дел од македонското национализирање на индиско-персиската кујна која дошла преку Османлиите а која ние денес мазохистички и погрешно ја нарекуваме турска кујна. Но и покрај овие гастрономски побуни, македонското поднебje и земја нуди свои видови зеленчук , сорти грозје , начини на складирање и конзервирање, техники на готвење, други кулинарски комбинации кои ја креираат автентичноста на македонската кујна, која, потенцираме не била имуна на странски влијанија. Нашата маана(или доблест?) е што за разлика од другите ние тоа го признаваме.

Северните народи ја приспособиле својата исхрана на локалниот растителен и животински свет , но кога зајакнале како кралства почнале да крстосуваат низ светските мориња и тие се инспирирале од источните техники и кулинарски изведби пред се во маринирањето и конзумирање на термички необработени намирници како што се рибата и морската храна.

Земјите од кои поголемиот современ свет гастрономски се инспирирале се секако околу индискиот полуостров и подалеку на крајниот исток и тоа, Индија, Тибет, Непал, Кина , Тајланд, Виетнам и Јапонија. Секоја од овие земји или региони нуди автентични методи и филозофија кон храната. Иако Индија и Кина се сметаат како праизвор на овој гастрономски култ, и земји од кои понатаму настанале и јапонската и јужните азијски кујни , сигурно и овие последниве развиваат свои локални регионални обележја кои претставуваат национален образ и нивен начин на живот. Во следниот број на Бар Код подетално ќе ве запознаеме со индиската кујна која со својата кулинарска наука стара 3000 и повеќе години секако претставувала извор и инспирација на многу денешни кујни. Таа како предност ја имала огромната територија , со различни климатски услови, видови на почви, богат растителен свет, билки, зачини,широк диверзитет на микроклими, и се што е потребно за создавање на богат и раскошен излог на вкусна храна.



RADIKA
HOTEL & SPA RESORT

★ ★ ★ ★ ★

Фер трејд вино

Пишува:
Горан ГОЛУБОВСКИ

Според Интернационалната фер трејд асоцијација, фер трејд представува трговско партнерство базирано врз дијалог, транспарентност и респект, кое цели кон поголема еднаквост во меѓународната економија. Фер трејд придонесува кон создавање на одржлив развој преку понуда на подобри трговски услови и преку обезбедување на правата на маргинализираните производители и работници.

Фер трејд организациите главно се фокусираат на извоз на производи од земјите во развој и нивен увоз во развиените земји. Најчести фер трејд производи се ракторбите, кафето, какаото, шеќерот, чајот, бананите, медот, памукот, виното, овошјето, чоколадото, цвеќињата и секако виното.

Првиот фер трејд сертификат е направен од страна на една холандска HBO во 1987-та година за да ги диференцира марките на кафе кои се произведени од малите фармери во Мексико. Целта беше да се маркира кафето со етикета за да биде препознатено на секаде.

Останатите етикети се појавија подоцна за во 1997-та неколку од нив да се соединат и да ја формираат FLO (Fairtrade Labelling Organizations International) која денеска го надгледува сертифицирањето на многу фер трејд производи.

FLO започна со сертифицирање на вино производителите во Јужна Америка во 2003-та година, додека во Чиле и Аргентина во 2004-та година.

Создавањето на етикетите овозможи фер трејд производите да станат видливи и лесно распознатливи во полиците на супермаркетите. Овој потег резултираше со популаризација на фер трејд производите. Најпознати поддржувачи на фер трејд движењето се фронтменот на Колдплеј, Крис Мартин, и мега популарниот Боно од U2.

Постојат повеќе критериуми кои се услов за еден производ да биде сертифиран како Фер трејд и да носат етикети. Тие критериуми вклучуваат специфични стандарди за квалитет и исполнување

на некои општи услови како што се: контрола на детскиот труд, полова еднаквост, демократска организација и грижа за животната околина. Кога условите ќе бидат проверени и потврдени тогаш фер трејд организацијата ги подржува овие производи и тие се означени со етикета како фер трејд производи. Производителите добиваат повисоки цени односно надомест за нивните производи и исто така добиваат и премиум - екстра сума на пари наменета за социјален и економски развој на заедницата.

Со зголемување на трговската либерализација, многуте мали вински визби останаа без работа додека работниците кои работат на големите винови насади во земјите во развој се експлоатирани и незаштитени. Производителите на вино од овие земји се соочија со економски, социјални и политички предизвици. Фер трејд движењето им помогна на малите вино производители од овие земји да ги надминат постоечките пречки и да создадат еден одржлив бизнис.

Во Јужна Африка, покрај основните фер трејд стандарди беа воведени и специјални фер трејд директиви за да се забрза економскиот развој во ератата на пост-апартхејдот. Според оваа фер трејд програма, работниците за првпат се здобија со можност да поседуваат акции а со тоа и да поседуваат дел од бизнисот и од земјата.

Малите фамилијарни фарми во Аргентина и Чиле беа соочени со малите откупни цени кои не генерираа доволно приходи за да се задоволат основните потреби на ионака сиромашните сопственици. Малите приходи ја ограничија можноста за инвестирање во нови производствени методи, ја намалија продуктивноста и го загрозија нивниот гол опстанок. Фер трејд сертификацијата им помогна на овие фармери да ги покријат производствените трошоци и да го ја задржат сопственоста врз нивните фарми покрај притисокот на големите бизниси.



Држењето на чашата ја открива личноста и карактерот

Заборавете на стилизирано одело и прескапа фризура. Општо важниот прв впечаток доаѓа од начинот на кој го држите пијалакот. Начинот на кој една личност ја зграпчува или милува својата чаша, нуди увид во нејзиниот карактер, покажале некои истражувања. Набљудувачите можат лесно да оценат дали сте плејбој или забавен љубовник, или пак студена кралица, со само едноставно внимание на начинот на кој пиете вино од вашата чаша.

Гледајќи некого во ова светло исто така и овозможува на личноста да го оцени најдобриот начин за пристап. По проучување на повеќе од 500 конзументи на алкохолни пијалаци, психологот Глен Вилсон од Кралскиот колеџ во Лондон ги поделил луѓето во осум категории.

Флертувањето, обично од страна на жените, се забележува преку нежно држење на чашата.

Тоа може да ги заинтригира обожавателите и со држење на чашата на нејзиниот раб. Докторот Вилсон советува: најдобар начин за флерт пристап на една девојка е со реципроцитетни

флертувачки гестикулации. Од друга страна на скапата пак, девојката на која сакате да и пристапите ќе ја држи чашата заштитнички.

Пијалакот делува како социјална пречка така што таа никогаш нема да го испие до крај, чувајќи барем дел за продолжување на социјалната интеракција.

Студената и одбранбена кралица ги поставува работите кристално чисто и каков било пристап кај неа не е добредојден. Ваквите девојки ја држат чашата близу своето тело.

Типот на девојки, љубители на озборување, ќе ги забележите во мала група, разговарајќи најчесто за луѓето во околината. Овие девојки ја користат својата чаша вино на пример, за гестикуирање и поентирање во разговорот. Моделот Кејт Мос, е персонификација на овој тип, објаснува докторот Вилсон и предупредува на фактот дека овие личности веќе имаат своја затворена социјална група, што значи дека луѓе од страна најчесто не се добредојдени.

Забавните љубовници се наклонети кон пиење

од шише, држејќи го истото опуштено и лабаво. Овие типови на личности пијат кратки голтки, како не би пропуштиле ниедна шанса за разговор со некој од окружувањето.

Плејбој типот, какви што се глумецот Џек Николсон и комичарот Дејвид Вилијамс, се живи, самоуверени заводници кои тактизираат со својот пијалак.

Лошите девојки ќе ги сртнете да пијат пиво од флаша, јаболкова ракија или можеби шардоне. Пеачката Лили Ален е одличен претставник на оваа група. Тие ќе гестикулираат и доминираат колку што можат повеќе.

На крај го имаме и типот на личности кои сакаат да влеат страв и кои цврсто и силно го држат шишето и го користат при агресивна гестикулација.

Доктор Вилсон вели дека ваквиот начин на перцепирање на лубето и нивната личност може да користи како предност.

- Со адаптирање на нашиот говор на телото, можеме да креираме импресија на топлина или ги потцениме доминантите инстинкти - вели тој.



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

место



Бар Код, од самиот почеток на своето постоење ги поддржува сите храбри, необични и квалитетни иницијативи и активности. Токму затоа, ја поздравува и идејата за култивирање и атрактивизирање на Преспанското крајбрежје, недоволно откриениот бисер на Македонија.

Една од иницијативите за заживување на овој крај е отворањето на плажата Xotic Beach пред три години. Со голем ентузијазам но и квалитетен и професионален пристап кон работата, сопствениците на овој објект, од година во година привлекуваат се повеќе туристи и млади луѓе и ги збогатуваат содржините, но и инфраструктурата на овој свеж објект.

Xotic Beach е лоцирана на Преспанското крајбрежје во туристичкиот комплекс во Претор и претставува вистинско место за одмор и релаксација за време на жешките летни температури. Модерно и според сите светски стандарди, создадено пред се за младите кои имаат можност да уживаат во придобивките кои ги нуди оваа плажа. Организирана и со дневна и ноќна шема, плажата нуди голем избор на коктели, десерти и храна квалитетна услуга, обучен персонал и бесплатен влез....

Xotic Beach располага со 18.000 метри квадратни плажа, на кој се поставени 110 лежалки, а на



плажата се наоѓа Mega Beach Bar. На користење на посетителите им е обезбедено игралиште за одбојка и фудбал на плажа, според сите европски стандарди за овие спортови.

Xotic на младите им нуди комплетна услуга, 24/7 забава.

Xotic на посетителите им ја нуди и најголема песочна плажа во цела Македонија.



Момент що вреди злато



прва класа

Радика Summer Holidays

Конечно и Македонија може да се пофали со првокласен луксузен хотел-резорт, сместен во недопрената природа на своите најживописни планини. Она што досега го гледавме на интернет и во странските каталоги, она на што се воодушевуваме кога сме сместени во луксузни хотели надвор од Македонија, сега го имаме и кај нас.



Хотелот и резорт Радика е место кое обезбедува идеална рамнотежа помеѓу одморот, задоволството и работните обврски. Конципиран е и изграден на начин кој се вклопува во прекрасната природа на Националниот Парк Маврово на само 90 километри од Скопје.

Ова е место каде што преку целата година можат да се остварат посети за совршен одмор, но и бизнис собирања, венчавки и останати гала настани.

Она по што хотелот Радика, и Маврово допрва ќе се откриваат, е летниот туризам. Се она со што модерниот начин на живот, стресот и секојдневните напори го исцрпуваат вашето тело и дух, волшебно ќе исчезне по престојот во овој редок македонски бисер.



Сместување

Хотелот Радика располага со најлуксузните и најпросторните соби од сите хотели во Македонија. Тие се целосно и луксузно реновирани со модерен, елегантен и удобен мебел. Се нудат во пет варијанти- луксузни соби, мали апартмани, апартмани, дуплекс соби и претседателски соби.

СПА центар

Совршено вклопен во фасцинантната природна околина, СПА центарот нуди услуги кои ги надминуваат вашите очекувања. Форматирани во стандардната понуда на: ароматерапија, релакс масажа, масажа со топло чоколадо, антицелулитна, прочистувачка масажа како и неколку ритуални масажи за целосна убавина, СПА центарот содржи и Турска Бања, Турски амам, парна бања, цакузи со слатка и солена вода и приватен базен.



Ресторани и Барови

Во фантастичен интериер, ала карт ресторанот на Радика, нуди национални и јадења од регионот, како и голем број интернационални специјалитети. Во елегантна и интимна атмосфера, врвните специјалитети можат да се комбинираат со импресивна листа на вина, со посебен акцент на македонските вина. Впечатокот е надополнет со беспрекорната услуга и внимателно одбраниот прибор за јадење. Барот со капацитет за 80-100 луѓе нуди листа од сите познати светски пијалоци и поглед на Мавровско-то езеро кој го одзема здивот.

