

bar code

СЕПТЕМВРИ/ОКТОМВРИ 2007

СПЕЦИЈАЛИЗИРАН МАГАЗИН ЗА УГОСТИТЕЛСТВО

Цена 100 ден.



ШЕСТ ЧЕКОРИ ДО УСПЕШЕН
УГОСТИТЕЛСКИ ОБЈЕКТ

ПИЈАЛОК СПОРЕД
ХОРОСКОПСКИОТ ЗНАК

КОЛКУ ЧИНИ ДА СЕ ОТВОРИ
КАФЕ БАР

ЕКСКЛУЗИВНИ ИНТЕРВЈУА
WILL BROADFOOT
MELISSA COLE

КОИ СЕ СКОПСКИТЕ ГЕЈ БАРОВИ

ШТО И КАДЕ ЈАДАТ СТРАНСКИТЕ
ПЕЈАЧКИ СВЕЗДИ ВО СКОПЈЕ

КАКО СЕ ОЦЕНУВА КВАЛИТЕТОТ
НА РЕСТОРАНИТЕ ВО АМСТЕРДАМ

БАРОВИ И РЕСТОРАНИ • РЕЦЕПТИ • ХОТЕЛИ И ТУРИЗАМ



Find the best restaurant to your taste



www.restaurants.com.mk

Круна МС[®]
СТОМАТОЛОШКА ОРДИНАЦИЈА

Специјалистички консултации
Ортодонција - Протетика
Ренген панорамикс кабинет

www.krunams.com.mk e-mail krunams@mt.net.mk

**Градски Трговски Центар, кула 2 кат 2
тел: 3166-919**

СОПРОЖИНА

06 угостителство со шарм
Шест чекори до
успешен локал
на долг рок

14 ексклузивно интервју
Вил Бродфут
Луѓето од индустријата
за пијалоци се полни
со страст и жар за
својата работа

17 интервју
Александар Вучковски
Хармонија на сите
вкусови

22 lifestyle
Скопски геј барови
- номадска забава

25 ексклузивно интервју
Бар Код пријатели
Мелиса Кол уредник на
BAR MAGAZINE UK

26 stilisimo
Општи закони за
облекување во
ресторан

28 За македонците
работи
Скарани на кило

32 пијалоци
Кажи ми што пиеш и ќе
ти кажам кој знак си

34 коктели
Софистицирани
транспарентни
коктели

38 пијалоци
Пиво

40 храна
Чинија полна со адути

46 кулинарски критичари
Јоханес Ван Дам
страв и трепет кај
холандските
угостителии

51 архитектура
Колку чини да се
отвори локал во Скопје
и околината?

17 интервју
Тодор Стојановски
Хјумидор најдобриот
пријател на пурите



ИМПРЕСУМ

Издавач
BAR CODE Скопје

Адреса
**Франклин Рузвелт бр. 14,
Скопје**

Тел/ Факс
389 2 324 5238

Главен и одговорен уредник
Радмила Павловска

Редакција и соработници
Александар Табаковски
Ана Зафирова
Бојан Манушев
Бујар Муча
Цаци Паковска
Дарко Ангелески
Горан Игик
Игор Пачемски
Кочо Андоновски
Маријан Костадиновски

Графичка подготовка
ЛАМИНА Скопје

Фотографии
BAR CODE

Маркетинг
Нина Павловска

Печати:
ЛАМИНА Скопје
www.barcode.com.mk
barcode@barcode.com.mk



ВОВЕЛНИК

Впечатоците од првиот број се позитивни! Ја погодивме темата, местото и времето. Сега останува потешкиот дел - навистина да ги задважиме работите на подобро и што повеќе луѓе да го видат тоа. Како што кажа еден од угостителите гости на промоцијата на магазинов- на оваа земја и треба револуција во угостителството.

Затоа во овој број ќе се обидеме да бидеме практични и со едноставни совети да им помогнеме на угостителите да согледаат некои работи кои ги пропуштиле, а на конзументите да се чувствуваат подобро кога ќе излезат во ресторан или кафе бар. Се сомневам дека било кој од угостителите не сака да има задоволни гости или поголем профит, а воедно тоа да биде на долг рок. Зошто некој би отворил ресторан и тој би бил актуелен само една сезона? Зошто постојано не би се воведувале нови работи и секогаш да се биде интересен за гостите и како постојано да се одржува квалитетот? Како тоа да се постигне? Треба многу работа но повеќе од се, треба познавање на работата.

А конзументите? Тие се главните звезди на угостителството, целта поради која постојат угостителските објекти, а не спротивното. Колку пати сме чуле - гостите тоа го бараат, гостите ми се вакви или онакви... Тоа е спретата која функционира едноставно - гостите му даваат лик, карактер, шарм на одредено место, но и самото место ги обликува и дефинира своите гости, им дава одреден печат и имиц. Затоа е важно и гостите да имаат одредена култура на излегување и однесување во угостителски објект. Според начинот на кој ќе се облечат, кој пијалок ќе го нарачаат и како ќе го конзумираат, тие го покажуваат својот став и почит/непочит кон местото кое го одбрале. Тие треба да сфатат дека нивното излегување испраќа порака, но исто така има и цел, смисол. Најчесто се излегува поради желба за дружење со пријателите, за уживање во храната или пијалокот, но луѓето излегуваат и да се покажат, пофалат, да се смират од стресот на работа, да избегаат од домашната врева, да се издвуваат или едноставно да го променат секојдневието. Сите наведени и уште многу други се легитимни причини за посета на угостителски објект. Кога секој би знаел зошто излегува, би знаел и каде да отиде, и како да се однесува таму. Не би имале промашени вечери после кои би се чувствувале празно, или бесцелно потрошени часови седнати на неудобно столче после кои боли грбот. Дефинитивно, во овој град и во оваа земја треба да се напушти психологијата на стадо во која малкумина знаат зошто излегле. Дел од оваа култура на однесување претставува и одговорното излегување и конзумирање алкохол. Алкохолот, како и излегувањето служи за уживање а не за себеизмачување или малтретирање на околината.

Да ги поедноставим работите - овој број ќе донесе свежи информации и совети за секого. Ќе се фокусира на нашите конкретни слабости, проблеми, недоумици и дилеми, ќе не потсети какво е чувство-то квалитетно да се ужива во излегувањето. Се надевам дека на угостителите ќе им помогне да имаат повеќе гости и полна каса на крајот од денот.

ШЕСТ ЧЕКОРИ ДО УСПЕШЕН ЛОКАЛ НА ДОЛГ РОК

Пишува:

Радмила ПАВЛОВСКА

Во текот на изминативе речиси десет години, во близок контакт со неколку стотини угостителски објекти од цела Македонија имав прилика да се сртнам со исто толкав број ентузијастични, амбициозни и со свежа угостителска енергија набиени луѓе, кои ми ги презентираа нивните уникатни идеи за тоа како нивниот објект планираат да биде нешто невидено на овие простори, ќе понудат нови содржини, ќе ги третираат своите гости како дел од својата фамилија, ќе понудат екстра услуга и пристапни шени . . . И секој пат одново, се радував како мало дете, дека ете, и во мојата земја ќе се роди креативност и квалитет, ќе потврдиме дека не сме генетски ќорсокак на нашите славни претци кои оставија белег на цел свет. Исто така, ме радуваше жарот и самоувереноста со која тие луѓе ми зборува, затоа што сите најуспешни светски бизнисмени и лидери во своите мемоари и книги, истакнуваат дека еден од трите клучни фактори за успех на одреден бизнис е емоцијата, лъбовта за тоа што го правиш и давањето дел од себе. Според тие приказни, Скопје и Македонија одамна требаше да бидат маркирани на патувачките карти, барем на нашите соседи како место за кое вреди да се седне во кола или авион, за да се помине незаборавна ноќ. Но! Што имаме? Имаме над илјада угостителски објекти само во Скопје, лаички сегментирани како шемаџиски, селски и ќебапчилниши (?!), од нив едвај десетина, квалитетни извори на светли моменти во нашиот дневен и ноќен социјален живот.





Како да се анализира такво угостителско миље? На пример, ајде да почнеме со содржините што се нудат. Поамбициозните од нив имаат програма и таа отприлика оди вака: понеделник - латино, вторник - хип хоп, среда - жива свирка, четврток - DJ Ојле, петок - DJ Дојле, сабота и онака сам се полни локалот и недела - вољно! Врв на овој богат културно забавен живот се ноките со танчарки со голи српски газови, каде што се отвара и по некое шише шампањ и се раѓа по некоја емотивно - еротска релација со сомнителни позадински мотиви. Настрана, фактот што конзументите на истиот се трудат тапата што посилно да пукне (што не смее), за сите да го видат и чујат моментот, а половина од гостите напатени од турбулентните времиња добиваат моментален нагон да легнат на земја оти мислат дека некој пука со пиштол. Но сепак никој не негодува затоа што по ваквиот момент, адреналинот произведува уште покестока забава до зори.

Сета насобрана енергија од досадните животи, штедро се истура на масата на која стои полни пепелник со триесет опушоци. Или, измешаните генерации на збунети деца кои се кријат од своите демек модерни и изморени родители во дискотека, а поим немаат зошто излегле, само си молчат и си пијат пиво, ни по девојки не се загледуваат.... Едноставно, не можам да ја заборавам ни случката кога еден угостител што бил во Германија пред многу години ме уверуваше дека на келнерките ќе им нарача метални корсети и ќе купи машина ша ќе врљат пена на улицана и то ќе биди топ... Ах... Што стана со брилијантните идеи од почетокот на текстот? Колачиња со кафето, Луди журки за кои ќе расправате на четириесет години, сретнати погледи на песната што ве погоди баш вас двајца....

Знам дека половина од читателите на овој текст тука ќе престанат со читањето и повторно се ќе си продолжи по старо. Но за оние кои ќе ја издржат сировоста на реалноста која не опкружува и сакаат да го вратат сјајот на деновите и вечерите во нашите градови кога луѓето се враќаа дома, едвај чекајќи да дојде следната вечер за да излезат, подолу се неколку практични чекори кои секој може да ги направи. Тајната е во тоа да се има КОНЦЕПТ. Да не мешаат баби и жаби!

1. Пред да го отворите или да го реновирате вашиот локал, запрашавте се: Кои ќе бидат моите гости? Проучете ја нивната психологија, ова е основно. Нема лоши и добри гости, сите само имаат свој вкус и динамика на живеење во која можете да се вклопите, да им направите да се чувствуваат удобно. Ако имате убав тревник или игралиште за деца, не правете програма со напорна електронска музика, ако ги чекате вискациите со џипови како гости, видете дали има каде да паркираат, тие сакаат да бидат видени, ако сакате луди журки, не отварајте цел ден, никој нема да дојде да пие кафе наутро таму каде што се мајмунишувал претходната вечер, а вие ќе имате дополнителни трошоци и така натаму.

Добар пример: Ирски Паб, зимскиот Хард Рок

Врв на скопскиот богат културно забавен живот се ноќите со танчарки со голи српски газови, каде што се отвара и по некое шишче шампањ и се раѓа по некоја емотивно - еротска релација со сомнителни позадински мотиви



2. Прилагодете го ентериерот на намената и профилот и психологијата на гостите. Не дозволувајте им на архитектите, своите студентски нереализирани амбиции и фикс идеи да ги реализираат со ваши пари. Не ставајте скапи кожни гарнитури ако многу фините девојки со пеглани коси и леопардови штикли се качуваат на нив по полноќ, бидете практични со масивноста на шанкот на сметка на бројот на маси, затоа што тоа за вас е поголем профит, димензионирајте ги тоалетите и магацинскиот простор соодветно.