КОКТЕЛИ

Летни Коктели

Се уште е лето и ни треба некое освежување. Продолжуваме со коктели кои се едноставни за припрема и кои ќе не освежат во топлите летни денови и је не развеселат за лудите летни ноќи.

Cuba Libre

5цл Бел Рум

10цл Кока Кола

Парче лајм

Сипете ги состојките во highball чаша со лед.
Парчето лајм стиснете го, да се исцеди сокот од него и пуштете го внатре во чашата како декорација, ставете мешалка и послужете.



Greyhound

5цл водка

10цл сок од грејпфрут

Сипете ги состојките во highball чаша со лед.
Ставете мешалка и послужете.





Caribbean Sunrise

4цл Бел рум

10цл сок од портокал

1цл Гренадин сируп

Парче портокал

Сипете ги румот и сокот од портокал во highball чаша со лед. Полека сипете го Гренадинот да падне на дното од чашата. Ставете парче портокал за декорација, цевка и послужете.



Tequila Sunrise

4цл Текила

10цл сок од портокал

1цл Гренадин сируп

Парче портокал

Сипете ги текилата и сокот од портокал во highball чаша со лед. Полека сипете го Гренадинот да падне на дното од чашата. Ставете парче портокал за декорација, цевка и послужете.



Malibu & Pineapple

5цл Малибу

10цл од ананас

Сипете ги состојките во highball чаша со лед. Ставете мешалка и послужете.



Fuzzy Navel

5цл Peach Schnapps

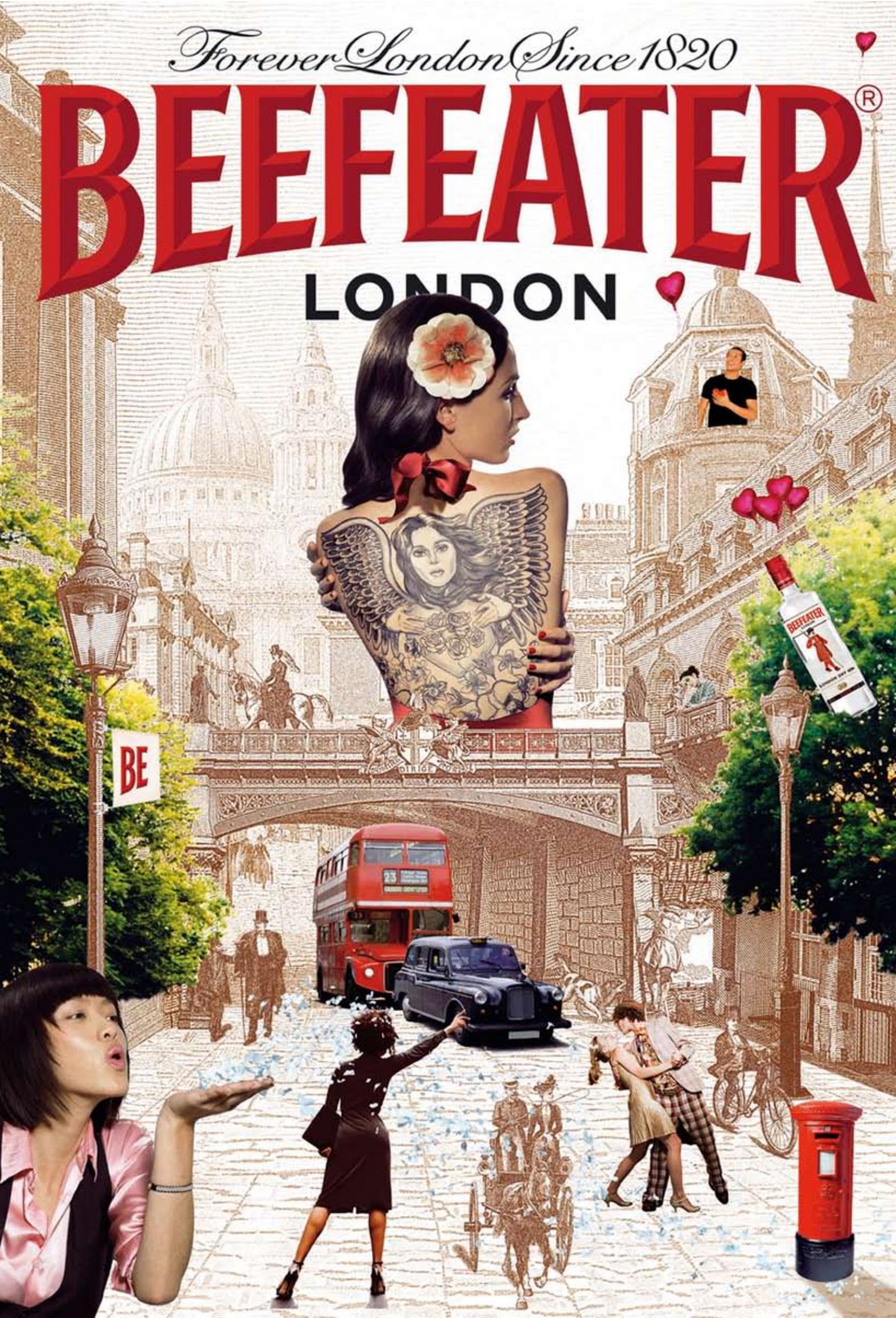
10цл сок од портокал

Сипете ги состојките во highball чаша со лед. Ставете парче портокал за декорација, мешалка и послужете.

Forever London Since 1820

BEEFEATER®

LONDON



bar code light

БУРЈАК	АЛКОХОЛЕН ПИЈАЛОК СО ФЕРМЕНТАЦИЈА НА ЈЕЧМЕН И ХМЕЉ	ПРОНАОГАЧ НАУЧНИК	ШПАНСКИОТ ТЕНИСЕР РАФАЕЛ	АРКАНЗАС (СКРАТЕНО)	КАЛИУМ	МЕРКА ЗА ЕЛЕКТРИЧЕН ОТПОР	СЛАДОК АЛКОХОЛЕН ПИЈАЛОК	ПИЈАЛОК ШТО СОДРЖИ ЕТАНОЛ (ОД ЖИВТИИ РАСТЕНИЈА)	ПАТКА (АНГЛ)	ПРЕНОЌИШТЕ ЗА ЛУЃЕ И ЖИВОТНИ
СЛАДОК КОКТЕЛ ОД РУМ, СОКОВИ ОД КОКОС И АНАНАС СО МЕЛЕН МРАЗ										
СКАНДИНАВСКО М. ИМЕ					Ф.К. ОД ИТАЛИЈА АДАКТА					
БЕЗБОЕН АЛКОХ. ПИЈАЛОК СО ДЕСТИЛАЦИЈА НА КОМПИР, ЖИТАРИЦИ						КЈУ КЛУКС КЛАН ГИТАРИСТ ОД САД СТИВЕН СИРО				ГЛАВЕН ГРАД НА СЕВЕРНА КОРЕЈА
ПОКАЗНА ЗАММЕНКА				МОДЕЛ НА ШЕВРОЛЕТ ВИД ЈАПОН. АРАНЖИРА ЊЕ НА ЦВЕКЕ					ФОСФОР АНТИЧКИ БОГ НА ЉУБОВТА	
БАР КОД	ХРВАТСКА НАОТЕНА ИНДУСТРИЈА ГРЧКИ АЛКОХ.				ПРАСТАР ВИД РАКИЈА					
КОЊ (АРАПСКИ ТУРСКИ)		ГРЧКА БУКВА ИЗРАЕЛ. ФУДБАЛЕР НА МАНЧЕСТЕР СИТИ ВЕН ХАЙМ					МАК. ОРГАНИ ЗАЦИЈА ВО БУГАРИЈА ВИД ЦРВЕНО ВИНО			
					КОПИЈА НА ГЕН-ДНК МАЧЕ НА РУСКИ					
НАЈКВАЛИТЕТЕН ВИД НА КАФЕ								21 И 4 БУКВА ЕЗЕРО ВО КАНАДА		
РЕОМИР		НАВИВАЧИТЕ НА ФК МАК-Г-ПЕТРОВ НОКЕН ЛОКАЛ							12-ТА БУКВА ВИД НА ФРАНЦУСКИ БРЕНДИ	
РЕКА ВО РУСИЈА (СИБИР)			САМОСТОЈНА ДРЖАВНА СЛУЖБЕНИЧКА ВИД МОРСКИ ЖИВОТНИ							
НЕРАМЕН						ХРАМ ВО СВЕТ ГРАД ВО АНТ. МК. ИЗГРАДЕН ОД АРХЕЛДА НЕТАЦИЈА				
ОПШТИНА И НАСЕЛБА ВО ЈУЖНА ФРАНЦИЈА			ХРВАТСКА НАФТЕНА ИНДУСТРИЈА ГРЧКИ АЛКОХ.					17 И 4 БУКВА МЕШАВИНА ОД НАЈМАЛКА ДВА ВИДА НА ПИЈАЛОК		
16 -ТА БУКВА		РАСТЕНИЕ ЗА КРМЕЊЕ АЛКОХ. ОД ВИН СКИ ДЕСТИЛАТИ								МЕСАРСКИ И КУЈНСКИ ПРИБОР
УСМЕН, ПИСМЕН ИЗВЕСТАЈ ЗА СТРАНКА ЗА ПРИЕМ НА РОБА ИЛИ ПАРИ						КАМЕН ЈАГЛЕН АЛКОХ. ДОБИЕН СО ДЕСТИЛАЦИЈА НА СМРЕКА ...				
ВИД ПОПУЛАРНА ЗАПАЛКА					ВРЕЌА (ДЕМ) ПОКАЗНА ЗАМЕНКА				АВСТРИЈА НАСЕЛБА И ОПКИНА ВО ИСТ. ФРАНЦИЈА	
НАСЕЛБА И ОПКИНА ВО СЕВЕРО ИСТ. ФРАНЦИЈА			ЛИШНА ЗАМЕНКА 14 И 17 БУКВА					ЕГИПЕТ, БОГ ПРОНАОГАЧ НА БРОЈКИТЕ И БУКВИТЕ 2 И 11 БУКВА		
ТУРИСТИЧКА АГЕНЦИЈА			ГЛАВЕН ГРАД НА АВСТРАЛИЈА КИСЛОРОД							
ЦРКОВНА РЕЛИГИОЗНА СЛИКА НА ДРВО, ПЛАТНО ИЛИ КАМЕН					ПРАЖИТЕЛ НА БАЛКАНОТ					



Водка Гордо на врвот на хит парадата

Лудувањето по водката како пијалак е во полн ек. Се конзумира со полна пареа. Кога ќе се поднамали ова темпо? И дали тоа воопшто ќе се случи?

Не само што продажбата на овој популарен пијалак од 2000 година е зголемена за двоцифрен процент, уште поважно, конзументите уживаат во престижни премиум водки кои стануваат се побарани. Бројките јасно го илустрираат овој податок: 2006-та година водката ја заврши на првото место кога е во прашање продажбата на жестоки пијалаци во интернационални рамки.

Конзумацијата на водката е зголемена за 1,8%, или со други зборови 8 милиони сандаци е бројката што треба да се доде на веќе постоечките потрошени 513,5 милиони. Порастот е одржан во 37 од 50 најголеми извозни пазари со двоцифрен раст. Но, што претставуваат овие пазари? Кои видови водка го движат растот? Кои се изгледите за иднината?

Русија: Враќање на изворноста

Важно е да се сфати дека најголем број од продажбата или 78,7% од вкупната количина се произведува во Европа, особено во нејзиниот источен дел. Во десетте најдобри пазари, Руската Федерација сама произведува повеќе од 55% од вкупната количина или 280 милиони девет-литарски сандаци. Продажбата расте, овие показатели се мерат со споредување со други типови на пазари. Растот на продажба на водката во линија со динамиката на глобалниот економски раст и во насока кон луксузните продукти како сегментот на продажбата на водка по цена од 15-35 долари е дуплиран во од-

Подготвил:
Горан ИГИЌ



нос на количина со 557 илјади сандаци, додека сегментот на продажбата на водка од 7-15 и 4 долари е зголемен за 24%. Како контраст, показателите за продажба кај нискобуџетните водки, во рангот од 2-4 долари, регистрира намалување до 2,5%. Во Русија, петте топ брenda се од домашно потекло како на пример Green Mark на Russian Alcohol Group, а се продава и украинска водка како SV на Soyuz Victan.







Оваа доминација сешири и надвор од руските граници што се потврдува со фактот дека осум од десетте најдобри глобални брендови доаѓаат од Русија и Украина. Фантастичниот успех се должи на извонредно силниот имиџ на овие северни региони. Што може да биде поприродно за гладот на конзументите по автентичност отколку родното место на водката, особено ако се знае дека руските продукти денес се неверојатно софистицирани. Извонреден пример за ова е водката Imperia на произведителот Russian Vodka International.

Не е изненадување што еден од најголемите играчи на овој пазар, Russian Standard, ја даде на суд компанијата Pernod Ricard за „наведувачко“ рекламирање во однос на Stolichnaya vodka, критикувајќи ја француската групација дека целокупното производство не го прави во Русија како што се рекламира. Но каква и да е ситуацијата на овој пазар, кој се уште има силен потенцијал, ако им се верува на предвидувањата за економски раст, најчесто прифатената стратегија од страна на произведувачите на водка се движи во правец на освојување на нови пазари во САД, Индија, Кина и Бразил и во освојување на нови конзументи кои се во потрага по силен културолошки продукт со идентитет.

САД: Вкус и премиум тренд

Во САД, ентузијазмот за водка продолжува да расте заедно со оваа индустрија изненадувајќи со својот континуиран успех. Со секоја кампања, особено ако е направена на невообичаен начин, се зголемува и бројот на продуктите (260 се лансирали само во 2006), со што пак, се очекуваат знаци на намалување на продажбата. Сепак, тоа се уште се нема случено. Американскиот пазар повеќе од три декади е вистинско место за вредноста на водката. Со повеќе од една четвртина од вкупната продажба на жестоки пијалаци, водката расте во сите сегменти, особено во сегментот на обоени пијалаци со разни вкусови што е резултат на големото ниво на коктел културата во Америка. Број еден на пазарот, Smirnoff (Diageo) водката бележи годишно зголемување на продажбата четири пати повисоко во однос на водките без додаден вкус. Овие бројки се генерално исти за сите оператори. Главни вкусови се лимон, портокал, ванила и боровинка. Иновации како водка со вкус на калинка или зелен чај се исто така популарни кај познавачите на овој пијалак. Доказ за ова е виталноста на продажбата на водката Finlandia Grapefruit (цитрон), која е број еден обоена водка со вкус во Полска.

Независно дали се зборува за супер-премиум (+20\$) како што е Grey Goose (Bacardi-Martini), чија продажба изнесува 28,8%, или за light-premium (15-20\$) како Абсолут водката, број еден во овој сегмент со регистрирани +5,5% пораст (највисок раст во последните пет години), не може да се негира фактот на премиум трендот. Но, прашање е колку долго ќе трае ова расположение?



Нови водка земји и пазари во развој

Бразил е на десеттото место на листата на нови водка земји и пазари во развој кога е во прашање количината на продадена водка со речиси 60 милиони сандаци од вкупно 513 милиони колку што тежат десетте најдобри пазари во 2006 година. Оваа земја е на третото место на ранг листата на десетте најдобри пазари на премиум водка.

Во Индија, пак потрошувачите преферираат темни алкохолни пијалаци. Па така, партнерството со Радицо Khaitan или со United Spirits Ltd резултира со одреден раст (зголемување од 93,4% во количина споредено со 23,9% за периодот 2003-06). Кина како пазар во развој, традиционално се фокусира на лесно обоени алкохолни пијалаци. Главните брендови се погрижуваат за одржување на важноста на пазарот. Показател за ова е тројното зголемување на прометот од 2003 година (97,4 милиони долари), додека количината е зголемена за 40,7%, сведочејќи со тоа за ориентацијата кон водка премиум на овој пазар каде престижот се чини се вреднува многу повеќе отколку квалитетот на производот. А тука е и секогаш променливиот француски пазар, во кој растот е обратнопропорционален со интернационалната плима.

Популарноста на водката од друга страна се објаснува и со прилично едноставниот процес на подготвка и добивање на финалниот производ. Во време на економска криза, инвестиција од 3.000 долари, колку што се потребни за почеток на производство на добра водка и процес на зреене од само три дена, се доволно примамливи причини за релативно сигурен бизнис.

Drink Jameson responsibly.

'Sine Metu'. www.jamesonwhiskey.com



JAMESON® Seriously playful.



JAMESON
IRISH WHISKEY

Цезар салата е Цезар салата

Пишува:
Дејан БОШКОВСКИ



Сигурно безброј патти ви се случило да седите во ресторан, бар или друг угостителски објект и веднаш да побарате мени, со намера полесно да се одлучите и нормално, да го погледнете изборот што тој објект ви го нуди. Најпрво се загледувате и внимателно ги разгледувате производите што ве интересираат, на пример салатите, а потоа го разгледувате цело мени. Доаѓате до заклуок дека сте ги виделе истите производи, со истите состојки на друго место, но некои од нив имале друго име. Ова ве доведува до еден степен на несигурност, затоа што она што веке сте го консумирале, дегустирале или сте го научиле под едно име, овојпат го сретнувате под друго име или уште полошо, производот кој сте навикнале да го конзумирате, овојпат има сосема други состојки. На пример, сте навикнале вашата Цезар салата да ги содржи стандардните состојки (дробена зелена салата, кротони, дресинг и пармезан), а овде добивате во неа плус домати, пченка, морков итн. Веднаш се запрашувате зарем она што досега сте го добивале во другите објекти било погрешно или едноставно оној кој го правел ова мени сакал да биде поинаков од другите. Но, што ако сте алергични на домати и веднаш без размислување и пролистување на менито, нарачуваате како и секогаш - Цезар салата. Откако ве послужуваат, настанува дискусија меѓу вас и лицето кое ве служи. А замислете си, тоа лице, на кого ова му е прво работно место, цело време додека служи, е сигурно во себе дека тоа е правата формула и изглед на таа Цезар салата, поради фактот што работодавецот му наметнал такво мислење, па сега

замислете го истото тоа лице на годишен одмор на Медитеранот, како ја нарачува истата салата и какви се неговите очекувања.

Или она што многу често се случува во последно време е изработка на коктел мени. Со самата експанзија на коктелите во Македонија, се појави и потреба да тие бидат истакнати, рекламирани, дегустирани. Но, честопати ќе видиме дека тие коктели се прават по сопствен избор, притоа користејќи термини и имиња кои се веке во интернационална употреба. Пред некој ден дегустирајќи ги истите, наидов на мени, во кое, на многу неста добро познатиот коктел "Sea Breeze" (морско ветре, еден од моите омилени за овој период од годината) наместо стандардните состојки (vodka, cranberry juice, grapefruit juice), како основа на коктелот, содржеше рум, сок од портокал и лимон. Истото се случи и со култниот "Sex on the beach", каде творецот ставил цин, наместо водка. Се замислив и запрашав, што би се случило кога некој странец би наишол и нарачал несто вакво. Ве молам цезар салата и "sea breeze" би гласела нарачката, а коментарот по добиената нарачка би бил понижувачки и сигурно изненадувачки, па после ова нормално е мислењето на тој странец за културата и знаењето на нашите угостители да биде на ниско ниво.

Затоа пожелно е, менито во угостителскиот објект да биде изработено од стручно лице, (прашање е колку ги имаме во нашата земја) или барем да биде направено со одреден концепт, по одреден редослед. Менијата не се прават само колку да ги

имаме во нашите објекти како украс, декорација или надополнување на декорот на масата, туку се прават со намена и со концепт. Не случајно рецептите се заштитени и препознатливи во целиот свет, не случајно постојат асоцијации, не случајно се одржуваат семинари. Изработката не едно мену во правата смисла на зборот, е процес, кој се проучува, набљудува, дискутира, испитува. Отварате италијански ресторон, а главен акцент сте удриле на домашната кујна, наместо на пасти и антипости. Или отварате кинески ресторон, а производ кој најмногу ви е баран е пицата. Отварате гостилница во која правите многу коктели и ладни сендвичи. Ноќен клуб или дискотека во која се пијат безброј кафиња. Сите овие податоци се разгледуваат пред обработка на менито, откако добро ќе се осмисли концептот, целната група на објектот, локацијата итн.

Во секој случај, она кон што се стремиме сите ние, а тоа е доближување до европските и светските стандарди во угостителството, не се постигнува преку ноќ, и со импровизација. Секој ден преку патувања, искуства, интернет, телевизија, апсорбираме и учиме се повеќе и повеќе, осознаваме правила, воведуваме стандарди, со што се доближуваме до Европа и светот. Секогаш треба да видиме со широко отворени очи за нови знаења и погорвнеи да ги научиме работите кои досега не сме ги знаеле.



СВЕТЛОСНИ информативни
РЕКЛАМНИ ПАНЕЛИ

МОЌНА УЛИЧНА РЕКЛАМА!

Панел Плус светлосните информативни реклами панели се поставени низ целиот град и денонокнот 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 Палома 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

настани



Собир на најстарите скопски кафеанции

За поздравување е идејата, да се здружат на едно место доајените на македонското кафеанциство, легендите кои го трасираа патот на денешното модерно угостителство. Епицентрите на некогашниот но и сегашен социјален живот, како што се : Жабар, Мечос, Маракана, Златна вилушка, Ганза, Уранија, Воденица, Идадија итн. во себе носат голем дел од историјата на Скопје и Македонија, но и незаборавни анегдоти и урбани приказни кои и ден- денес се прераскажуваат со генерации. Токму поради ова,

решивме , во овој број на Бар Код да обележиме еден невообичаен настан кој се одржа летово.

По иницијатива на ВВ Тиквеш , на 24 јуни се одржа средба на околу 30-тина сопственици на најстарите кафеани од Скопје и Струмица. Со организирана посета на винаријата , целосна тура низ производниот процес на виното и заеднички ручек во ресторанот кој се наоѓа во самата винарска визба, ова беше прв обид да се соберат сопствениците на најстарите кафаени на едно место.

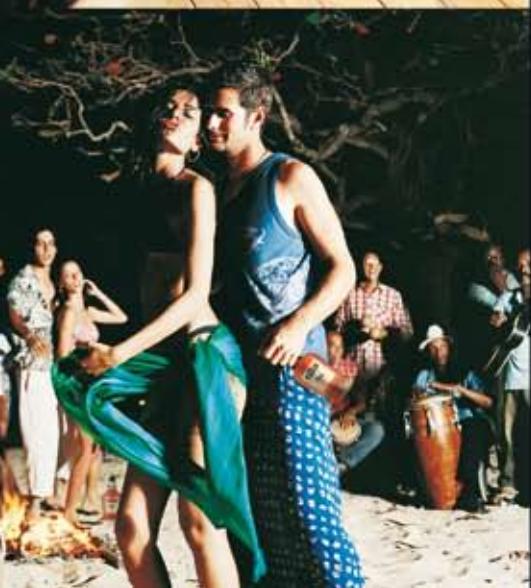
Find the best restaurant to your taste



www.restaurants.com.mk



ШТО ГИ ПОВРЗУВА
СИТЕ ОВИЕ ЛУГЕ?