Добар пример: Нобу

3. Направете соодветна понуда и мени. За ова ви се потребни само три работи - повторно познавањето на психологијата на гостите, знаење за понудата на пијалоци и продукти за храна на пазарот и дигитрон. Не импровизирајте и не се занесувајте со препишани коктели од грчки менија кои нема кој да ви ги направи или за кои немате состојки (цинцер еjl не е исто што и спраjt и слично), не го полнете менито со неупотребливи пијалоци и јадења, и ве молам, ве молам, не одете со онаа позната угостителска математика - сите артикли по два или три од набавната цена, затоа што понекогаш повеќе заработкаате од едно виски, отколку од пет пива, ако ја прилагодите цената.

Добар пример: Колосеум

4. Одберете добра екипа и работете со нив.

Ова е еден од потешките делови од работата. Бидејќи кај нас се уште нема доволно професионални угостителски работници и оваа работа е само попатна можност за студентски џепарлак, ќе и посветиме малку повеќе внимание во некој друг текст. Но она што е важно да се знае е дека газдата треба секого од персоналот поединечно да го обучи за најважните работи, да направи приятелски однос со нив и уште поважно да створи чувство дека е дел од тимот (помалку ќе го крадат меѓу другото). Не бидете надмани, но задржете го авторитетот.

Добар пример: Дуому, Блу кафе, Форца

Нема лоши и добри гости,
сите само имаат свој вкус и
динамика на живеење
во која можете да се вклопите,
да им направите
да се чувствуваат убаво



Почитувајте ги постојаните гости, поздравете се со сите кога ќе дојдете во локалот, дајте им да имаат свое шишче со омилениот пијалок и направете посебно ормарче за тие шишиња со нивно име за секојпат да пијат од своето, тоа ќе ги врзе емотивно за местото, со фломастер напишете на маишите на келнерите дека е тоа келнерот на Саше, Горан, Зоран или на картичките за резервација имајте ги нивните имиња. . .



5. Одржувајте квалитет на услугата и секоја сезона дополнете го концептот со нешто ново - бидете креативни. Ова е клучот на шармот на одредено место. За првото - немојте еднаш Мохитото да биде со сецкано нане како магданос за во манџа, а следното како бонсай во чаша, не дозволувајте едната келнерка да е љубезна, а колешката што ги служи другите маси да седи на шанк и да пуши додека гостите чекаат сметка. За второто - ова е омилениот дел на гостите. Кој не се радувал на течниот шеќер во Ли, колачињата пред неколку години од мајка му на Чале, објаснувањето што ќе јадете во Тоскана откако сте послужени . . фала богу има повеќе вакви примери

Добар пример: Далма и гореспоменатите

6. Работете на маркетингот и ПР-от. На почетокот додека да ве научат дека постоите, можеби ви е потребна реклами на радио и во некој печатен или веб информатор. Но, кај нас, се уште најдобрата реклами е од самите гости. Почитувајте ги постојаните гости, поздравете се со сите кога ќе дојдете во локалот како што тоа го правеше Фуфо на времето, дајте им да имаат свое шише со омилениот пијалок и направете посебно ормарче за тие шишиња со нивно име, за секојпат да си пијат од своето (тоа емотивно ќе ги врзе за местото), со фломастер напишете на маиците на келнерите дека е тоа келнерот на Саше, Горан, Зоран или на картичките за резервација имајте ги нивните имиња . . Бидете креативни

Добар пример: ДМ

Резиме:

Интенцијата не беше некој да се навреди. Ниту пак, да ви кажеме дека не знаете да работите. Во текстот погоре нема ништо што секој од нас не го знае. Едноставно, угостителството е тешка професија и треба да се работи со многу енергија, посветеност и креативност. Гостите се веќе уморни од бесцелното талкање од место до место не забележувајќи разлика. Сакаат само да им биде пријатно и за тоа знаат да бидат многу благодарни (\$). На крајот на краиштата, потребно е само малку воља. Препрочитајте го два пати текстот и ставете се во улога на потрошувачот без предрасуди. Работата ќе тргне сама од себе.. . Градот убав пак ќе никне ..





**Kimberly-Clark
Professional***



НОВО!
AQUA * LUXURY FOAM HAND CLEANSER DISPENSER

ТЕЧЕН САПУН ВО ФОРМА НА ПЕНА
2500 дози

Најдобар начин да им покажете на
своите гости, посетител и вработени
дека се грижите за нив и нивната хигиена

Сите наши производи
поседуваат сертификати за квалитет!



Тел. 02/3296571
WWW.MINAKO.COM.MK



VEND MEDIA DEPO D.O.O.
АВТОМАТИ ЗА ПРОДАЖБА НА КОНДОМИ



TROJAN®
No 1 BRAND LATEX CONDOMS

...90 години искуство



Одберејте јо
високиинскиот стил

Раџабахçe



- хотели
- ресторани
- кафе барови
- пицерији
- fast food
- слаткарници
- домаќинства

Сè на едно место

ArtGlass

бул. „Јујославија“ бб
1000 Скопје,
Македонија
Тел./факс +389 2 26 16 333
e-mail: artglass@mt.net.mk

Вил Бродфут

- маркетинг
директор на
межународниот
лондонскиот
вински саем

ексклузивно

ИНТЕРВІУ



ЛУЃЕТО

од индустриса за пијалоци
се полни со страст и жар за својата работа

Пишува:
Игор ПАЧЕМСКИ



Стилот и дизајнот се многу важни за лансирање на производот, но долготочна лојалност се постигнува само ако потрошувачот навистина го сака вкусот на пијалокот. Нормално, ако станува збор за жесток пијалок кој се пие со додаток, вкусот не е толку важен. Но, за вино, целиот фокус е насочен кон вкусот и текстурата. Содржината е исто толку важна колку и пакувањето. Вино со потпросечен квалитет за пет минути би било исмеано од изострените носеви на Англиските вински критичари.



Лондонскиот меѓународен Вински Саем е најголемата манифестија која е наменета за купувачите на големо и производителите на пијалоци. Во 2007, имаше 1350 излагачи од 35 земји, речиси сите земји кои се регистрирани производители на вино. 20,000 гости го посетуваат сајмот за време на трите дена.

Daylight

Бар Код: Кажете ни нешто повеќе за Hemming Group корпорацијата под која потпага и изложбената компанија Brintex и Винскиот Саем во Лондон.

Will Broadfoot: Бrintекс е изложбеното крило на Хеминг Групата, која е компаниски конгломерат што се занимава со организација на сајми, изложби и издаваштво. Ние го организираме Меѓународниот Вински Саем, кој е нашиот најголем сајм (по обрт и број на посетители) и мојата улога е да ги поттикнам и поддржам посетителите и излагачите од целиот свет во нивната намера да се претстават на него.

Бар Код: Кажете ни неколку факти за сајмот.

Will Broadfoot: Лондонскиот меѓународен Вински Саем е најголемата манифестија која е наменета за купувачите на големо и производителите на пијалоци. Во 2007, имавме 1350 излагачи од 35 земји, речиси сите земји кои се регистрирани производители на вино. 20,000 гости го посетуваат сајмот за време на трите дена, а повеќе од четвртината од нив се од земјите кои се надвор од Европската Унија и Комонвелтот.

Бар Код: Каков совет би му дале на излагач од странство, кој има намера да пласира производи во значајниот сегмент за пијалоци од англискиот Пазар?

Will Broadfoot: Најважно е да се познава локалниот пазар. Многу често среќавам фирмии кои пласираат нови вина и жестоки пијалоци без да се потрудат да ја разберат динамиката на пазарот кој се обидуваат да го освојат. Мојот совет е да го сегментирате своето маркетинг планирање во соодветни делови со кој ќе можете реално да се справите. Не се обидувајте да ја освоите Велика Британија за една недела. Дозволете си доволно време за истражување и поставете си реални цели. Градењето на еден бренд е нешто што се прави со долгорочен план. И се

разбира, бидете 100% искрени за добрите и лошите страни на вашиот производ.

Бар Код: Кои се вашите препораки за настап на Англискиот Пазар?

Will Broadfoot: Најважен е добриот ПР. Ангажирајте добра агенција за јавни односи. Покрај нивните контакти во медиумите, тие ќе имаат и добри контакти во и надвор од индустријата на пијалоци, што ќе ви биде суштински потребно подоцна.

Исто така, тие ќе имаат добро познавање од движењата на Англискиот Пазар и неговиот модус операнди. Овие фактори се сите од големо значење и овој начин е далеку поефтин од ангажирањето на специјализиран консултант со полно работно време!

Бар Код: Знаеме дека има и Македонски излагачи на вашиот сајм. Дали добро поминуваат и каков совет би им дале?

Will Broadfoot: Тиквеш од Кавадарци е веројатно најпознатиот излагач од Македонија. Иако не би можел точно да ви кажам колку се близку до остварување на своите цели, добар знак е дека секоја година тие бараат повеќе простор за изложување и оваа година имаат штанд од 56 квадрати што е солиден простор за англиски сајм и што индицира дека добро поминуваат!

Бар Код: Опишете еден свој работен ден.

Will Broadfoot: Мојот работен ден е типичен за Лондон. Мојот ден е исполнет со разговори по телефон, одговарање на е-маили и состаноци со клиенти и снабдувачи. Планирањето маркетинг кампања за меѓународни манифестијации е многу интересно и морам да признаам дека многу среќна околност е тоа што во пазарот за вина и жестоки пијалоци, вработените се полни со страст и жар за својата работа, што многу олеснува.

Бар Код: Кое е значењето на дизајнот во пласманот на еден бренд на пијалок? Дали е поважен стилот или содржината?

Will Broadfoot: Стилот и дизајнот се многу важни



за лансирање на производот, но долгочна лојалност се постигнува само ако потрошувачот навистина го сака вкусот на пијалокот. Нормално, ако станува збор за жесток пијалок кој се пие со додаток, вкусот не е толку важен. Но, за вино, целиот фокус е насочен кон вкусот и текстурата. Содржината е исто толку важна колку и пакувањето. Вино со потпросечен квалитет за пет минути би било исмеано од изострените носеви на Англиските вински критичари.

Бар Код: DO'S & DON'TS за нов производ?

Will Broadfoot: Тоа е прашање од милион долари! Како некој што работи на периферијата, а не во центарот на оваа индустрија, тешко би било да дадам најпрецизен одговор. Би рекол дека двете најголеми ДА се: Фокусирајте се на она што го прави вашиот бренд различен од вашите конкуренти и второ, која е демографската и психолошка структурата на вашата целна група, нивниот пол, возраст, навики... Дали производот ќе се продава во мини маркети специјализирани за продажба на алкохолни производи (оф трејд) или во барови и ресторани (он трејд). Не давајте лажни ветувања. Ако новинар ви побара примероци и шишиња за 48 часа и ако им кажете да, дадите им ги на време или ќе имате проблем. Пазарот за алкохолни пијалаци е суров. Репутацијата има Дамоклов меч над неа, секогаш кога нешто ќе ветите!

Moonlight

Бар Код: Кој е вашиот омилен пијалок?

Will Broadfoot: Зависи од сезоната, колку е часот и со кого сум! Сакам големи, моќни блендови во стилот на Бордо вината... Гајба Померол (12 шишиња) не би

ми дошло лошо! Имајки го сето ова во вид, понекогаш најдоброто нешто е ладно пиво!

Бар Код: Како се релаксирате од стресното секојдневие?

Will Broadfoot: Брмчам низ пејсажите на Англија во Лотус Елан Спринт од 1972 (кога не е кај автомеханичар) и гледам по 4-5 филмови неделно. Читам се и сешто. На стереото моментално ми е Во живо од Лидс фестивалот со групата XY...Генијалци!

Бар Код: Опишете се себеси

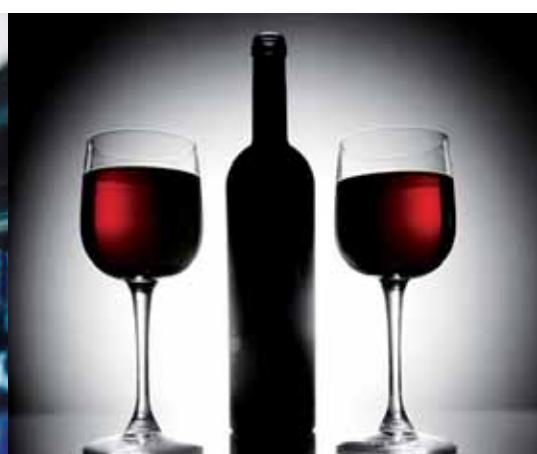
Will Broadfoot: Релаксиран...Филозофски гледам на животот што многу ми значи...Имам доста отворени гледишта на нештата околу мене ...

Бар Код: Кажи ни лош виц

Will Broadfoot: Тип оди на доктор и вели: Докторе, мислам дека се претварам во молец. Докторот одговара: Вас не ви треба обичен доктор, туку мојот колега во соседната канцеларија кој е психијатар. Типот објаснува: Да, ама вашата светилка е вклучена а неговата не!

Бар Код: Што би смениле во вашата професионална бранша?

Will Broadfoot: Организаторите на саеми треба да добијат признание како фантастично моќен маркетинг медиум. Адвертајзингот, јавните односи и директниот маркетинг се константно во фокусот на медиумите, но само на саем можете да се сртнете вис-а-вис со индустриската, да помуабетите, слушнете новости, вкусите, допрете и почувствувајте... Тоа, е добро за бизнисот!





Александар Вучковски интервју

Изминатите 15 години се забележува пораст на производството на квалитетното домашно вино. Бран кој произведе поголеми инвестирања во промоција на виното преку маркетинг кампањи. Но, рекламиите не зборуваат доволно за квалитетот на виното и можноста со нив да биде задоволен нашиот вински вкус. Затоа во одбирањето на шишето вино најдобро е да се консултира вински келнер или сомелијер. За жал во земјава ги има малкумина, добро образовани, полни со искуство, зошто сомелијерството е нова професија кај нас која треба да ја дигне нашата винска култура. Затоа ние ве запознаваме со Александар, еден од ретките сомелијери на кои треба да им се верува за да се препушти во истинско гастрономско уживање

Пишувач:
Ана ЗАФИРОВА



Хармонија на сите вкусови

Bar code: Кога се заборува за виното, често се прават забуни околу професионалните задолженија на лугето задолжени за неговото производство (енолозите) односно за неговото служење (сомелиерите). Кои се разликите?

Александар: Во виното и во создавањето на неговиот волшебен свет учествуваат луѓе од многу професии кои меѓу себе се помалку или повеќе сродни, геолози, биохемичари, нутриционисти, лекари, лозари, технолози, енолози, сомелиери, и сите имаат значајна улога, во виното и за виното. Енолог е човек кој се грижи за комплетниот процес на производство на виното, од берењето на грозјето преку неговата ферментација, се до зреенето на виното и негово пакување. Тој е еден вид родител кој го негува, воспитува и израснува своето дете, го корегира кога ќе тргне нешто наопаку и го надгледува текот на тоа растење односно на производството. Енолозите со знаењето и искуството во областа на биохемијата и технологија на производството ја креираат личната карта на одредена сорта (вино) и најчесто се многу горди на својот производ, потвесно внесувајќи сопствен стил и препознатливост во секој примерок. Но нивната работа тук завршува. Потоа треба некој да го презентира и послузи виното пред конзументите. Сомелие е француски назив за вински стјуард во ресторан или хотел, специјализиран професионален келнер кој послужува исклучиво вино. Дава совети и препораки на гостите, учествува во дегустации, тестирања, спарување на виното со соодветна храна. Тој тесно соработува и со еннологот (кога има можност), но и со главниот готвач, за да собере што повеќе информации за виното односно храната, на чија основа тој ја формира својата препорака за гостинот. Сомелиерот е еден вид промотор, но и добар пријател и соработник на гостинот кога станува збор за нарачка на вино. Се разбира, во интерес на сомелиерот е да го пронајде вистинскиот избор на вино, по што следи најголемата награда, а тоа е задоволен гостин.

Bar code: Твоја професионална определба е виното, каква е приказната за осознавањето на сомелиерството како професија? Какво е твоето искуство?

Александар: Моја професионална определба е угостителството, со сите негови подгрупи, а виното и сомелиерството претставува сегмент кој најде важно место во моето професионално функционирање. По завршувањето на средното угостителско училиште во Скопје, работев во многу наши ресторани и хотели. После 4 години работно искуство, сакав да научам повеќе, да навлезам подлабоко во суштината на оваа професија. Решив да заминам надвор од земјата. Официјално, мојата винска приказна почнува пред 7 год. кога прв пат отидов да работам за бродската компанија "Селебрети крузиз" како помошник во винската визба на еден од бродовите. Помагајќи и учејќи од веке искусните сомелиери од цел свет кои работеа таму, почнав да навлегувам во тајните и убавините на виното и начинот на негово служење. По извесно

Bar code: Кои алатки се потребни за служење на вино?

Александар: Секој сомалиер треба да поседува комплет алатки за секојдневната работа. Главниот прибор на сомалиерот се состои од вински тестер кој претставува мал сад направен од алуминиум, челик или сребро, поврзан со ланче кое стои околу вратот на сомалиерот. Тој служи за тестирање на виното од страна на винскиот келнер за да ја провери техничката исправност на виното. Откако се уверува дека виното не е оксидирано или расипано од тапата, го нуди гостинот да проба и чека негово одобрување. Ако се појават дел од наведените аномалии, тој треба да го врати шишето назад и да донесе друг примерок од тоа или друго вино. Покрај винскиот тестер, сомелиерот поседува и отварач за вино со сврдел, полуѓа и мало ноже со кое ја сече и отстранува горната фолија на вратот на шишето од хигиенски причини (прашина), и специјален термометар за вино што треба да е долг и тенок за да може да допре скоро до дното на чашата. Со него се проверува температурата на виното пред да го послужи и се грижи таа да биде соодветна на правилата за секое вино. Постојат и други додатоци како што се прстени за вратот на шишето кои служат за да го спречат несаканото капнување на виното после служењето, разни метални конусни додатоци кои се стават на самиот отвор за служењето да биде полесно и изгледа поатрактивно.

време добив шанса и почнав да работам на сопствена секција како сомелие. По две години поминати во "Селебрети", заминав во Сан Диего, Калифорнија, по покана на еден од моите гости кој успеа да ми најде работа во еден од најдобрите вински клубови во градот "Мозаик". Искуството што го стекнав таму е многу вредно, зашто Калифорнија веќе се издигнува на ниво на важен вински фактор во светот, со многу етаблирани винарии, школи, институти за вино, и се разбира конзументи и потрошувачи. За време на мојот 18 месечен престој, посетив винарии низ цела Калифорнија, како и курсеви, обуки за одредени сфери во сомелиерството и услужниот бизнис. Но, најзначаен период од моето меѓународно искуство е кога успеав да добијам работна позиција во "Севен сис јахтс", прво како асистент на главниот готвач а потоа и како сомелие. Тоа е многу богата компанија со строги стандарди на работа која поседува мали ексклузивни јахти кои крстарат низ целиот свет, а се резервирали само за европската и американската бизнис елита. И конечно, по долги крстарења низ светските мориња и виногорја решив целото искуство да го донесам и применам дома.

Bar code: Дали винската култура е слика за развојот на економските и културните навики на одреден народ или заборува за трендсетерските капацитети?

Александар: Начинот на кој се третира виното во



некои земји несомнено е дел од нивната историја, национална карактеристика, гордост. Постојат региони и места во светот кои се идентификуваат по своето вино или кујна и стануваат мали вистински "кралства" со посебни гастрономски карактеристики. Овие "кралства" се дел од нации и земји кои во минатото со помош на одличните услови за правење вино, а и поради одржувањето на општествениот статус или позиција формирале одредени културни навики во однос на виното, кои со време прераснале во животни стандарди. Идентитетот изразен преку виното или гастрономијата може да го засили националното чувство кај еден народ. Но, ако се има во предвид дека станува збор за пијалок и процес на производство кој чини многу, особено во минатото, тогаш гледаме дека конзумацијата на вино била привилегија само на високите општествени кругови. Денес е поинаку, виното е достапно скоро секому, но тоа не значи дека и статусот што го носи со себе е присутен. Треба време и посветеност да се стекне и формира култура на третман на виното, зосто таа се наследува од просторот и минатото. А ако тоа наследство е мало тогаш ќе треба да се формираат стандарди и критичка маса кои ќе овозможат создавање на одредени културни навики кај еден народ. Винската култура е тесно поврзана со економските стандарди и моќности на еден народ. Иако денес производството на вино на светско ниво е огромно, високо квалитетните и ретки примероци на вино се достапни само за луксузото.

со висока економска моќ. Но конкуренцијата има големо влијание, па има одредено намалување на цените, така што во иднина квалитетните вина ќе бидат подостапни на обичниот човек.

Bar code: За да ја демистифицираме тајната на виното и начините на неговото служење, откриј ни зошто постојат чаши за бело и црвено вино и зошто се промешува виното во чашата пред да се проба?

Александар: Начинот на служење на вино претставува кодификација на правила, ритуали и постапки кои се поврзани со органолептичките и хемиските карактеристики на виното. Секоја сорта на вино си има свој свет од мириси и вкусови. За да се влезе во тој свет и да се извлечат максимално карактеристиките, постојат соодветни чаши за тие вина. Практично за секоја сорта на вино постојат соодветни чаши, но основната поделба е на чаши за бело и чаши за црвено вино. Конкретно белото вино е посвежо, младо, овошно но со подисcretни збирови на ароми, и покрај алкохолот и овошноста главна карактеристика му е процентот на винска киселина. Го служиме во таканаречени потенки и високи чаши за да може свежината и киселоста да се канализираат, да не бегаат наоколу во вишокот простор со што би се изгубиле додека дојдат до нашите сетила. Но тоа не значи дека чашите треба да бидат мали и тенки, туки и овие чаши треба да се големи, да имаат одредена форма

на балон, зашто постојат и доста ароматични, зреени бели вина кои послужени во ваква форма ќе го покажат својот најдобар потенцијал. чашите пак за црвено вино се доста поголеми, со поширок балон т.е. средниот дијаметар е многу поширок за да можат миризите и аромите кои се поконцентрирани во црвеното вино да испарат и да го исполнат целиот волумен на чашата. Значи треба да има доволно празен простор во чашата за да може овие ароми да го исполнат, а преку него и нашите сетила. Инаку кога чашата би била мала, не би имало доволен простор за миризите, па така тие не можат да излезат и да дојдат до израз. Со промешувањето на виното во соодветна чаша пред да го пробаме, ги ослободуваме неговите миризи, ароми, а истовремено му дозволуваме на кислородот да влезе, да се измеша со виното, на тој начин ги почувствуваат основните карактеристики на виното и да донесеме одредени заклучоци поврзани со неговиот квалитет, потекло итн.