ROCK 'n' STOCK



Историјата на кафето

Пишувач:

Анцела СТЕФАНОВСКА, Матео БАРБАРОСА



кафе Attibassi

Тешко е да се замисли дека кафето го откриле стадо кози, пасејќи на Етиопските планини. Сепак, според една од најпознатите легенди, токму неколку кози, привлечени од живата црвена боја на плодовите на една грмушка, биле првите што ги вкусиле почетоците на еден од најраспространетите пијалоци денес.

Овчарот кој го чувал стадото, веднаш го забележал чудното возбуждено однесување кај своите кози и загрижен однел неколку плодови во еден манастир на група познати монаси. Тие ги свариле чудните црешки и го испиле напитокот, чувствувајќи ја веднаш возбудливата сензација.

Но, ова не е единствената легенда. Се раскажува дека болниот Мухамед, благодарејќи на темниот еликсир, кој му бил понуден од самиот Архангел Габриел, оздравел веднаш штом го вкусил и иако сеуште изнемоштен, успеал да задоволи цела група девици..

Дури и Алах, според традицијата, пиел кафе на денот на создавањето.

Тоа што со сигурност припаѓа на историјата на кафето, почнува на денот кога црвените црешки преку Африка, поминувајќи го Црвеното Море, стигнале во Јемен- тука се родиле првите плантаџи, за потоа да се распространат низ целиот исламски свет.

Во 15-от век кафето се пиело во Мека и благодарејќи на исламските свештеници кои го употребувале за да го намалат уморот при религиозните обреди, набргу овој напиток стигнал и во Каиро.

Пасијата за кафето е толку силна, што во 1511

год. се појавиле и првите опструкции од страна на властите, бидејќи кафето набргу станало мотив за дружење и споделување на идеи, оддалечувајќи ги верниците од обврските на нивните функции.

Земјата каде што овој пијалок станал вистински колективен ритуал е Турција.

Тука за прв пат се забележува начин на подготвување по пат на печење на зрната.

Во Константинополис, првите чајшилници каде што се вкусувало кафето дискутирајќи за трговија и слушајќи музика се отворени во 1544 год. и набргу широко се распространуваат. Најверојатно во овие места Европејците за прв пат го пробуваат кафето. Според ориенталаната филозофија Кејиф, пиењето кафе било можност за моменти на релакс и добро расположение, во кои се вкусувало заедно со кафето и времето кое проаѓа.

Исламските теолози биле против овој начин на поминување на времето до тој степен што при крајот на 16-от век муфтитејата од Константинополис го забранил пиењето кафе, очигледно без успех.

Пристигнувањето Во Европа

Благодарејќи на Турците црниот еликсир пристигнува во Европа при крајот на 1600 година. Обидувајќи се да го прошират Отоманското царство на портите на Виена каде што биле поразени, при повлекувањето забораваат, покрај другите работи и неколку вреќи кафе. Нив ги наоѓа еден угледен



господин од Полска, кој веќе го имал пробано овој напиток. Неговата брилијантна идеја да го понуди на жителите на Виена се покажала повеќе од успешна. Првата венецијанска кафетерија се отвара во 17-от век, но конзумирањето кафе бил ритуал кој им припаѓал само на припадниците на високата класа. Најголемиот центар за експорт било јеменското пристаниште во Мока - Арапите љубоморно го чувале начинот на култивација на растението. Тие ги вареле зrnата кафе, оновозможувајќи на Европејците да засадат и одгледуваат кафе на други места. Тоа било така, се додека еден Холандец не успеал да земе една гранка од растението. Неколку години подоцна, од Амстердам тргнуваат растенијата кои ќе почнат да се одгледуваат во Азијските земји.

Кафе мода

Европа се повеќе се заљубувала во црниот и вкусен напиток. Во Виена, повеќе од 600 кафетерији, нуделе на сребрена таџна заедно со чаша ладна вода "SHWARZ" - црно кафе, "MELANGE" - послатко со млеко или "EINSPANNER" - со шлаг.

Во Франција првите кафетерији се отвориле во Марсјеј, каде што тамошните трговци закажувале состојици и дискутирале пиејќи шолја кафе.

Набрзо оваа мода стигнала и до кралскиот дворец каде што самиот Луј 16-ти го подготувал кафето за себе и своите гости.

Во Германија, каде што националниот пијалок со векови било пивото, почетоците на кафето биле спори, но потоа се распространува во огромни размери до тој степен што Фридрих 2-ри од Прусија со декрет создава монопол за производство на кафе. Во Англија почетоците на кафето се поврзани со г-дин Даниел Едуард, кој од далечниот Исток ги донел зrnата кафе, ги подготвил и ги почастил своите пријатели со овој чудесен пијалок. Веднаш овој ритуал станал вистинска мода во високата бурзоаџија, позната како љубител на доброто и убавото.

Една сосема италијанска љубов

Во Италија од самото појавување, кафето е вистински бум- првата кафетерија се отвара во Венеција во 1683г, на плоштадот Сан Марко.

Во 1750 во Венеција Карло Голдонија издава книгата "La Bottega del Caffè", инспирирана од од

шарениот свет на луѓе, идеи и размислувања кои владееле во кафетериите.

Во истите години во Милано Пиетро Вери го издава списанието "Il Caffe".

Во 1700 и 1800 години, и покрај експанзијата на кафето тоа останува привилегија само на високата класа. Го пијат филозофи, уметници, поети и политичари. Станува пијалок на илуминираните и целиот универзитет околу него добива огромен престиж.

Подоцна во почетокот на 20-от век, во Италија се создава првата машина за подготвување на кафе со систем на притисок и пареа, која што подоцна ќе ја насели секоја кафетерија и бар во светот.

Во 1901 год. италијанскиот инжињер Луици Безера од Милано создава модел на кафемат, кој ги подготвува кафето по пат на екстракција, создавајќи пијалок со густо тело, силен вкус и дотогаш непочувствувани ароми-Италијанското Еспресо.



настани

Ноќ на луксуз

На 8 јули, за прв пат во Македонија, посетителите желни за возбуда и гламур присуствуваа на "Ноќ на луксуз", уникатен и екстравагантен настан на кој учесниците Davidoff, Gemak, MakAutoStar, Matoss Cosmetics и Republica Della Moda се претставија преку изложување на предмети кои го симболизираат луксузот и се основен дел од еден уникатен, елегантен и гламурузен начин на живот.

На волшебната локација на Пантелејмон, голем број на естрадни звезди, бизнисмени и познати градски лица уживаа во вистинска елеганција во златно и екстравагантна и блескава супериорност на квалитетот на изложените производи.

На оваа посебна ноќ секој од партнерите овозможија парче од овој луксузен живот. Беа преставени најновиот модел на Mercedes-Benz E-Coupe и E-class, префинетите парфеми на Carolina Herrera и Paco Rabanne, а посетителите имаат можност да уживаат во префинетиот, луксузен



зен вкус на Davidoff и Johnny Walker Black.

Настанот беше з bogат со модна ревија на луксузни брендови од Republica Della Moda, како и претпремиерниот настан на гудачкиот квартет Мария кои приредија вистинско уживање со својот уникатен настан и одличните обработки на Вивалди и Бетовен во ритамотот на поп, рок и техно.

Ниту едно сетило во ноќта на луксуз не беше занемарено. Посетителите уживаа во вечерта со малите островца на задоволството, канапеи пригответи од морски плодови и кавијар и чоколадите слатки како љубовта, со вкус на префинетото задоволство. Луксузот е симбол на супериорност и гламур и посетителите на оваа "Ноќ на луксуз" го почувствуваа тоа благодарение на Davidoff и партнерите, кои им овозможија едно неповторливо искуство во светот на гламур, престиж и безвременски луксуз.





Premium Rose Wine
SYRAH SANGIOVESE MONTEPULCIANO

Kamnik wines

Kamnik bb, 1000 Skopje, Macedonia; +389 2 511 1252; contact@chateaukamnik.com; www.chateaukamnik.com

КНИГИ

Пишува:
Ана ЗАФИРОВА



Вино и како се пие - Младинска книга

Ова издание е едукативен прирачник за вино. Преку него ги осознаваме видовите вино, сортите, начинот на чување на виното, температурата, умешноста на послужување, пиење вино во ресторан, дегустација, за виното и здравјето и многу други факти за кои не сме слушнале досега. Ретко издание, во тврд повез кое е задолжително во секоја домашна библиотека како почеток за отварање на тајните на виното.

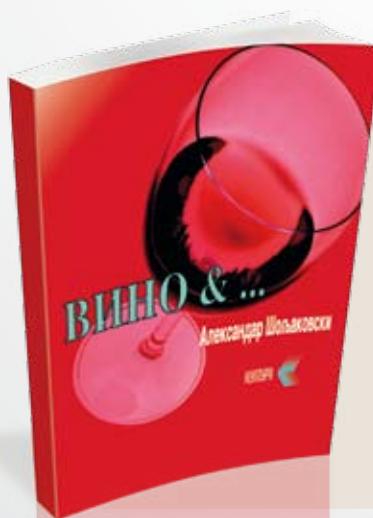
Ноќ и коктели (копродукциско издание на Детска Радост, Македонија и Цунти, Италија)

Во него се поместени повеќе од 50 рецепти за најпознатите коктели кои се приготвуваат во светот. Рецептите се прикажани едноставно - така што секој може да ги подготви доколку ги има потребните состојки. Изданието е богато илустрирано за да се добие комплетна слика не само за подготовката на коктелите туку и како тие се служат. Ова издание е дел од едицијата „Ајде да готовиме“, која дава придонес во усовршување на личните вештини во кујната и угостителството.



Вино и... Автор Александар Шољаковски, издание на Култура

Оваа книга е наменета за сите оние кои сакаат вино но, и за оние кои биле индеферентни кон него, за да видат што пропуштиле. Изданието дава пресек на сите значајни работи кои треба да ги знаете за виното од начин на производство, преку комбинирање со храна завршувајќи со вински региони во Македонија и нашите перспективи. „Вино и...“ е се она што е и виното, приказни, историја, бизнис, образование, начин на однесување, задоволство, уживање.