Bar code: Како да препознаеме квалитетно вино? Дали постојат одредени белешки на нивните етикети?

Александар: Во развиените вински земји постојат институции и агенции кои го контролираат потеклото, производството и пласманот на нивното вино. За да се одржи квалитетот на винската култура, тие институции поставуваат разни потписи и одобрувања на етикетите од шишињата. Секоја сериозна винска земја па дури и секој поважен регион без разлика на географската големина имаат свои таканаречени апелации или контролни тела кои го следат виното и неговото производство во тој одреден регион или земја. Тие гарантираат за потеклото на грозјето, хигиенските услови во кои се прави самата винификација како и за количините на таканаречени додатоци во виното, шеќер, вода и винска киселина, грижејќи се овие додатоци да се употребени во дозволени количини. Во секоја земја овие институции се запишуваат различно поради нивниот јазик, но имаат исто значење. Гостите ќе ги препознаат овие називи на самата етикета ако се наведени, како и други индикатори кои можат да помогнат при препознавање на квалитетот како што се информациите за виногорјето, сортата, годината на берба за кои пак показатели е потребно основно познавање од оваа област. За жал неможеме да дефинираме начин за препознавање квалитетно вино, многу фактори влијаат на тоа, за кои е потребно одредено искуство и активност. Самото оценување е индивидуално, се одредува подоцна при вкусувањето на виното. За да се стекнат одредени вкусови и стандарди треба да се пробаат различни вина.

Bar code: Ако се обидеме да ја тргнеме субјективноста на страна, дали Македонија има квалитетни вина конкурентни на странските?

Александар: Хм, многу е тешко да ја тргнеме субјективноста на страна, зошто виното е строго индивидуална работа и многу емоции се присутни во



него. Едноставно секоја винска земја или регион за своето вино мисли дека е најдобро. Звучи несериозно но, навистина е така. Французите тешко признаваат дека постојат и други добри вина освен нивните, италијанците се горди на своите автохтони сорти и едноставно не даваат шанса на другите производители и вина, земјите пак од новиот вински свет како што се Австралија, Чиле, Аргентина, се пофлексибилни но и тие мора да го следат тој тренд на форсирање на своето за да се одржат како вистинска конкуренција на стариите. Ние во Македонија не треба да бидеме исклучок од таа појава, зашто мораме да го изградиме, зачуваме и форсираме сопствениот вински идентитет и да се обидеме да се наметнеме како мал но сериозен вински конкурент. Тешко е да се биде објективен кога станува збор за вино, но ако за момент да ја надминеме субјективноста би рекол дека Македонија има квалитетни вина. Она што ни недостасува е поквалитетна техничка опременост, мудар и квалитетен маркетинг односно винска приказна преку која би се пласирале нашите вина на странските пазари. Цената игра голема улога, па нашите производители мора да најдат начин како да се натпреваруваат на светскиот пазар би со Чилеанците, Австралијците па и со Французите и Италијанците и со нивните вина. Во последните 15 години има голем прогрес во нашата винска индустрија, благодарение на трудот и посветеноста на група луѓе кои успеаја да ја сменат барем за малку сликата на винските карти кај нас. Се едукација во странство на наши енолози и угостителски работници се овозможува напредок и можност за конкуренција на маке-

Bar code: Постои верување дека старото вино е добро вино?

Александар: Тоа е мит што останал од минатото и повеќе има поетско-лиричен смисол отколку практичен и реален. Всушност многу малку вина можат и треба да зреат за да бидат подобри. Најголем број од белите вина треба да се конзумираат во период од една до три години од нивното производство, некои и веднаш после неколку месеци, со исклучок на вината од сортата Шардоне кои пак може и да ги заборавите неколку години. Што се однесува пак до црвените вина, само неколку квалитетни примероци на сорти можат да зреат и се подобри по завршувањето на тој процес. За зреене на виното треба да се исполнат одредени услови кои се основа на тоа зреене. Некои од нив се добрата година на берба, процесот на винификација, балансот на винските карактеристики и најважното, начинот на чување односно зреене на виното. Потребни се темни и влажни простории на температура не поголема од 15 степени, за складирање на шишињата во легната полуухоризонтална положба.

донските вина на странските пазари. Денес и ние со гордост имаме што да им понудиме на странските гости без да се воздржуваме.

Bar code: Кои принципи се важни за „спарување“ вино и храна?

Александар: Модерната гастрономија денес е побогата и покомплексна од било кога, затоа се јавува потреба и предизвик од пронаоѓање вистинска комбинација за поклопување на одредена храна со вино. Принципите зависат од нутритивните вредности, хемиските компоненти во храната и органолептичките особености на виното. Генерално, храна богата со млечни или животински масти, се спарува со црвено вино кое има полно тело интезивна арома, вкус и висок процент на танин. Храна која содржи белковини, минерали и витамини се служи со бело вино кое има свежина, овошност но и одреден процент на винска киселина. Тоа се главните начела, но постојат и други принципи, кога станува збор за разни преливи, сосови и додатоци кои ја менуваат структурата на вкусот на основната состојка. Тогаш следи предизвикот за готовачот и сомалиерот за да ја направат вистинската комбинација што ќе одговара. Целта е хармонија на вкусови и создавање на нови, кои ги нема ниту во виното ниту во храната поединечно.

Bar code: Дали и кога постојат исклучоци од правилото „белото вино-бело месо, црвено вино-црвено месо“?

Александар: Да, постојат. Кога станува збор за



рибата со темно и мрсно месо (туна, лосос, сабјарка) тие можат да се спаруваат со некое црвено вино со полесно тело кое нема да го надвладее месото на рибата, пино ноар на пр. Ако станува збор за пилешко темно месо од копан или патка, заготовено со ароматични билки и зачини, тогаш исто така можеме да употребиме некое пино ноар или младо мерло.

Младото телешко не е многу мрсно и може да се поклопи со некое зреено шардоне за да може да ја стигне сепак цврстата структура и вкус на телешкото. Ако се решиме пастата да ја готвиме со богат сос од вргањ и мелено месо тогаш, ќе комбинираме Мерло или дури Кабарне, а ако истата таа паста ја прелиеме со лесен сос од зеленчук и нискомрсно сирење, тогаш најдобра комбинација би била бел совињон или ризлинг.

Bar code: Во остварувањето на твојата мисија, „издигнување на винската култура кај нас“ го отвори Лабруско, како функционира?

Александар: Кога ќе се посветиш на одредена цел, многу е важно да се одбереш потешкиот пат. Тој сигурно е побавниот и поискушувачки но е вистинскиот. Мисијата што ја имам со мојот партнер Андреј Киселички се заснова на нашето големо домашно и меѓународно искуство и желбата тоа искуство да го примениме и донесеме во Македонија. Винскиот клуб ресторант Лабруско постои една година и е единствен комерцијален објект со ваква мисија и посветеност кај нас. Ресторанот го доби името според латинскиот назив на една сорта на винова лоза која се вика *vitis lambrusca*. Раste во постудени региони низ слана, потешко успева и не дава многу квалитетни сорти на грозде. Но, интересно е дека сепак и покрај тешките услови, тој вид успева да израсне и да даде плод, функционира како еден вид на пркос и желба за опстанок. Нешто слично како нашиот пиреј. Оттаму и симболиката, Лабруско да успее како проект и покрај тешките услови за оваа работа кај нас. Имаме многу активности. Покрај секојдневното ала карт работење, организираме вински дегустации на помалку или повеќе познати винарији кај нас, креираме при пејд менија со комплетни перформанси на јадења и вино, по принципот на slow food course menu. Значи, секој корс со содветно вино. Ресторанот учествува во многу дегустации, тестирања, консултации, а од нова година веќе и со обука и едукација за потенцијални љубители на вино како и за професионален угостителски персонал. Најновата активност на која работиме е настанот кој ќе се случи на почетокот на ноември, Избор на македонско вино на годината, што го организираме во соработка со Македонскиот вински клуб, здружение на странски и домашни љубители на македонското вино.

Скопски ГЕЈ барови - номаџска забава

Пишува:
Кочо АНДНОВСКИ



Во хемисферата со подолга демократска свест, геј баровите и клубовите се популарни места каде многу хетеросексуалци одат кога сакаат да се забавуваат без ограничувања и традиционалното делење на општествените улоги. Дури и самото движење на ЛГБТ (лезбејки, геј мажи, бисексуалци и трансродни личности) лубето во светот за промена на правниот и социјалниот статус, започнува на 27 јуни на крајот од шеесетите години од дваесетиот век, токму во еден од најпознатите геј барови во светот Stonewall, сместен во West End во New York.

Денес во Берлин најдобрите журки (и за хетеро и за хомосексуалци) се случуваат во Bergheim, геј клуб кој работи само преку викенд и е сместен во Источен Берлин, во стара напуштена фабрика. Најпознати геј барови во Барселона се Punto, Dietrich, Club Apollo... Во Брисел во моментов еден од надобрите е La Fontaine...

Првиот официјален геј бар во поранешна Југославија е K4, отворен на почетокот на осумдесетите во Љубљана. Работи само во недела и денес е култен клуб, поради кој во викендите во Љубљана се слеваат многу лубе од Хрватска, Италија и сите погранични области околу Словенија.

Во поранешна Југославија сепак, најдобрите и најпознатите геј забави се случувале токму во Скопје, уште во седумдесетите години од минатиот век, во бар кај Старата Железничка. Таа традиција се одржуваше во текот на годините се досега, се разбира далеку од очите на јавноста и со учество и знаење само на одредени лубе. Не сите лубе и од ЛГБТ заедницата знаеја за овие места и не сите имаа пристап. Хетеросексуалците воопшто не беа ни свесни дека тоа се случува. Како паралелен свет, кој опстојува тутка до вас, но е невидлив за вас. Друга димензија.

Во текот на последните години неколку локали повремено проработуваат како геј барови или клубови јавно, посебно со развивање на програмите за правна и социјална интеграција на ЛГБТ лубето во општеството од страна на Македонската Асоцијација за Слободна Сексуална Ориентација - МАСКО. Но,

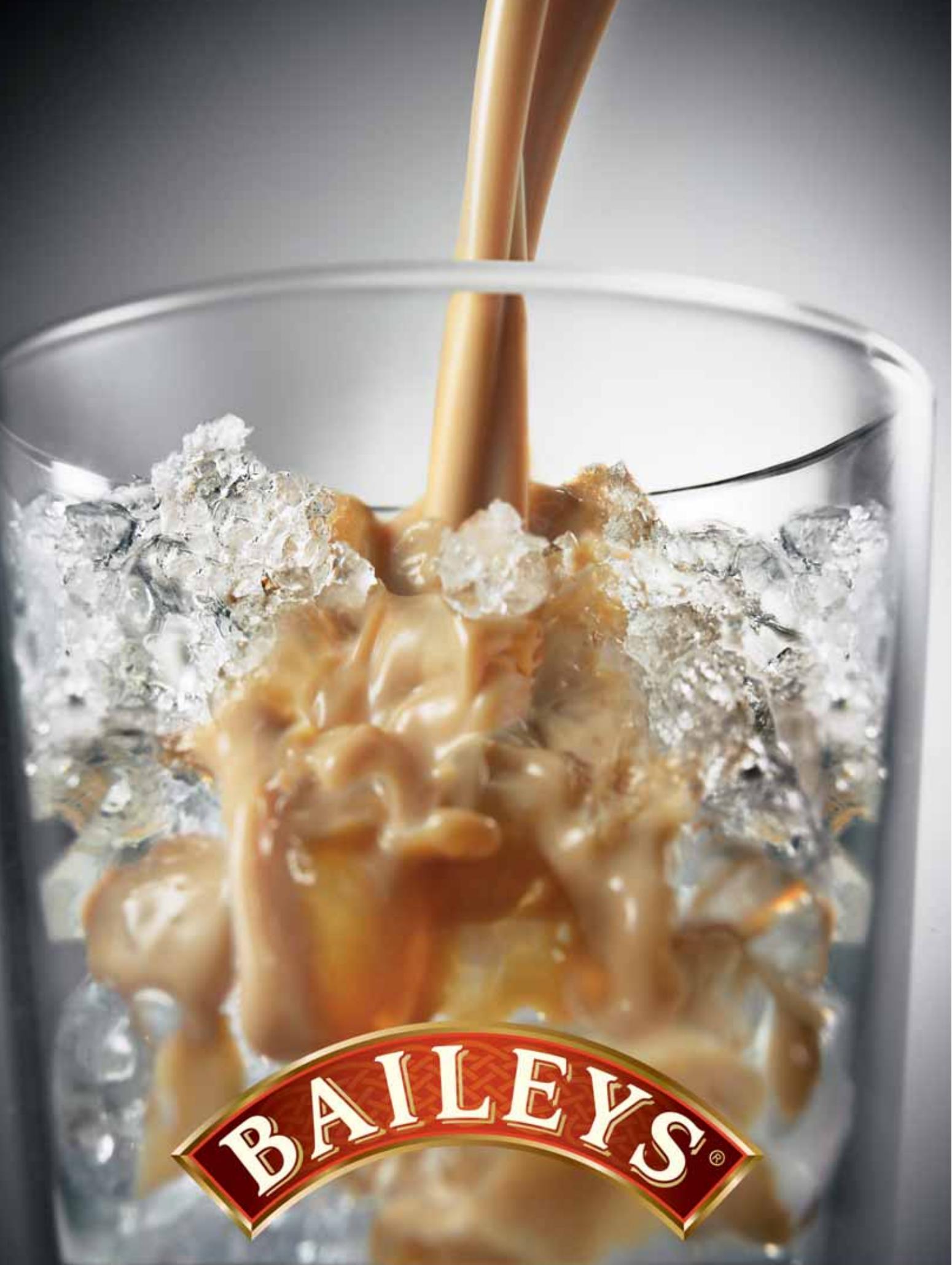




Главната карактеристика на геј баровите/клубовите заради која се популарни и кај многу хетеросексуалци е слободата која ја дава оваа заедница, да бидеш она што си, без притисок од менталитетот кој те обврзува на одредени кодови на перцепција на светот и однесување

секогаш овие места се затварале и се селеле на друга локација. Која е причината за ова? Најчесто, популаризацијата на геј баровите/клубовите меѓу хетеросексуалците - сеирции. Не дека нема хетеросексуалци кои редовно доаѓаат за да се забавуваат на геј журки. Напротив, многу хетеросексуалци уживаат во овие случувања. Проблемот се појавува кога широка публика ќе дознае дека постои геј бар/клуб и почнува да се движи кон тоа место само за да види кој/ а е геј. Како би се чувствуvalе Вие кога во барот или клубот каде излегувате би доаѓале луѓе кои само ве гледаат и ве оговараат или се ви смеат во очи? Многумина од ЛГБТ луѓето ми рекле дека се чувствуваат како животно во кафез во 300 градина. Токму така и се однесуваат сеирциите - како на изложба. Кога ова ќе почне да се случува геј луѓето престануваат да излегуваат на тоа место и почнува потрага по друга локација. И така геј ноќниот живот во Скопје може слободно да се нарече номадски. Најпознати геј барови и клубови, кои последниве години биле/се целосно или имале/ат тематски вечери се: Ван Гог, Барон, Но Лимит, Веј нот, Бони, Чипка....

Кога гореспоменатото, правилно ќе се сфати во нашата средина, кога на геј местата ќе почнат да излегуваат и хетеро луѓе кои сакаат добра забава, а тие за сеир ќе престанат да одат на геј места и ќе си побараат забава соодветна на нивните потреби и желби, верувам дека ќе се отворат геј места со постојана адреса и најдобра можна понуда за забава. Дотогаш, ќе продолжи номадскиот живот на геј баровите и клубовите кај нас.



BAILEYS®

Serve chilled

Бар Код пријатели

Во воведникот од првиот број споменавме дека списанија како нашето постојат во повеќе земји во светот. Од повеќето контакти кои ги имаме со некои од нив, го издвојуваме Бар магазин од Велика Британија како едно од најрелевантните медиуми во оваа област. Од нив ја добивме целосната поддршка за нашите активности. Подолу е краткото интервју со уредничката Мелиса Кол



Интервју ексклузивно

Мелиса Кол уредник на BAR MAGAZINE UK

Бар Код: Која е вашата позиција, што работите?

Мелиса Кол: Јас сум уредник на Бар магазинот (www.barmagazine.co.uk) кој се издава во Велика Британија и им се обраќа на стопанствениците од секторот за угостителство.

Бар Код: Кажете ни повеќе за магазинот.

Мелиса Кол: Бар магазинот излегува од 1999, во почетокот под името Венју, а од 2004 година под сегашното име. Излегува на два месеци и се обраќа на индустријата која се занимава со угостителство во Велика Британија. Начелно, се обидуваме да ги поврземе понудувачите на услуги и продукти за угостителство и самите угостители.

Бар Код: Нешто слично како и нашата мисија, со тоа што кај нас е потребно малку повеќе да се подигне и нивото на квалитет во угостителството. Каков е статусот на хорека секторот во Велика Британија во моментов?

Мелиса Кол: Тоа е доста богат и развиен пазар. Сегментацијата е одамна дефинирана, понудата е агресивна, а вкусовите, како на хорека објектите, така и на конзументите се веќе истенчени, така што повеќето работи се на свое место.

Бар Код: Кои се тогаш, главните проблеми со кои во моментов се соочува хорека секторот кај вас?

Мелиса Кол: Во моментов најжешко прашање е забраната за пушење во сите угостителски објекти во Британија. Сите стравуваат дека ќе изгубат дел од заработка, но постојат и други посветли насоки во кои би можеле да се движат работите. На пример, можеби ќе опадне конзумацијата на алкохол, но ќе се зголеми обртот со храна. Или ќе се зголеми обртот и

Разговораа и подготвија:

Игор ПАЧЕМСКИ И РАДМИЛА ПАВЛОВСКА

на пијалоци, затоа што почистиот воздух обезбедува подобро да се почувствува вкусот. Можеби, угостителите имаа повеќе штета оваа сезона поради лошото време, отколку поради цигарите?

Бар Код: Какви конзументи се Британците во угостителските објекти? Владее мислење дека не се многу префинети, кога ќе отидат во други земји единствената цел им да се опијанат, не внимаваат многу на квалитетот.

Мелиса Кол: Тоа е стереотипот.

Сепак, би кажала дека во последните години, имаме многу повеќе софистицираност од порано. На пример, Лондон е сепак град во кој има најголема интернационалност во понудата во хорека секторот. Има храна и пијалоци од целиот свет како на инидно друго место во светот, а тоа доведува до подигнување на критериумите. Британците сакаат и да патуваат и секогаш се горди кога од странство ќе донесат некој необичен пијалок кој ќе ги потсеќа на местото каде што биле. Тоа понатаму отвора можността за пласман на поголема понуда и повисоки критериуми.

Бар Код: Што е клучниот адут за да се освои британскиот Пазар со некој производ?

Мелиса Кол: Квалитетот, дизајнот и интелигентниот пристап. Повеќе или помалку тоа важи за сите пазари.

Бар Код: Себе си се доживуваате повеќе како Грејс Кели или Паторот Пајо?

Мелиса Кол: Па.. најверојатно како Паторот Пајо поради мојот динамичен и избувлив карактер...



Опти закони за облекување во ресторан

Пишува:

Цаци ПАКОВСКА



Сите се обидуваат да им посочат на своите деца, како да се облекуваат, за која пригода што да облечат и како тоа да го носат. Така децата од мали се учат дека е потребно да се почитува одреден дрес код кога се оди некаде.

Кај нас имаме ситуација во која, што повеќе се трошат пари, толку повеќе како да недостасува почитта кон дрес кодот, нивото на ресторанот, како и на нивните чести гости. Тоа претставува уште поголем предизвик за ресторантите кои се обидуваат да создадат правилен "дрес код" за своите гости. Дефинитивно индустријата особено се мачи да го детерминира "законот". Со зголемена употреба на терминот "кежуал", од која произлегува неформалноста во живеењето генерално, ресторанска индустрија со соочува со можноштво од промени или адаптации на нивниот концепт. Денеска индустријата константно и збунувачки води битка со правилата на дрес кодот. Иако најчесто во ресторантите во Македонија, дури и во оние најелитните, нема пропишани правила, сепак се надевам дека овие правила во облекувањето, ќе ви помогнат барем на вашите патувања надвор од земјата.

"Casual" - Кежуал - најчесто се носи на друштвени собири и забави. Амбиентот во кој се облекуваме "кежуал" е многу неформален. И за мажите и за жените, облекувањето "кежуал" се однесува на облеки кои се ле`ери, удобни и адекватни на ситуацијата и пригодата. За дневна забава, на пр. во двор со скара, куси панталони и маџи со куси ракави се во ред, но за вечерни свадби, сепак подобро ќе изгледате со широки долги панталони и маичка на копчиња, или пак во некој летен фустан.

"Cocktail Attire" - Коктел облекување - најчесто се носи на друштвени собири и во некој поексклузивни ресторани. Кај мажите, "коктел облекување" значи - костим и вратоврска, или пак капут и вратоврска. Боните и материјалите зависат од сезоната или пак од локацијата на ивентот (на коктел забава кај некој од вашите пријатели, се разбира дека ќе се облечете малку понеформално, но ако забавата се одржува во некој добар хотел, тогаш треба да ги почитувате правилата)

Кај жените, "коктел облекување" значи да се облечете во фустан со "коктел" додлина, односно долина до колена. Фризурана и шминката треба да бидат адекватни на времето во кое се одржува коктелот (најчесто привечер), а бојата и материјалот на облеката сепак ќе зависи од сезоната и локацијата на ивентот.

"Creative Black Tie" - Креативна црна вратоврска - најчесто се гледа и се носи на друштвени собири и во некој поексклузивни ресторани. Ова облекување е онолку формално за самата пригода, колку и другите "црна вратоврска" варијации, но сепак на мажите им нуди можност да облечат некоја трендовска варијанта на таксидо. Можеби би можеле да одберат една црна таксидо кошула со јака на копченца, наместо пеперутка машина.....