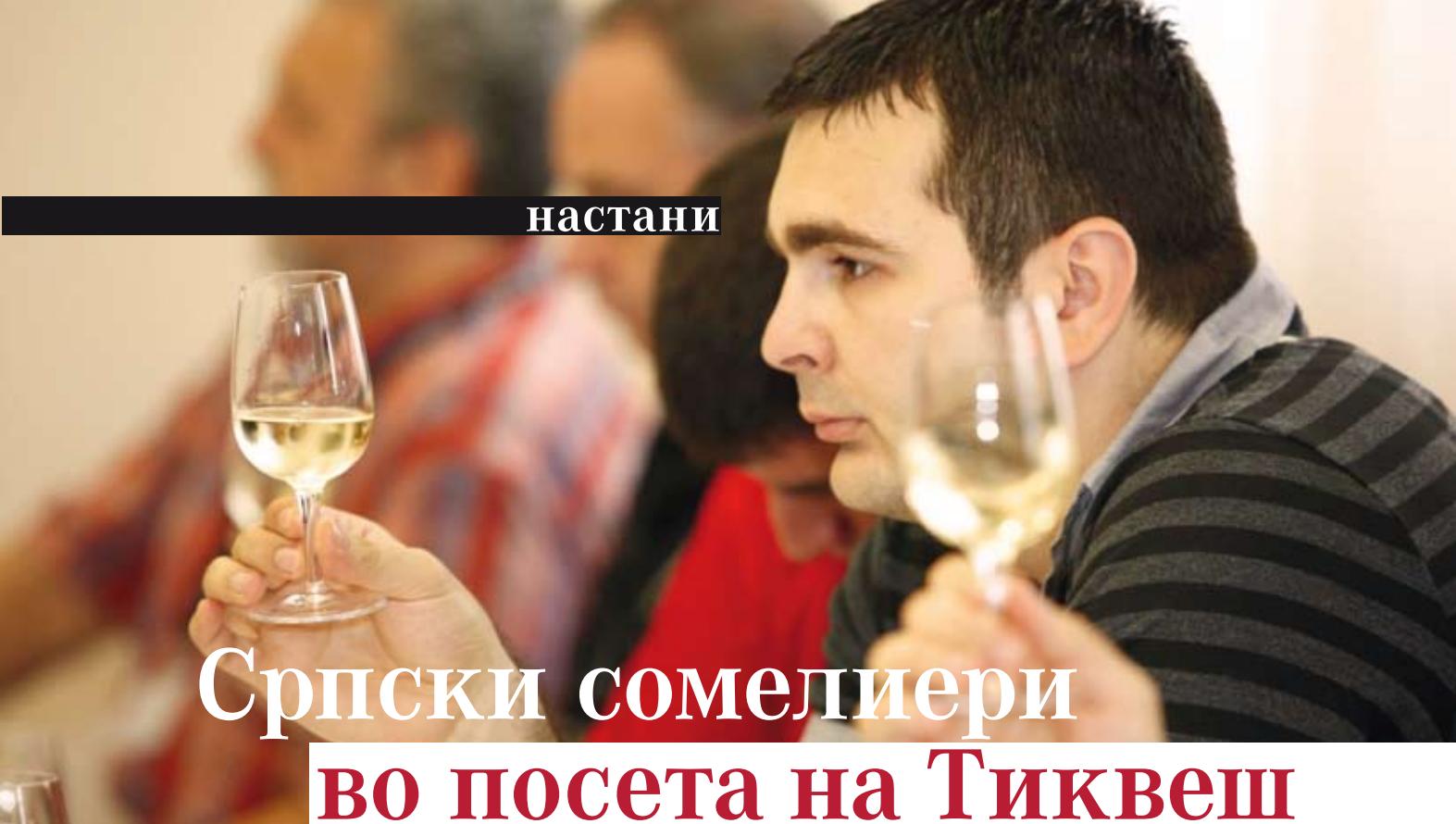


GOOD —————→ **GREAT**

KEEP WALKING
JOHNNIE WALKER®



настани



Српски сомелиери во посета на Тиквеш

ВВ Тиквеш организираше професионална дегустација на своите вина по повод посетата на винаријата од страна на сомелиери претставници на Српското здружение на сомелиери

Претставници на Српското здружение на сомелиери, заедно со своите македонски колеги, во периодот од 26-29 Јуни 2009, беа гости на ВВ Тиквеш по кој повод беше организирана професионална дегустација на вината на Тиквеш во специјализираната дегустациона сала за таа намена во седиштето на винаријата во Кавадарци.

На српските и македонските сомелиери им беа презентирани 8 врвни вина од различните производни линии кои се дел од портфолиото на ВВ Тиквеш. Тие можеа да ги дадат своите коментари за секое вино кое го дегустираа што ќе им помогне на енологите на винаријата за понатамошно усовршување на квалитетот на вината на ВВ Тиквеш. Дегустацијата ја водеше Игор Лукович, претседател на здружението на сомелиери на Војводина и овластен обучувач за сомелиери кои воедно беше и главниот обучувач на сите обуки за сомелиери кои во насока на ширење на винската култура во изминатиот период ги организираше ВВ Тиквеш.

И понатаму остануваме посветени на унапредувањето на винската култура во Македонија и регионот како нераскинлива потреба поврзана со постојаниот процес на усовршување на квалитетот на нашите вина. Веруваме дека ваквите посети и размена на искуства се неопходни во остварувањето на нашата мисија за ширење на винската култура, па затоа истите ќе ги поддржиме и во иднина, изјавија од ВВ Тиквеш. Можноста да ги разменат своите искуства под покровителство на ВВ Тиквеш сомелиерите од Македонија и Србија ја оценија како исклучително позитивна.

За доживувањето и уживањето во вината на Тиквеш да биде комплетно во автентичниот вински ресторант на ВВ Тиквеш кој се наоѓа 8 метри под земја беше организирана забава со автентична македонска староградска музика.



ОПРЕМА ЗА СИТЕ ВИДОВИ УГОСТИТЕЛСКИ ОБЈЕКТИ



always a step ahead of others



секогаш чекор пред останатите



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

STARBENE LipoCell EVO

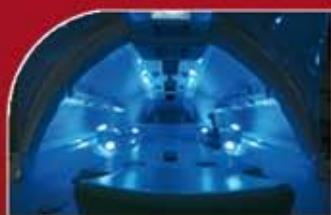
НАЈДОБРИОТ АПАРАТ ЗА СЛАБЕЕЊЕ
И БОРБА ПРОТИВ ЦЕЛУЛИТОТ

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



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...

ВериЧас
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



fresh ideas

Македонска винарија СО ПОИНАКОВ пристап

Во глобалната распределба на винските региони како јаки стопански гранки, Македонија по територија е многу мала, но со оглед на традицијата на придржување до стандардите на производство на вино Македонија после Словенија претставува репер за квалитет на производство на вино во регионот на Балканот. Приклучокот до светските текови на една мала индустрија треба да се остварува преку изнаоѓање на различни форми за нејзиното егзотично претставување.

Начинот на артикулација на оваа егзотичност ја наоѓаме во социокултурниот феномен при што архитектурата игра заначајна улога.

Идејата за креирање на места кои би го одразиле карактерот на винските региони како социокултурен феномен е медиум за препознавање и привлечување туристи преку воспоставување на мрежата на социокултурни точки кои би претставувале систем сочинет од автентични локалитети.

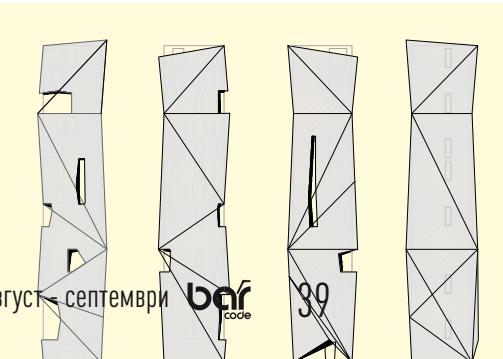
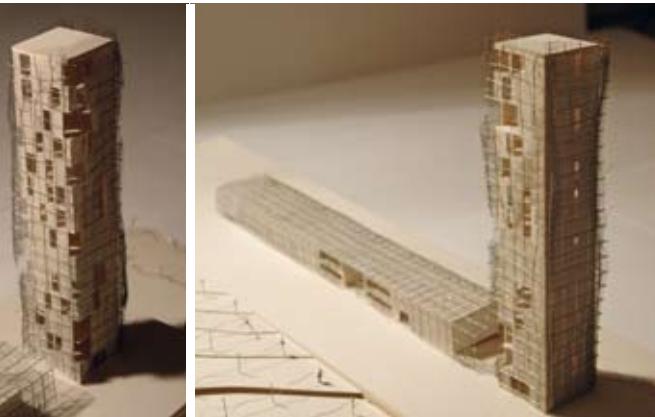
Во таа насока дипломскиот проект со својата програмска соржина и формално обликовниот концепт настојува да привлече внимание и да обезбеди јасна информација, едукација и социјализација првенствено за популацијата од регионот, но и пошироко.

Предметната локација е постоечката на винариската ФОНКО, а избрана е заради нејзината поставеност во најзначајниот вински регион во Македонија, Тиквешијата, лесниот пристап до неа како и визуелната доминација во просторот.

Конзистентноста на проектантскиот концепт е артикулиран низ две линеарни архитектонски форми: нагласена хоризонтала и нагласена верикала. Како контра пункт на хоризонталата во кој е сместен технолошкиот процес, од формален и содржински аспект, се јавува верикалата во која се сместени до-

Максим Наумовски е млад архитект кој ги прави првите чекори на македонската градителска сцена. Тој неодамна дипломираше на архитектонскиот факултет во Скопје со проектот за винарија во Неготино, како дел од системот на нововоспоставените социокултурни точки на туристичката мапа на Македонија. Аналитичката сеопфатност и творечката автентичност проследена низ смелата просторна структура и архитектонска форма, беа прокоментирани како несекојдневен квалитет. Инспирацијата за овој труд Максим вели дека ја нашол во рационалноста и минимализмот на јапонската архитектура, како и експресивноста на архитектурата на американскиот архитект Стивен Хол.

дадените содржини и која го најавува постоењето на винариската и се јавува како метафорички и физички репер во околниот простор. Formalanata estetika na obvivkata so koj e preslechen objektot doprinesuva kon negovo priближуваanje do prirodniot ambiент. Verikalniot objekt vo relativno malata geometrija gi sadrzi sите pratечki funkciji: sali za degustacija, prezentaцija i edukacija, apartmani za gosti, dokka restoranot na posledniot kat se javuva kako pocetna i zavrshna točka na slučuvanja.





START A PARTY

HOWEVER YOU START A PARTY
PLEASE ENJOY IT RESPONSIBLY





STARTAPARTYHERE.COM

СПУШТЕНО

со Тони и Дејан



ПЕТОК 23 часот ТВ СИТЕЛ



Ако случајно се викате Џаспер Њутон Даниел, а вашите обично ве нарекуваат Џек (освен Ал Пачино во филмот Мирисот на жената!), поседувате познавање како да го направите најдоброто виски на светот и воедно сте бескрајно уверени во успехот на тој волшебен напиток во необично квадратно шише со црно- бела етикета... Вашите шанси за успех значително растат. И не само што растат, туку во 2006 година, после ништојни 140 години обиколување на светот и запознавање на целата планета со магијата на течноста со богат мирис и опоен вкус, која го поправа расположението и ги зближува луѓето, вие станувате најпознатиот човек од Тенеси кој чекорел по сината планета. Таа популярност и близина

со луѓето оди дотаму што денес малку кој ви се обраќа по крстеното име и воглавно сите ве знаат по прекарот-Џек. И малку се оние, кои во било кој дел од светот, во било кој хотел, клуб, бар или биртија не го знаат по име. Секогаш има по некој Џек, колку да се започне разговорот... Потоа е лесно.

Денес би се рекло дека патувањето било лесно и забавно. Ништо поубаво од тоа да ги правиш луѓето среќни и насмеани. Уште и ако патувањето го започнеш од Сент Луис, од светската изложба на која си ја добил наградата за најдобро виски, перспективата е прекрасна и сите врати ти се отворени.

И кога овој септември, ќе решите да си дадете на себе оддишка, да излезете со друштво и да се опуштите, и не сте сигурни која е истинската причина за тоа, ние имаме предлог. Имено, ако претходно заклучивте дека знаеме се за Џаспер Њутон Даниел, ќе ви откриеме мала тајна. Не знаеме баш се. Не знаеме две нешта-првата се однесува на она: "Old No. 7" кое може да го забележите на секое шише Џек. Ние немаме поим што значи тоа ниту од каде потекнува. И секој кој ќе ви каже дека знае, ве лаже. Не е стар 7 години, не е од 7-то буре, немал 7 жени, ниту 7 деца, едноставно **НЕМАМЕ ПОИМ**. Втората работа која не ја знаеме, а поради што ви го раскажуваме ова, е тоа дека не го знаеме точниот датум на раѓањето на Џек. Точно, звучи чудно, но во тие дамнешни времиња, водењето евиденција за новороденчињата во Тенеси и не било некој голем приоритет. Но ишто за тоа. Ви предлагаме да одберете било кој датум во септември и направите прослава во чест на Џаспер Њутон Даниел. Соберете ги пријателите, подигнете ја чашата и наздравете. Кога како гостин на неговиот роденден ќе станете негов близок пријател, и вие ќе може да го нарекувате нагалено - ЏЕК. Всушност и цел свет така и го нарекува, зошто не и вие? Така, во секоја кафеана во светот ќе имате по еден познат кого го знаете по име....