За жените, најчесто овој дрес код ви дозволува похрабри и егзотични стилови на фустани

"Business casual attire" - Бизнис кежуал облекување е дозволено во секое време. Прифатлив "бизнис кежуал изглед" опфаќа маџи со јаки, кежуал панталони, широки панталони, здолништа и фустани. Облеката мора да е единствена и пристојна (репрезентативна). Сепак мора да запаметите дека следниве облеки не се прифатливи: куси панталони, маички, спортски облеки, танк маички (подко{ули), хеланки за цогирање, искинати или обелени облеки

"Jacket Preferred" - Палто приоритетно- најчесто се бара во некој ресторани

"Палто приоритетно" значи дека ресторанот сака да ги охрабри машките клиенти да носат палта кога вечерваат во нивните ресторани, иако отстапки можат да се прават зависно од приликата и периодот на денот. Некои ресторани дури и нудат да ви позајмат нивни палта, или пак ќе ве седнат во делот на ресторанот, во кој ќе бидат сигурни дека нема да им ја нарушуваат атмосферата која тие ја посакуваат

За жените пак фустаните се секогаш добар избор за оваа ситуација

"Jacket Required" - Палто Неопходно" - најчесто се бара во некој ресторани -

Палто неопходно значи она што и се кажува. Без палто ризикувате да ве вратат хостесите од ресторанот. Многу ресторани кои од вас бараат да носите палта за време на вечерата во нивниот ресторан, имаат и залихи на палта кои можат да ги позајмат на мажите кои се несоодветно облечени. Како и да е, нема да ви дозволат да останете без палто, па затоа ако имате проблем со величината на палтото, ке имате и проблем - мора да го напуштите ресторанот.

За жените пак, фустаните се секогаш добар избор и за оваа ситуација

"Jacket and Tie Required" - Неопходни Палто и Вратоврска - најчесто се бара во некои ресторани. Како и кај предходниот случај, овие ресторани бараат неопходно носење на машките гости и палто и вратоврска. Многумина ќе можат да позајмат палта и вратоврски за да можат да вечерраат, но секогаш ќе се најде некој кој ќе има проблем со величината.

И повторно, за жените фустаните се секогаш добар избор за оваа ситуација

"Semi-Formal Attire" - Полу-формално облекување - најчесто се носи на друштвени собири и во некои поексклузивни ресторани

Полуформалното облекување е најтешкото правило кое најчесто и може да се згреши. Не е формално, но неопходен е темен костум (црн, тегет или темно кафен).

За жените "полуформално" значи некој фин коктел фустан до коленици или пак долг фустан, и секако некоја поелегантана фризура

"Dress Casual" - Да се облечете кежуал" - најчесто се носи на друштвени собири и во некои поексклузивни ресторани

На правилото "да се облечете кежуал" е слично како да помислите на друштвена варијанта на "бизнес кежуал". За мажите и жените, основното правило кај ова правило е да не носите: цинс фармерки, туку нешто поедноставно и носечко од вашиот стандарден бизнис кежуал аутфит. На пример, мажите би можеле да одберат панталони и маичка на копченца под пуловер или тенок џемпер, додека па жените би требало да облечат некој убав костим со панталони

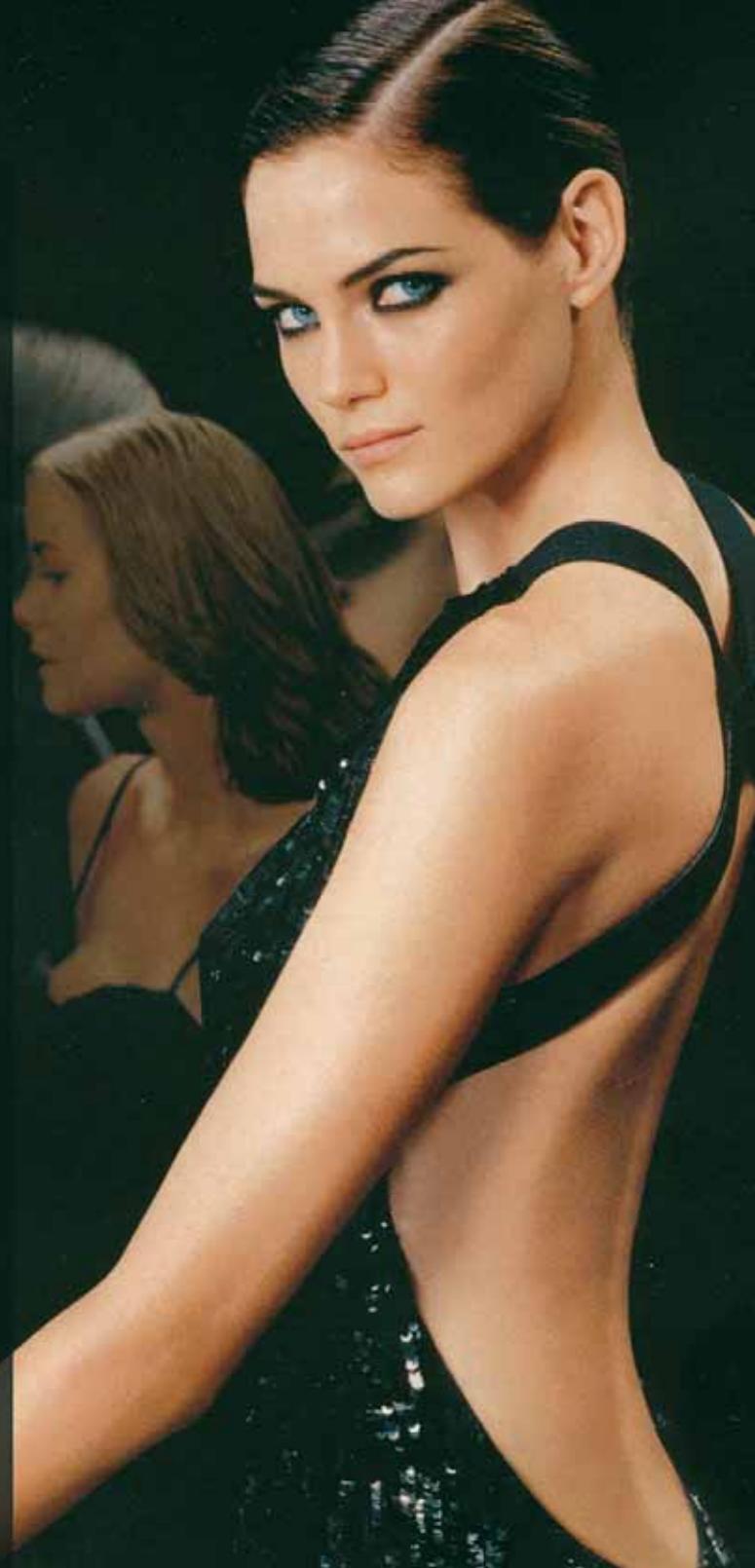
"Formal Attire" - Формално облекување - најчесто се носи на друштвени собири и во некои поексклузивни ресторани

Формалното облекување и за мажите и за жените ги следи истите правила како и правилото "Креативна црна вратоврска". За жените долг фустан, а за мажите да не се заборават црните чевли.

"Informal" - Неформално облекување- најчесто се носи на друштвени собири и во некои поенексклузивни ресторани

Правилото се сосема исто како и правилото "Кежуал". Неформалното облекување се однесува на облеки кои се удобни, но сепак адекватни за ситуацијата и пригодата.

Сега откако знаете што значат правилата во облекувањето, би требало да бидете подгответи да се направите себеси горди на следната ваша должност. И можеби познавањето на различните начини на облекување, ќе ве инспираат да ги употребите на себе. Планирате забава за време на празниците и посакувате да остане запаметена? Тогаш обидете да им ставите до знаење на гостите дека од нив очекувате да се облечат "формално"



Честопати на одредени покани или на вратите на ресторантите, со ситни букви е назначен и типот на облеката кој е пригоден за одредениот настан или место. Бидејќи дел од тие правила се слични помеѓу себе и се преклопуваат, понекогаш можат да доведат до конфузија кај поканетиот. За да ги избегнете неудобните ситуации, а и да се чувствуваате посигурно, прочитајте го краткиот водич за ваквите ситуации.



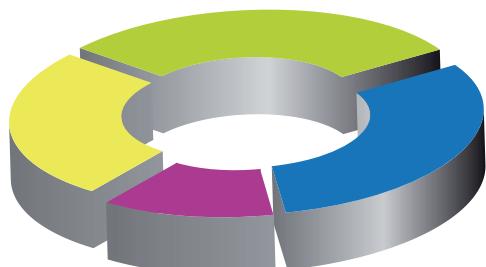
За македонците работи

Скарани на кило

Пишува:

Радмила ПАВЛОВСКА

Какви се односите помеѓу
угостителите - соседи кај нас



Многу пари се потрошија кај нас во изминативе години, преку разни невладини организации, заведени под ставката "Conflict resolution". Главно беа наменети за проекти за локалното население од различно етничко потекло. Но што станува со другите целни групи, на пример угостителите. Според народната - Да му умре козата на комшијата, се имам изнаследувано дузина приказни кои започнува отприлика така: А бе, да не зборам нема смисла комшија ми е, ама човекот е нетокму.. Пушта гласна музика за инат, го фрла губрето пред мојот локал и така натака. Наместо да се договорат и на пример заедно да го уредат тротоарот пред кафе баровите, или да инвестираат во заедничка програма за да ги преполоват трошоците на пола, нашите угостители се мразат меѓу себе.

Подолу е резултатот од мини анализата за тоа како се согласуваат меѓусебно соседите угостители, со локали еден до друг или еден спроти друг во неколку реони во Скопје. Анализата е правена само во централното градско подрачје, онаму каде што е и најголемата концентрација на угостителски објекти. Во анализата се влезени 23 објекти. За проверка, потоа се анализирани и други примери, и сите горе долу се вклопуваат во просекот на добиените резултати, што ни дава за право да сметаме дека оваа анализа е релативно илустративна. За жал и алармантна.



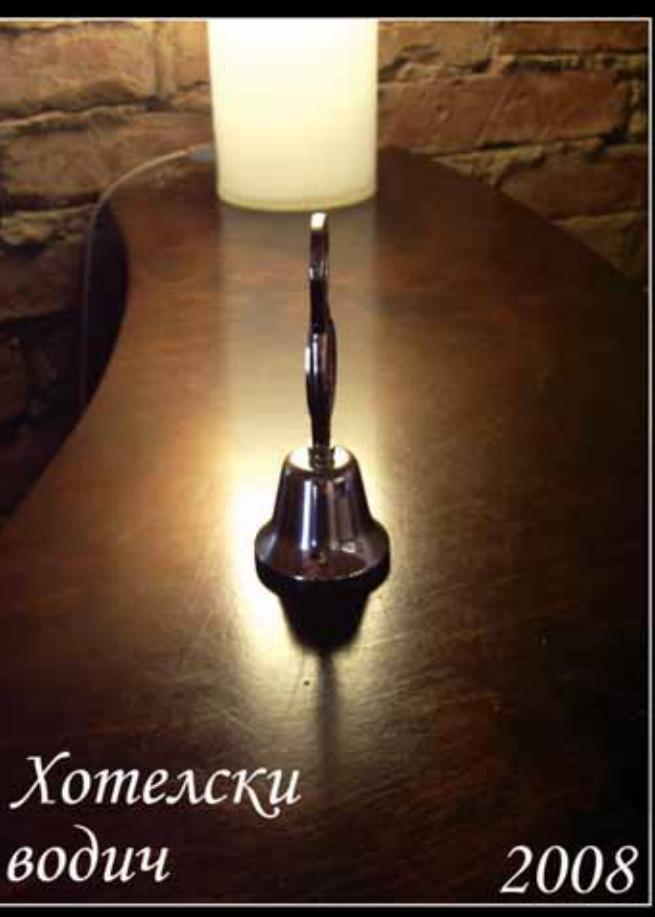


■ Само за најуспешните има место ■

Гастроономски водич



www.gastronomskivodic.com.mk



Хотелски водич

2008

IN Dizajn Studio: 02/ 20 50 538; 20 50 630 e-mail:contact@gastronomskivodic.com.mk

... ВО подготовка



пијалоци



Кажи ми што пиеш и ке ти кажам кој знак си

Пишува:

Радмила ПАВЛОВСКА

Замислете си ваква ситуација: Влегувате во бар и келнерот ви вели - Добар ден, кој знак сте во хороскоп? Вие велите: Близнаци!? Веднаш ќе ви го донесам цинтоникот одговора тој.