SEPTEMBER IS
JACK'S
OLD NO. 7 BRAND
BIRTHDAY

Ние овде во Македонија **ЗНАЕМЕ** кога ќе го прославиме роденденот на Џек. На **26 СЕПТЕМВРИ** (сабота) во летниот клуб Хавана. По тој повод ве покануваме на добра забава во друштво со Џек Даниелс.

jackdaniels.com tim.com.mk



DRINK RESPONSIBLY

city
radio
94.7



градска кујна промоција



Градска кујна со автентичен домашен вкус и беспрекорна услуга

Тазе пржени лепчиња, мусака, полнети бабури, сарма во лозов лист, но и превкусно печено пиле и лепеза од домашно зготвени десерти се само дел од богатата понуда на јадења во „Градска кујна“.



Пишувачка:
Елена БОШКОВСКА

Професионалност и квалитет, зачинети со тонови на мир и домашна атмосфера и превкусна домашна храна се првите импресии од услугата во ресторант Градска кујна. Новоотворениот локал на третиот кат во Градски трговски центар (ГТЦ) е одличен спој на извонредна понуда на домашно зготвени јадења и беспрекорна љубезност.

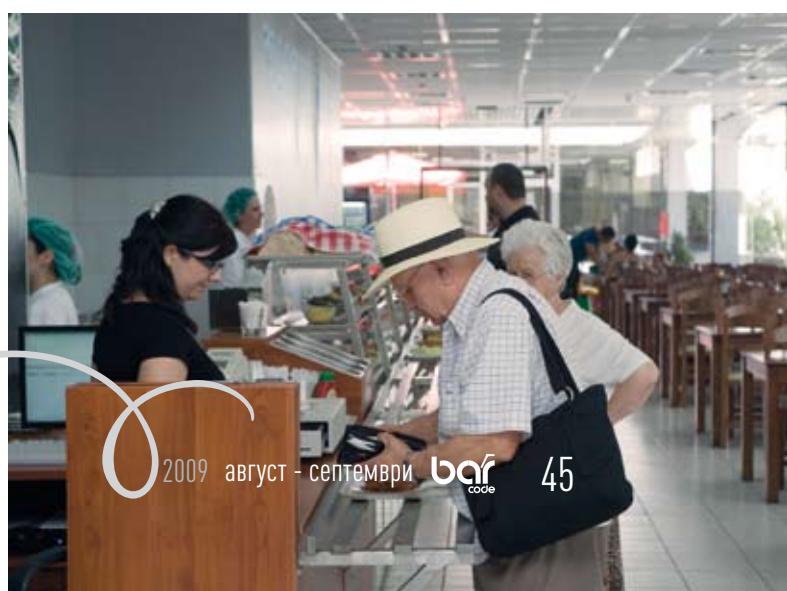
Во време кога светската економска криза е во полн ек и кога цената на речиси сите човекови потреби расте, повеќе од неопходно е внимание на што се троши семејниот буџет. Потребно е рационализирање во сите сфери на живеење. Воздржување од скапа облека, луксуз, кафулиња, ноќен живот, кафеани... Храната е сепак последната ставка во семејниот буџет на која се штеди. Но, неверојатно пристапните цени во „Градска кујна“ се уште една светла страна на овој златен медал. Совршениот концепт на менито предвидува достапност за сецији цеб. Тазе пржени лепчиња, мусака, полнети бабури, сарма во лозов лист, но и превкусно печено пиле и лепеза од десерти во кои уживате дома, а не можете да ги купите никаде, како на пример сутлијаш, се само дел од богатата понуда на јадења на „Градска кујна“. Посебно интересен и можеби единствен, го прави овој ресторант информацијата дека по порачка може да ви зготват било кое јадење од асортиманот.

Па така, голем број домаќинки семејниот ручек го „приготвуваат“ токму во „Градска кујна“. Автентичен вкус, кој истовремено штеди за вас и не го оптоварува семејниот буџет е добитната комбинација што полека, но сигурно станува препознатлив бренд.

- Готовиме во мали количини, од практични причини, за јадењето да е постојано топло и да не се расипе. Кога стоите во ред на касата за нарачка, со еден по-

глед кон кујната можете да се уверите во овие зборови, а воедно и да видите дека работиме по највисоки стандарди. Многу од нашите муштерии си носат свои тавчиња и семејниот ручек редовно го зимаат од нас. Ресторант нуди многу поволности и врвен квалитет за своите гости - објаснува, Столе Бојков, еден од тројцата сопственици на „Градска кујна“.

Дека ресторантот ги следни потребите и животните текови на своите муштерии говори и фактот што во време на пости, „Градска кујна“ нуди и голем избор на посна храна. Дел од понудата, за која неуморно се грижат 28 професионални куварки, е и бесплатно кафе и сок доколку доручкувате тука до 11 часот. Во рамките на ресторантот кој е отворен од 8 до 21.30 часот, секој ден освен во недела, работи и игротека за најмладите гости. Ресторант „Градска кујна“ е отворен од 1-ви февруари годинава, а веќе врши дистрибуција на храна. Доставата за сега се одвива само во ГТЦ, но сопствениците најавуваат проширување на оваа дејност низ целиот град. Добијот глас, надалеку се шири.





БК М Е Б Е Л

т. д.
ПРОСЕК
Башко Додел
Улица Јо. Јовановића 1000 Скопје

Тел. 02/ 20 33 094
e-mail: prossekbt@gmail.com



промоција

Ал Форно

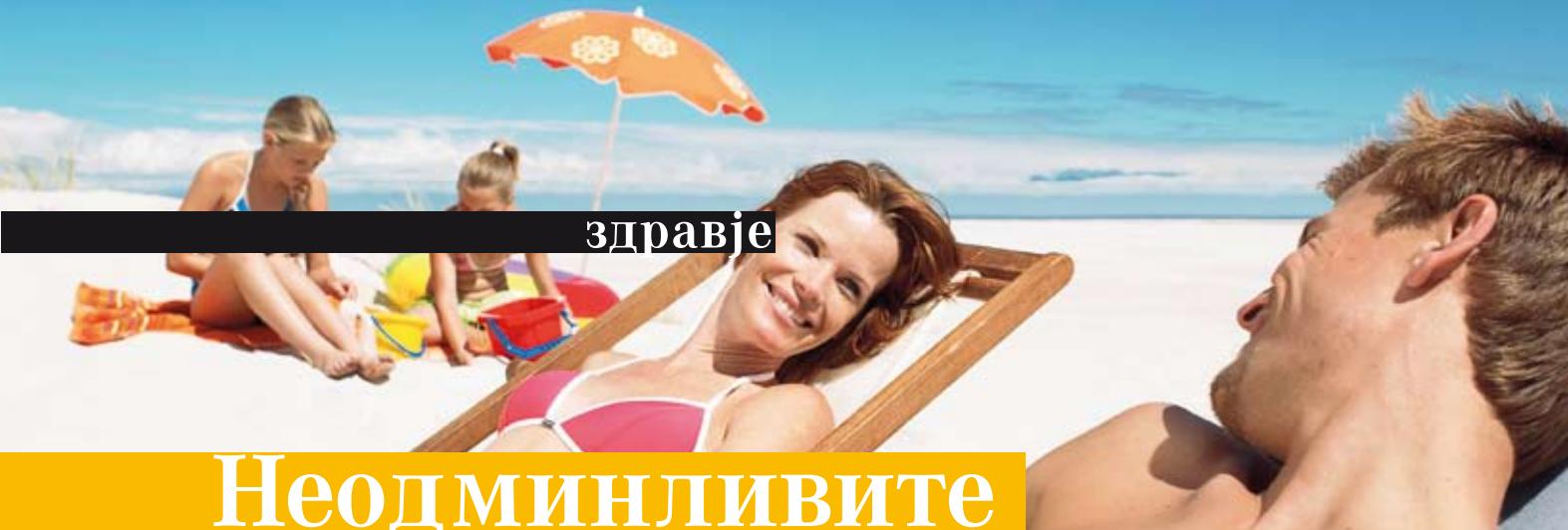
оаза за вистинските гурмани

Скопје доби нов ресторан кој освојува од првиот момент - декор кој се одликува со елеганција, топлина и стил и љубезен персонал кој што се само вовед во гастрономското уживање што следи.

Ал Форно - (Фурна) - зборува замо за себе. Централна улога во богатото мени се јадењата од фурна, во кои што се спојуваат традиционалните домашни вкусови и интернационалните кулинарски достигнувања. Менито е комбинација на јадења кои се типични за домашната и италијанската кујна. Во Ал Форно секој ќе го најде она што го бара - и вљубениците во свежо приготвени и испечени пити, месото од фурна, свежите салати, морските плодови, тестенините и десертите што се паметат... Уште во првата недела од своето постоење, Ал Форно ја доби својата прва клиентела меѓу луѓе што умеат да уживаат во храна приготвена и сервирана според светските стандарди. Секој детал е обмислен - и приборот и сервирањето и начинот на кој што храната ви се презентира. Фурната како типичен начин на приготвување на храната на балканските простори во Ал Форно добива нова димензија - секое јадење е мало ремек-дело.

Ресторанот Ал Форно се наоѓа на булеварот Митрополит Теодосије Гологанов, има сопствен паркинг и е извонредно место за приватни и службени забави, Ресторанот има околу 200 места, од кои дел се во прекрасно уредената тераса во која што е сместено и малото детско катче. Целата замисла на ресторанот ја водат тројца млади луѓе кои посакаа на својот град да му донесат нешто модерно, непретенциозно, а сепак традиционално. Избегнати се стереотипните интериерни решенија и начини на сервирање на храната - сега на пријателите од странство можете да им ја доловите домашната кујна, и сето тоа сервирано со стил и елеганција. Ал Форно е наистина прекрасен ресторан, оаза за виските гурманни и место кое на Скопје одамна му недостигаше.





здравје

Неодминливите летни совети

Во лето, не растат само температурите, туку и бактериските инфекции.

Експертите велат дека со секое зголемување на температурата од 10°C, бактериските инфекции растат за 17%.

Користете ја скарата за да ги спржите

За да го намалите ризикот од конзумирање салмонела заедно со скарата, месото и/или пилешкото не ги потпекувайте делумно во рерна или микро-печка пред да го допечете на скара. Бактериите се размножуваат толку брзо, што не може сите да се уништат на било каква висока температура. За да се уверите дека месото е добро печено, набавете термометар за храна. Плескавиците треба да постигнат 71°C, пилешките гради 74°C, а рибата 63°C. Не оставајте храна надвор повеќе од два часа или еден, доколку температурата достигнала 32°C

Сакајте се на правиот начин

Сексуалните односи во жешките летни ноќи можат да го зголемат ризикот од инфекции на уринарниот тракт, кои настануваат од бактерии како Ешерихија Коли. Превентивата против овие инфекции е лесна (и пријатна!): менувајте позиции или правете мали паузи во текот на односот за да го намалите притисокот на уретрата (триенето ги зголемува шансите за инфекција) и штом се заврши, испразнете ја бешиката.

Внимателно пред капење

Одите на океан, море, езеро или базен? Благите воздушни температури можат да донесат микроскопски непријатели, како Псеудомонас аеруринаса, која ја има во водата и која може да предизвика бактериски инфекции. Проверете ги официјалните податоци за нивото на бактериите пред да се одлучите да пливате. Доколку нивото е премногу високо, ќе има забрана за капење. Добар совет за секое време е исто така никогаш да не голтате вода и туширајте се после капење.

Пишувача:

Спец. М-р Радмила ДИМОВСКА

Круна МС



Не ризикувајте под сонцето

Рак-црвената кожа навистина боли, а последиците од неа навлегуваат подлабоко од површината на кожата. Ултравиолетовите зраци започнуваат еден домино ефект на воспаление кое веднаш ја нарушува здравата состојба на кожните клетки.

Доколку излезете надвор без да ставите крема за сончање, долгите и јаки УВА зраци кои ја стареат кожата и УВБ зраците кои ја пржат, навлегуваат во епидермисот (горниот дел од кожата) и прават простор за слободните радикали.

Високо реактивните молекули на слободните радикали ја уништуваат клеточната ДНА. Со текот на времето, клетките произведуваат корумпирани верзии на самите себе си и се создава пат кон рак на кожата.