Дури и да не верувате во хороскоп, сигурно барем некогаш сте ги преслиствувајте своите предвидувања и карактеристики кога сте немале што да правите. И сите за себе, барем во манирот на плацебо ефектот, сигурно сметате дека како претставник на одреден хороскопски знак имате нагласена љубопитност, упорност, потреба за сигурност, екстраваганција или нешто што е карактеристично токму за вашиот знак. Бидејќи тоа се рефлектира на сите сегменти од вашиот живот, зошто да се измачувате пиејќи пиво, ако најногу ви одговора егзотичен коктел или гореспоменатиот цинтоник. Базирано, на карактеристиките одредени од звездите на секој знак, подолу се вашите преференции во однос на пијалоците, кои можеби ќе ви помогнат, при следното нарачување пијалок пријатно да се изненадите себе си колку повеќе уживаате додека пиете нешто што ви одговора.



ОВЕН

Овенот ќе го нарача она што е најмодерно за пиење уште пред да изговорите Мохито со Кептан Морган. Машко или женско, овенот ги сака новитетите, но и невообичаените комбинации на Џек Даниелс и Кока Кола, Хенеси и тоник и слично. (Две од главните protagonistи на Сексот и Градот се овнови во хороскоп, и ви текнува какви коктели пијеа..)



БИК

Скопско ве молам. Базично и меинстрим. За оние бикови кои сепак сакаат да излезат од оваа основна шема, тука се пијалоците со нагласена шеќерна или млечна нота кои им се исто така омилени - Бејлис, Пинаколада, овошно Даикири.



БЛИЗНАЦИ

Пијалокот на масата е во иста мера зна~аен колку и разговорот што се води на неа. На близнаките им е потребна социјална и сетилна стимулација, нешто што навистина ќе ги освежи. Мартини со вкус на лубеница, шприцер со квалитетно бело вино или било која друг необична ладна и освежувачка комбинација која има рум и газиран пијалок.



РАК

Раковите ќе уживаат во локалниот пијалок со најдобар квалитет без оглед неговата јачина, боја или вкус. Сангија, Маргарита, Узо или ракија сеедно. Важно е да е најдобро од тоа поднебje.



Навики за конзумирање на пијалоци според хороскопскиот знак



ЛАВ

Лавовите и коктелите одат заедно како Хју Хефнер и Плејбој. Мора да биде сервирано во чаша со стил и да има што поквалитетни состојки. Омилени им се коктелите со Контро, ликери од ментол, Гран Марние во комбинација, задолжително лајм наместо лимон во коктелот.



ДЕВИЦА

Вина во мали серии или пива од приватни пиварници, најдобро конзумирани на туристичка тура со водич на местото каде што се произведуваат. Освен оваа специфична пасија, девиците исто така сакаат и коктели кои имаат зелени додатоци или декорација-нане, целер или мента.

ВАГА

Вагата ги сака визуелните и естетски доживувања повеќе од вкусот. Што и да е сервирано, па макар и пиво, мора да биде ставено во убава стилска чаша. Шампањот е омилен пијалок кој се вклопува во ваквите доживувања - елегантен и префинет.



ШКОРПИЈА

Што потемна боја, тоа подобро за шкорпиите. Не само за пијалокот. Туку и за амбиентот во кој се конзумира. Што повеќе Бурбон, скоч, црвено вино (Мерло), и ако веје треба да се направи компромис со нешто полесно каде што има и бел пијалок, тоа може да биде само Влади Мери со Смирnof.



СТРЕЛЕЦ

Се е игра за стрелците, па и пијалокот - пунч со виски, Лонг Ајланд, коктели со Агностура битер, егзотични комбинации. . . Единствениот проблем е што, како и рибите, стрелците знаат највеќе да претераат со пиењето.



ЈАРЕЦ

Јарецот ги сака коктелите базични и суви, без шеќерен вкус. Затоа сака Гордонс џин тоник и стандардно Мартини без вотка, без многу декорација и детали на чашата. Класиката која ја сака, мора да опфаќа и класика во квалитетот, без импровизации и непознати брендови.



ВОДОЛИЈА

- Водолиите се многу шаренолики во поглед на тоа што сакаат да да пијат. Сакаат и шотови (Б52, Камиказе) но и шампањ и коктели базирани на кафе или бел алкохол со сок од калинка. За нив е најјаважно е друштвото со кое се пие.



РИБИ

- Овој знак секогаш, повеќе од било кој друг знак ќе избере суптилен, послаб на вкус, но и пософицијарн пијалок. Повеќе преферира дегустации отколку неколку тури на масата од истиот пијалок. Би пробал пунч со коњак, лимонов сок и Арчерс или десертно вино во било која прилика.



КОКТЕЛИ

Софистицирани транспарентни КОКТЕЛИ

По експлозијата на конзумација
на летниот Мохито, ви нудиме
неколку слични по вкус и по
изглед коктели, кои лесно се
приготвуваат и нудат бескрајно
визуелно и вкусно уживање



BLACK LE NOIR

4цл. Gin,
2цл. Triple Sec.
1.5цл. Ликер
од Капини,
Sprite,
Декорација
Капини



RUMVA NOJVA

4цл. Водка
ванила,
2цл. Ликер
банана,
Sprite,
Декорација
стапче ванила



JUNGLE ROSE

4цл. Gin,
Тоник,
1цл. Рибизла
сок



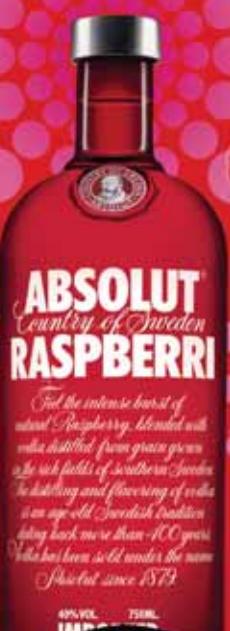
CINNAMON WALTZ

4цл. Spice rum,
1.5цл. Ликер од
цимет,
Sprite,
2цл. Темен рум.
Декорација
стапче цимет

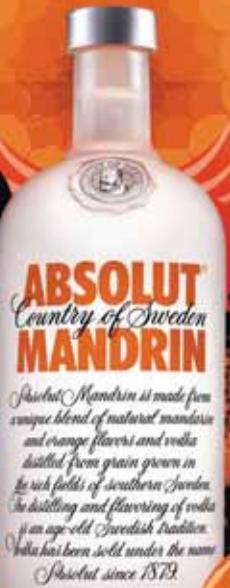
DIZZY JAZZ MINT



4цл. Gin,
2цл. Triple Sec.
1.5цл. Ликер
од Капини,
Sprite,
Декорација
Капини



FIND YOUR FLAVOUR



find your flavour at absolut.com

АБСОЛУТ ВОДКА спонзор на Коктел школо (ЗБМ), контакт ДАРКО АНГЕЛЕСКИ Тел. 075 436 681



Почитувани читатели,

Доколку некој Ваш предок во 1698 година испратил писмо во Лондон, на адреса: 3 St. James Str. London, истото со малку среќа ќе било испорачано во продавницата на младите трговци од семејствата Berry и Rudd.

Доколку Вие денеска го сторите истото, од истата адреса, ќе добиете лубезен одговор од персоналот на Berry Bros. & Rudd Ltd. - апсолутно истата компанија што ја контактираше Вашиот предок пред повеќе од три века!

Го користиме овој податок за да Ве воведеме во представувањето на компанијата и луѓето што го создадоа едно од најпродаваните и најценетите скотски виски на светот - **Cutty Sark**.

Berry Bros. & Rudd е е најстарата трговска компанија со основна дејност трговија со вина и пијалоци во Обединетото Кралство. Нивната експертиза, знаење како и понудата на најдоброто што може да се најде на пазарот придонесоа да бидат назначени за снабдувачи со пијалоци на Британското Кралско Семејство уште во далечната 1760 година. Овој дел од нивната активност продолжува до денешен ден.



На почетокот на 20-те години од XX век, во периодот кога популарноста на шкотското виски го достигнуваше својот максимум, партните Berry и Rudd, решија да ги предизвикаат сите дотогашни стандарди и да создадат виски, пофино од било што, кое дотогаш се продавало? Партерите решија новиот производ да биде бленд од најфини малт вискија.

Новото виски ќе биде првото виски на светот, попнето во својата природна светла боја, со нежна и елегантна арома што Berry и Rudd многу ја сакаа. Создавањето на новото виски беше храбар и однапред осмислен чекор во спротивност со дотогашната пракса на произведување на вискија кои се "тешки, маслени и темно обоени".

На среќното новороденче му требаше име. Партерите решија да го поканат на ручек познатиот шкотски уметник James McVey. Средбата се одржа на 20 март 1923 година. Во тоа време, насловниците на дневните изданија беа преполнi со успехите на големиот брод - едреник "**CUTTY SARK**" - кој пловеше на познатата ruta за Далечниот Исток (The Tea Route). Во тоа време постоеше голема конкуренција помеѓу бродосопствениците во поглед на брзината на пловидбата затоа што бродот што прв стигнуваше на својата дестинација во Кина после новата жетва, обично ги добиваше најдобрите цени за чајот - пијалок исклучително значаен за британското општество. Cutty Sark, само што впловуваше во домашните води, следен со прослава на бројните признанија за брзината и ефикасноста, толку ценети во британската поморска традиција.

За James McVey немаше дилема. CUTTY SARK беше идеално име за новото виски. Име што во себе целосно ги впива карактерните црти на познатиот брод: вештина, квалитет и победнички дух. Berry и Rudd беа восхитени од предлогот.

На истата средба, по завршувањето на ручекот, James McVey зеде една салфета и со мастило даде предлог за дизајнот на фронталната етикета (label) на вискијот. Тој веројатно не ни сонуваше дека неговиот нацрт - на брод со рафириени едра поставен врз жолта основа ќе стане знак за распознавање на едно од најпознатите и најценетите вискија на светот.

Се разбира, Cutty Sark Blended денеска е дел од семејството коешто го сочинуваат и Cutty Sark Malt, Cutty Sark 12, 15, 18, 25 S.O.

Cutty Sark е извонреден пример на шкотската умешност во процесот на блендирање на вискито. Околу 20 single malt вискија од регионот Speyside се блендираат со најквалитетни grain вискија. Cutty Sark во себе вклучува и помал број на селектирани малт и grain вискија од областите Highland, Lowland и Islay.

Специфичниот карактер на Cutty Sark се добива преку долго одделно созревање на malt и grain вискијата во бело-дабови американски буриња претходно користени за одлежување на Oloroso Sherry. Тоа овозможува ова виски да ја стекне својата привлечна арома во која можат да се препознаат траги од ванила и даб, како и да ја добие впечатливата светла боја.

Чистата, кристална вода од реката Spey којашто се користи за производството на Cutty Sark придонесува за мекиот, хармоничен вкус на ова виски.

Основното малт виски коешто се користи во производството на Cutty Sark е неспоредливиот малт - Glenrothes. Ова е омилениот малт на многу мастер блендер-и, срцето на Cutty Sark, супстанцата што ја дава длабочината на блендуот, длабочина што многу често недостига кај блендуот вискијата.