Меланоцитите (производители на пигмент) имаат улога на УВ филтер. Тенот е природната заштита на кожата од сонце и знак за оштетување.

УВА зраците и слободните радикали навлегуваат во најдолниот слој од кожата, го уништуваат колагенот, кој ја одржува нејзината цврстлина и се создаваат брчки.

Секојдневното изложување на сончевите зраци е главниот виновник за 90% од видливите знаци за стареење на кожата на лицето (губење на сјајот, дамки од сонцето и брчки). Спречете или излечете ги проблемите од УВ зраците со некоја од следниве стратегии: влажнете ја кожата (пијте многу течности и мачкајте се со хидратантен крем), користете крем за сончање (доколку не користите крема за заштита од сонцето, сонцето ќе го нападне колагенот и ќе предизвика збрчкување на кожата и појава на брчки) и Користете крем после сончање.

10 трикови за Вашите заби

За прекрасна, бела насмевка, постојат неколку трикови кои ќе Ви помогнат да ја одржите вашата уста здрава. Ви откриваме 10 одлични трикови за подобро здравје на Вашите заби.

Звучи забавно, нели?

1. Користете конец за заби. Отстранете ги сите остатоци од храна заглавени помеѓу забите, а потоа исчеткајте ги убаво со четкичка за заби.
2. Четкајте ја и устата. Звучи чудно и нималку привлечно, но бактериите се размножуваат и на јазикот и на тврдото непце од усната празнина. Затоа, заедно со забите, четкајте го и јазикот и тврдото непце.
3. Чай. Плакнење на устата со црн чај после четкање на забите, помага во спречување на забниот каменец и може да ги намали киселините кои предизвикуваат кариес. Доколку се двоумите, за да не ги избовите забите со црниот чај - користете зелен чај!
4. Гуми за џвакање без шеќер. После секој оброк, џвакајте 20 мин гума за џвакање без шеќер. На овој начин се стимулира лачење на плунка, која ги уништува бактериите. Додатно на ова, разните вкусови на гумите за џвакање се пријатно освежување!
5. Четкајте ги забите додека слушате музика.

Четкајте за време на една цела песна. На овој начин добивате фино и темелно четкање во траење од две до три минути.

6. Витамин Ц. Верувале или не, секојдневно конзумирање 1 000 мг Витамин Ц помага во уништувањето на бактериите кои предизвикуваат воспаление на непцата.
7. Почекајте 30 мин. Почекајте 30 мин после конзумирање цитрусно овошје или пијалаци пред да ги четкаате забите. Звучи чудно, но цитрусните киселини првотемено ги ослабуваат забите, па доколку ги четкаате, може да дојде до нивно еродирање.
8. Јадете кркава храна. Кркавиот зеленчук помага во отстранување на забниот каменец и ги стимулира непцата. Истото не важи за кркавите колачиња, затоа подалеку од нив!
9. Јадете суво грозје. Фитохемикалиите од сувото грозје помагаат во борбата против бактериите во устата кои предизвикуваат кариес и воспаление на непцето.
10. Грицкајте чоколадо и кашкавал. Цедарот, моцарелата, швајцарскиот и американскиот кашкавал го намалуваат присуството на бактериите во устата, доколку се конзумираат после оброкот. Исто така, уживајте и во чоколадо! Маснотите од темното чоколадо можат да ја намалат штетата што другите шеќери ја предизвикуваат кај забите.

Нов лазерски третман за белеење и...

ПОКАЖИ ЗАБИ



култура

Историја на коктелите

Приказната за коктелите , која се протега повеќе од два века е богата со личности и анегдоти. Но прво треба да ја разгледаме историјата на самиот збор "коктел" кој со текот на времето го менувал своето значење.

Историја на терминот "Коктел"

Нема точен податок од каде доаѓа зборот коктел. Во Англија на времето се користел да се описе ракен кој на кој мускулите под опашот му биле така одделени што опашот стоел постојано исправен и потсеќал на опаш од петел (cock tail). Други веруваат дека зборот коктел е извртување од зборот "coquetel" (чашка за варено јајце) во која некој Французин послужувал чудни напитоци кои ги нарекувал "coquetel" - тој можеби бил аптекар од Џу Орлеанс...

Друго место на потекло на зборот коктел е Мексико каде што таткото на принцезата која се викала Цоцтел бил познат по тоа што мешал мистериозни напитоци. Крајна теорија е дека сопствениците на таверни користеле пердуви од опашот на петелот (cock's tail) да ги обележат различните видови на пијалоци. Никогаш нема да дознаеме која е истин-

Пишувач:

Филип АРНАУДОВ

здржание на бармени на Македонија



ската, но без разлика овие приказни ќе продолжат да се кажуваат како дел од фолклорот на светските барови.

Прво спомнување на зборот во печатена форма

Од друга страна знаеме кога точно зборот коктел прв пат се појавил во печатена форма. Деталите се следниве: во Мај 1806, во весникот The Balance and Columbian Repository, весник кој излегувал во градот Хадсон во државата Њујорк, љубопитен читател го прашал издавачот за терминот "коктел" како еден вид освежување кој бил споменат во претходен текст. На ова издавачот му одговорил дека коктел е стимулативен пијалок направен од алкохолни пијалоци, шеќер, вода и битери, бил познат и под името

"bittered sling". Се смета дека бил одличен напиток за време на изборната кампања бидејќи го охрабрува срцето и ја поматува главата. Исто така пишува дека дека е погоден за Демократските кандидати бидејќи ако проголтаат чаша од коктелот можат да проголтаат било што.

Подоцнежни значења

Во денеско време зборот коктел се употребува да го опише било кој мешан пијалок кој содржи најмаку две состојки, но значењето на зборот еволуирало значително. Кога прв пат се појавил во Соедините Американски Држави на почетокот на 19ти век, терминот "коктел" означувал мешавина на брениди, шекер, вода и битери. Се до 1890 година кога зборот коктел се користел да опише пијалок кој се подготувал во Микс чаша или во Шејкер и се послужувал "straight up" (без лед во чашата). Останатите мешани пијалоци едноставно ги нарекувале "мешани пијалоци".

Од 1920 година па навака значењето на зборот коктел продолжило да го проширува своето влијание се додека не ги вклучило сите мешани пијалоци. Коктел забавите и коктел облеката исти така беа вметнати во говорот.



We only do what know the 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, efferino 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 consumers who appreciate a distinctive and unique flavour.

Увозник и дистрибутер: СТ - Компани дроеј Скопје
тел: 02/ 2545-790 факс: 02/2500-791
stkompani@on.net.mk



www.monini.com

ВИНО

Зачинето вино Ширас

Пишува:
Александар ВУЧКОВСКИ



Во овој број на Бар Код подобро ќе се запознаеме со езотичната сорта на црвено грозде - Ширас.

Оваа сорта потекнува од Иран (Персија), но во почетокот на 19 век по пат на трговска размена е донесена во Европа, поточно во Франција, каде што се сади и одгледува во нејзиниот јужен дел. Оттаму, ширасот се пренесува низ новиот вински свет, пред се во Австралија, Јужна Африка, Калифорнија, а по-доцна и во Аргентина и Чиле. Интересно е што оваа сорта има два изговора на името, во англиското говорно подрачје оваа сорта се изговара ширас а во Франција и некои шпански говорни подрачја, сира. Но како и да е, се работи за една специфична црев-

на сорта на грозде која станува се повеќе популарна низ целиот свет, па и во Македонија. Од ширазот се прават тешки вина со полно тело и специфична зачинска арома, а најчесто се зреени во дабови буриња- барик технологија. На изглед ширасот има темно црвена боја а ослободува мириси на презерана вишна, сува слива, дрво и зачини. Бар Код Ве потсетува дека како и секое друго квалитетно вино така и добро избалансириот ширас, би требало да ги следи овие мириси и во вкусот. Карактеристично е присуството на црн бибер и пецкање на страничните делови од јазикот. Послевкусот е скоро секогаш долготраен, со проследено присуство на зачини и би-

бер до последната секунда. Се произведува чист, но често е блендиран со кабарне совињон, и мерло и на тој начин се добива една помека и свилена текстура на виното. Телото е средно до многу полно, во зависност од староста на примерокот а ширасот скоро секогаш можете да го зреете неколку години и на тој начин да добиете една вистинска овошно-зачинска бомба .

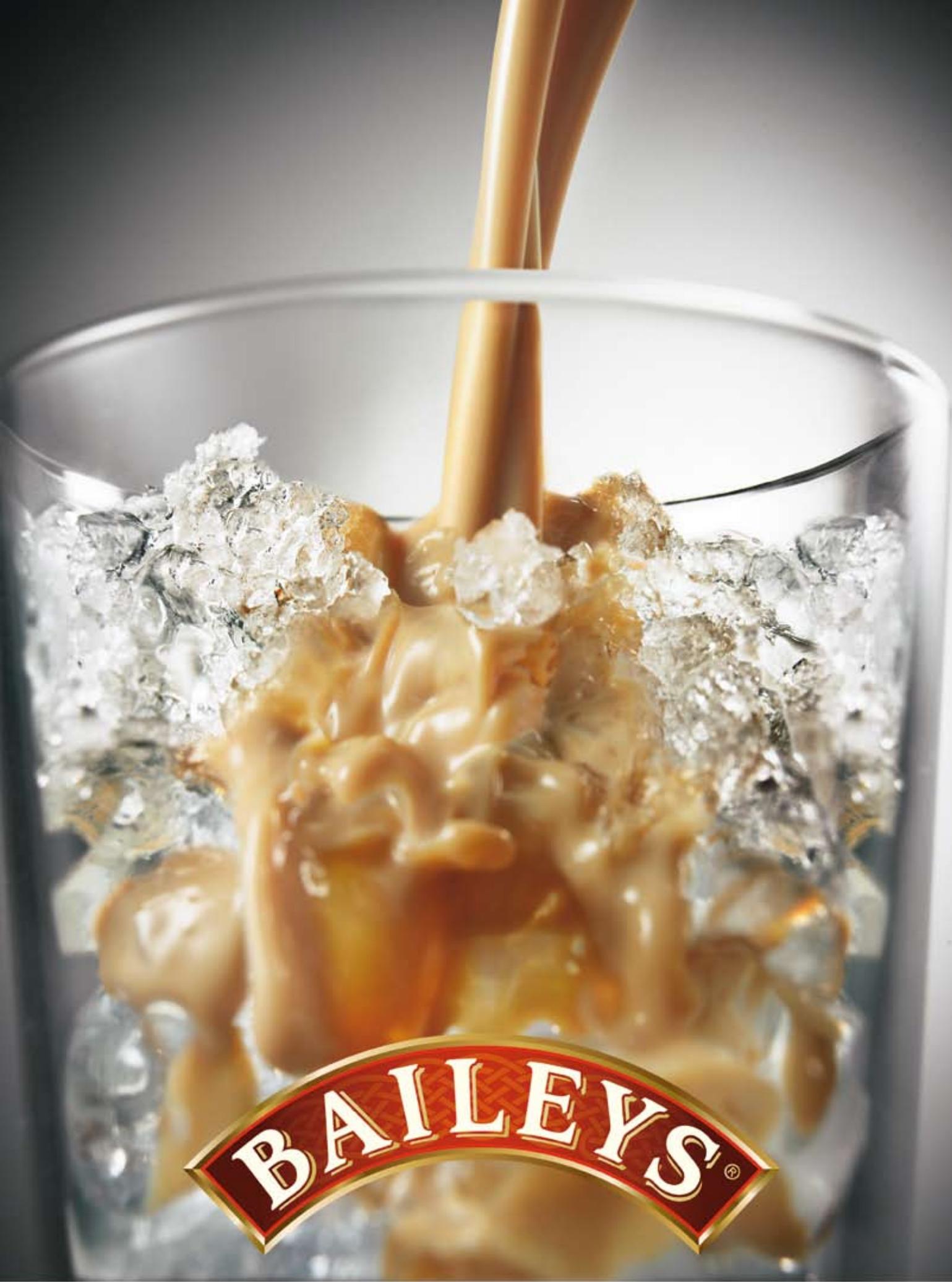
Оваа сорта бара специфични услови и земја за нејзино култивирање . Во Македонија, од пред неколку години се посадени насади со оваа сорта (во Велешко) и некои винарии веќе се обидоа да произведат ширас и со тоа да го следат светскиот тренд во винскиот свет, но факт е дека се уште треба време и искуство за да се произведат одлични примероци од ова вино рамноправни со истите од други региони. Друга причина е што и самите услови кај нас (почвата и климата) не се баш најдобри за одгледување на ова сорта, но да се надеваме дека во иднина ќе го усвршиме и ова вино како и многу други досега. Винските љубители во Македонија силно ги поддржуваат ваквите напори. Храната што би одговарала за ова вино е многу слична со онаа за кабарне совињон , значи полномасна и тешка. Ароматичните сирења со висока млечна масленост и облагородена мувла како што се сините сирења, рокфорт, горгонзола, стилтон, но и нашите овчи кашкавали се одличен придружувач на ширасот. Јадењата од црвено месо со богати месни фондови се вистинска комбинација, како и присуството на ароматични билки рузмарин и мајчина душичка. Но, сепак вистинска предност на ширасот



е во тоа што е единственото вино што може да се спари со дискретно зачинета и лута храна . Екипата на Бар Код Ви препорачува јадења од тајландска та, и индиската кујна кои што изобилуваат со многу зеленчук и зачини а тоа во комбинација со свинско или јагнешко месо е совршен спој за ширас. Но, еден мал совет: не претерувајте со чилито, јадењето за спој со ширас треба да е малку луто, индиските традиционални лути јадења не можете да ги спарите со ниедно вино зашто лутите киселини ги "умртвуваат" и блокираат непцата, и тогаш не можеме да ја почувствувааме овошноста и другите карактеристики на било кое вино. Важно е кога комбинираме лута храна со ширас, температурата на виното да е пониска од препорачаната собна, значи некаде помеѓу 14 и 16 С, за да се истакнат овошните киселини, свежината и на тој начин да го згаснат отнот" во вашата уста , а не да го разгорат уште толку.

Печениот јагнешки бут со рузмарин и лук , свинските ребра со сос од сирење и месото од дива свиња и елен се одлични комбинации за ширасот. За најслаткиот дел од оброкот би требало да го смените ова вино, но ако сепак инсистирате да го завршите ручекот со ширас тогаш потрудете се тоа да биде колач богат со темно чоколадо во комбинација со гумбир и црвено зрнесто овошје: капини и вишни, или пак парче тирамису, збогатено со чоколаден крем и кафе .





BAILEYS®

Serve chilled

Пакување: границите на иновациите



Подготвил:
Горан ИГИК



Пакувањето на алкохолни пијалаци нуди широк дијапазон на иновации, но се уште е предмет на добро востановени и етаблирани правила, особено кога станува збор за виски и коњак.

Во високо компетитивните пазари на алкохолни пијалаци, пакувањето односно флаширањето заузема иновативен замав со досега невиден спектар на решенија како бои на силиконска основа на амбалажата, сатенски завршетоци на шишињата, различни неправилни форми, кожни облоги и разни варијации на површини меѓу другото. Во индустријата на алкохолни пијалаци често се случува лансирање на серии на пијалаци со краток животен век, објаснува Jean Marie Paquis, директор на продажба на компанијата за бордо вино, Sobodec.

Пакувањето е од ден на ден се пософистицирано

со една единствена цел да направи продуктот да се издвои од останатите. Новите техники често се комбинираат како на пример сатенски завршетоци, специјални техники за изработка на површината, рачно изработени декоративни елементи и слично. Покрај многуте можни комбинации се уште не е возможно се.

Постојат одредени технички ограничувања. Сатенските завршетоци на пример не може да се комбинираат со одредени техники за изработка на површината на шишињата кои го прават стаклото погрубо. Трендот на моделирање на стаклените амбалажи тежнее кон отстапување од курсот на заоблени форми. Додатно на се, постојат се уште добро етаблирани правила на пакување особено кога се во прашање коњакот и вискито

Коњакот е скап пијалак и континуирано мора да одржи одредено ниво на сигурност во поглед на амбалажа, а се со цел да не го компромитира сопствениот имиџ. Многу пазари како северно-европскиот и американскиот на пример, имаат воспоставено одредени правила. Непочитувањето на овие правила значи ризик, но ако сте подгответи да ги заобиколите истите треба да објасните зошто- вели Eric Voignier, комерцијален директор на консултантската агенција за имиџ стратегија, Daedalus во Ан-гулеме.

Лондонската агенција, Blackburn's, на пример, на овој начин, со спротивставување на правилата и покрај негативните очекувања и предвидувања постигна голем резултат со модифицирање на типичниот изглед на шише на виски со високо грло и широка етикета со многу информации во кратко, тркалезно шише со гравирано име на стаклото и со мала етикета со рачно испишани букви.

Мали финеси, нов изглед

Амбалажите и имиџот на истите излегуваат од мода со тек на време - вели Ериц Воигниер. Како и да е,



многу често пакувањето е надградено со одредени суптилни промени, како интересни амбалажи ослободени од условно беззначајни квалификации кои се дислоцираат на задната страна од шишето, со цел истакнување на брендот и името на продуктот на предната страна. За ограничени серии големите брендови често пати си дозволуваат поголема слобода во поглед на фантазија. На пример, фирмата за производство на коњак, Лузе, за својот производ Џо коњак користи техники кожа познати како Скинслејверс од компанијата Slevveer International. За овие украсни облоги обично се користи кожа од гуштери, питон и крокодили и се произведуваат во различни бои и големини благодарение на големата еластичност на материјалот и специјалните хелио-техники за гравирање. Овие техники овозможуваат специјален ефект со што овозможуваат целосна метаморфоза на производот, без менување на амбалажата. Со кожните облоги се добива и тродимензионална поддршка која овозможува четири функции: дотерување, информирање, заштита и промоција на продуктот - објаснува Pascal Leroy, маркетинг експерт.

Друг светски реномиран бренд за коњак Hennessy избрал 3D техника за потребите на својот најнов производ со цел да се заштити себеси од можни фалсификатори.



An advertisement for nobu sushi & bar. It features a tray of various sushi rolls and nigiri. The background has a red and black pattern with the word 'nobu' in large, stylized letters. A hand is shown holding chopsticks over the 'nobu' graphic. The text 'nobu sushi & bar' is at the top, and 'Leninova 29 tel. 02 31 21 123' is at the bottom right.

SANGRIA

квалиитетно вино

со додаток овошје

(портокал, јаболко, лимон)



се служи во
чаша за цврено вино
со додаток на
лед, портокал, 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 цврено вино, познато ширум светот над сто години. Основата на овој микс е цврено "Бордо" вино од Франција, бренди и свежо овошје кое се додава за оплеменување на вкусот, послужено во чаша за цврено вино врз коцки мраз.

www.illyeshop.com



ДЕНМАК

Тел: 02 5205456

Качанички Пат ББ

1000 Скопје

denmak@denmak.com.mk

www.denmak.com.mk

METODO
IPERESPRESSO



www.illy.com

KOCOM MCII

SPIRIT CONTROL DOSAGE SYSTEM

- Попис - притискање на едно копче .
- Текст на дисплеј .
- Економичен за користење .
- Точење директно во чаша преку активен читач .
- 7 различни дозери со програмирана цена .

KEEPING YOUR PROFITS WHERE THEY SHOULD BE

- Секоја употреба на дозерот се регистрира веднаш .
- Прецизно точење и евидентија без можност за манипулација.
- Автоматски 'Happy Hour' и дневна/ноќна цена .



KOCOM SOLUTIONS е динамична и добро организирана корпорација која нуди иновативни решенија за Вашиот бизнис.

Како резултат на долготрајниот успех на пазарот во Скандинавските и земјите од западна и централна Европа , KOCOM SOLUTIONS ги проширува своите активности на Балканскиот и источноевропскиот регион.

Стручноста и искуството на нашиот тим, кој што функционира во Шведска , Данска , Германија , Шпанија и други земји, нуди водечки и иновативни решенија и технологии .

Наша и примерна цел е Вие да се концентрирате на Вашиот бизнис, додека ние се концентрираме на Вашиот технолошки развој.

Лондонскиот вински саем (2 дел)

Иако не беа присутни со штанд на овој саем, нашата винарија Chateau Kamnik, беше единствената која освои награда- бронза. Ги обележуваме и нивните други два големи успехи- наградата на саемот во Љубљана и во Франција

Лондонскиот вински саем кој се одржа од 12-14 Мај оваа година во изложбениот салон Ексел и за кој пишувавме во минатиот број, за прв пат им пружи гостопримство на производителите на вино од Хрватска, Босна и Херцеговина и Македонија, кои им се придружија на своите колеги од Словенија, Романија и Бугарија, со што со право предизвикаа впечаток дека балканските земји го превземаат приматот на оваа престижна винска манифестација. Тоа беше објавено и на официјалните прес конференции и на самиот сајт на саемот, каде што Балканот беше претставен како регион каде што се почитуваат добартата храна, убавите моменти, а во поново време, природно, и квалитетното производство на вино.

Во минатиот број ви понудивме извештај за тоа како се промовираа нашите винари на овој настан, а во овој број ќе ви презентираме како на тоа гледаат самите организатори на овој саем - Вил Броудфут, маркетинг менаџер и Наоми Кук, PR менаџер на настанот.

Бар Код:

Грција оваа година имаше многу поплаки за името под кое изложуваше Македонија, односно нејзиното уставно име?

Вил Броудфут:

Тие додуше не вложија официјална жалба, меѓутоа инсистираа на тоа да ви се обраќаме со скратеницата за вашата земја. Бидејќи немаше официјален документ, ние ве ослорувавме, онака како што бевте пријавени за саемот.

Бар Код:

Како го оценувате излагањето на македонските винари оваа година?

Вил Броудфут:

Нивниот штанд беше многу добро позициониран и



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 достојно 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, бецови...

следствено на тоа и многу добро посетен. Како за нови излагачи тие предизвикаа голем интерес и на самото место, но и на прес конференциите. Лошата страна беше што сите излагачи од Македонија не беа на едно место, туку на две локации, но за 2010 година, за кога имаме најава дека ќе учествуваат тој проблем ќе биде решен.

Бар Код: Дали имате фаворити од вината од Балканскиот регион?

Вил Броудфут:

Како организатори, свесни сте дека мораме да имаме неутрален став по овие прашања, но сепак можам да кажам дека сум восхитен од неколку словенечки вина од мали приватни винарии

Бар Код:

Како ја гледате иднината на балканските, поспецифично на македонските вина во Британија во иднина?

Наоми Кук:

Со сегашнава економска ситуација, можам да кажам дека македонските вина можат да имаат значителна предност во однос на некои поразвиени региони во светот чии вина само поради потеклото почнаа да поскапуваат. Со добар пристап, сметам дека македонските вина имаат доба иднина на нашиот Пазар.

Бар Код:

Тиквеш ви оставил добар впечаток?

Наоми Кук:

Конечно, некој од Македонија почна да ги прави работите на вистинскиот начин. Доказ за тоа е и нивното присуство на Програмата за храна, на BBC Радиото.





THE SOUND OF SUMMER



COLOSSEUM
SUMMER CLUB

REPUBBLICA DELLA MODA

GTC PRIZEMJE

Chen Man Photography

DOLCE & GABBANA

Ermenegildo Zegna

ICEBERG

C'N'C
CoSTUME NATIONAL

John
Galliano

AJ | ARMANI
JEANS

V VERSACE

CELINE

b.

emanuel ungaro

D&G
DOLCE & GABBANA

JUST cavalli

GF FERRÉ