Cutty Sark е исклучително елегантно виски. Виски со природна златна боја, исклучително чисто и бистро. Виски со заокружен и балансиран вкус, меко и освежително. Ароматично но без нагласен чадлив вкус, нежно, полно, со чист и долг завршеток.

Трите века на искуство и познавање беа најдобрата гаранција дека Berry и Rudd ќе успеат во својата намера. Денес Cutty Sark е едно од најценетите вискија помеѓу познавачите во светот. Присутно и продавано на сите континенти, како и пазарен лидер во многу земји.

Она што е впечатливо, е секако фактот дека Cutty Sark е недвосмислен пазарен лидер во Медитеранските земји, особено во Гриција, Шпанија и Португалија. Едноставното објаснување би гласело дека ова карактерот на овој генијален производ - во целост е препознат и комплементарен со врелиот медитерански дух.

1923 година беше само почетокот на сигурната и брза пловидба. Cutty Sark продолжува брзо да плови по морињата на задоволствата на милионите потрошувачи ширум светот по сите географски должини и широчини носен од својот квалитет...





ПИВО

пијалоци

Пишува:
Маријан КОСТАДИНОВСКИ
(Beershop)



Пивото отсекогаш било пијалок на народот. Пивото секогаш се поврзува со пијани навивачи, додека групните дружења се резервирали за добро вино. Пивото воопшто и не мора да биде толку досадно и еднолично



ПИВО... ШТО Е ТОА?

Под пивото се подразбира комплексен пијалок, кој се произведува во процес на алкохолно варење од јачменот, хмелот, водата и пивскиот квасец. Водата е главна состојка на напитокот и служи како растворувач. Сладот се добива од житарици, најчесто од јачмен, и му дава на пивото состојки на екстракт од кој зависи вкусот и концентрацијата на основниот екстракт на пивото. Го сметаат за душа и тело на пивото и е главниот виновник за бојата и алкохолот во пивото.

Хмелот го конзервира пивото и му дава пријатен мирис и горчлив вкус, додека пивскиот квасец предизвикува алкохолно вриење во кое шеќерот преминува во алкохол и јаглерод диоксид. Пивото е потполно природен и биолошки урамнотежен производ, па се смета и како „течна храна“. Енергетската вредност на еден литар стандардно пиво одговара на енергетската вредност на еден литар полномасно млеко.

СОСТАВ НА ПИВОТО

Состојките на драгоцената течност се: вода, етанол, јаглерод диоксид и непревиен дел- екстракт на сладовина. Влијанието на етанолот зависи од концентрацијата на материјата во сладовината од која пивото е произведено и степенот на неговото превривање. Зависно од видот на пивото, волуменскиот дел на алкохолот може да биде различен, т.е. помал од

0,5% кај безалкохолните пива и поголем од 8% кај јачменовите пива. Лагер пивото содржи до 0,5% јаглерод диоксид, кој му дава свежина, и битно влијае на пенливоста на пивото. Стабилноста на пената зависи од концентрацијата и хемискиот состав на непревиениот дел на екстрактот. Способноста на држење на пената зависи од количината и хемискиот состав на екстрактот. Од пивото се бара при полнењето во чаша да се пени така да оваа густа и цврста пена задржи на површината најмалку 3 минути. Меурчињата на јаглерод-диоксид кои се креваат од дното кон површината помагаат кон одржувањето на пената. Екстрактот на пивото претежно го сочинуваат јагленохидрати и помали количини на протеин, аминокиселини, глицерин и составни делови на хмель. Од составот на екстрактот зависи вкусот на пивото. Хемискиот состав на екстрактот не зависи само од видот на сладот, туку и од начинот на производство на сладовината и водењето на ферментацијата, односно степенот на конечното вриење на крајот на ферментацијата.

ПОТЕКЛО

Според старите ископувања и записи археолозите утврдиле дека старите Вавилонци произведувале пива во 7000 години п.н.е. Имале 16 сорти пива, а за вриењето користеле јачменов шеќер и пченица. Од тута производството на пиво се пренесува во стариот

Египет, Персија, Грција и други земји. Египќаните знаеле да го прават пивото уште од 2000 година п.н.е. а Грците, примајќи ја цивилизацијата од нив, ја научиле и вештината на производство на пивото, по нив се Римјаните, па старите Германци и тогаш останатите европски земји. Во тие времиња пивото било правено од шеќер, но без хмель, така да добиениот производ бил многу кисел. Тогаш во пивото се додавале разни треви - пелин, лупин глог, шафран и друго. Примената на хмелот претставува важно открытие и е основа за современата технологија на пивото. Хмелот прв пат се користел во Русија. Усновувањето на парната маѓина поволно се одразило на раковитото на пиварството. Најважно техничко пронаоѓање претставува пронаоѓањето на машината за ладење. Благодарение на најважните научно-технолошки достигнувања во 19 век, се создадени основи за преобразба на малите претпријатија во големи фабрики за пиво.

Не е вистина дека лубето од пивото се дебелеат - пивото дебелее како и секоја друга намирница само ако се конзумира во поголеми количини отколку што му е потребно на организмот.

Повеќето доктори се сложуваат со тврдењето дека помала количина на пиво (0,5 л дневно) поволно влијае на лекување на некои тешки болести и ја спречува појавата на други. Се повеќе владее и мислењето дека со конзумирањето на пивото се смалува психосociјалниот стрес. Состојките на пивото не само што ја поттикнуваат активноста на желудникот и дигестивниот тракт, туку заедно со непревиените јаглехидрати го успоруваат преминот на алкохолот од желудникот во крвта.

ТЕМПЕРАТУРА НА ПИВОТО

Различни производители на пивото препорачуваат оптимални температури на кои се пијат нивните пива. Меѓутоа, во зависност од видот, подвидот и од состојките на пивото може доста прецизно да се одредат температурите на кои пивото го дава најдобриот квалитет. На пример, пилснерите се служат на доста ниски температури околу 0°C, додека повеќето британски ејлови (тип на пиво), портери и стоути на подрумски температури ("British Cellar Temperature"), од 5°C до 11°C, некои дури и до 13°C. Температурата доста влијае на вкусот на пивото. Што е поладно, помала е количината на јаглерод диоксид, со самото тоа помалку е изразен вкусот и мирисот на пивото.

Температури на кои се служат пивата се:

Пилсери на 0°C

Лагери од 5°C до 9°C

Ејлови од 7°C до 11°C

Стоути од 8°C до 13°C

Старите ејлови, траписти и манастирски пива се препорачуваат на собна температура

ЧАШИ ОД КОИ СЕ ПИЕ ПИВОТО

За да го задржи својот квалитет односно температура која е оптимална за одреден вид, додека се пие

подолго време, за пивото се најпогодни чафи кои имаат дебело стакло. Таква чаша служи како изолатор од надворешна температура. Поради тоа криглите се многу популарни, бидејќи имаат дебело стакло и многу долго може да ја одржат температурата. Освен криглата се користат и чаши со „сталак“ бидејќи спречуваат раката која ја држи чашата, да го греје пивото. Ваквите чаши се држат за сталакот а не за телото. Во секој случај криглата и чашата мора да бидат доволно големи да може да го собере целото пиво заедно со пената во неа. Многумина и не ја сакаат пената, така да пивото го точат по работ на чашата. Пената е многу важна и многу влијае на општиот впечаток за одредено пиво. Го спречува загревањето на пивото, се наоѓа како изолатор помеѓу пивото и надворешната средина и му ја дава на пивото неопходната горчина, вкусот на пивскиот квасец и мирис. Важна е формата на чашата која мора да биде прилагодена според видот на пивото. Ако пиете „лагер“ пиво, кое се пие брзо и има помал процент на алкохол, тоа се точи во висока чаша во форма на круша, без подлога. Со оглед на тоа дека треба да се пие бргу тоа и не стигнува да се стопли. Наспроти тоа, посебните сортни пива се точат во со долга подлога и широк отвор. Тоа се имено, посилните пива, кои полека се пијат поради повисокиот процент на алкохол, а долгата подлога овозможува да не го загреваме пивото држејќи ја со рака чашата.

ЗАБЛУДИ ЗА ПИВОТО...

Од необјасниви причини често се слуша мислење дека пивото го пијат луѓе со плиток цеб и слабо образование, додека тие другите, богатите и угледни граѓани, уживаат во други пијалоци, пред се во виното, виски и сл. Ова мислење го негираат спортистите како што се Борис Бекер и Јирген Клинсман, политичарите како Роман Херцог и Хелмут Кол, манекенките Ева Херцигова и Наоми Кемпбел, глумците Шон Конери, Клинт Иствуд, Кевин Костнер и Бред Пит, пејачите Том Џонс, па дури и припадниците на кралските семејства како Елизабета втора и принцот Чарлс, принцот Вилијам Александар од ДАНСКА - сите тие уживаат во криглата, чашата или флашата на овој пијалок.



BADEL 1862



BADEL PRIMA BRENDY



saxgin
ГАНДСКИ БАКИСЖ

ЗА СИТЕ ВРЕМИЊА

И ЗА СИТЕ ВКУСОВИ



ul. Kolektorska b.b.
pošt.fah 257, 1000 Skopje, R. Makedonija
tel./fax: ++389 (0)2 3175 114; ++389 (0)2 3173 838
e-mail:badel@mt.net.mk



KRASNAYA

VODKA



This exceptional vodka is produced from selected grains and represents the highest standard in vodka purity as a result of the unique filtration and specially prepared water. This results in exquisite taste and unforgettable drinking experience.

email: info@krasnayavodka.com



храна

ЧИНИЈА полна со адути

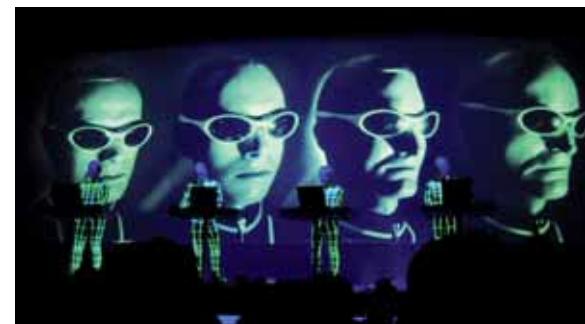
Што и како јадат странските и
македонските странци во Македонија

Пишува:
Радмила ПАВЛОВСКА

Генерално важи мислењето дека сите странци кои дошле во Македонија биле воодушевени од храната во Македонија. Скарата, доматите и јаболките, познати факти. Впечатокот произлегува делумно од тоа што вкусиле нешто ново, дел од културата да се почитува туѓиот индивидуалитет преку националната храна но и од фактот дека навистина има убава храна во Македонија. Од деловните партнери кои ги имам во странство, до дипломатите со кои сум ручала и мојот зет од Далас, сум слушала само пофални зборови за нашата храна. За жал, не и за услугата.

Се расправшавме наоколу и кај нашите пријатели што велат нивните пријатели. За да имаме вистински реалистичен увид во нивните впечатоци, се обидовме првенствено, да ги анализираме впечатоците на луѓе кои дошле во Македонија на неколку дена добра целна група ни се видоа дел музичките звезди кои не посетиле во изминатите неколку години, особено што нивните кетеринг рајдери секогаш има и по некој куриозитет кој говори за самата звезда. Voila!

Laurie Anderson и екипата ги носеле во Пантелејмон и бифето на МНТ. Им се допаднале салатите и виното. Тие барале цело време да имаат на располагање свеж сок без шекер, растителен чај, свежа негазирана вода, сушено и свежо овошје.. Не е чудо зошто Лори изгледа така добро на своите години.



Kraftwerk исто така биле на вечера во Пантелејмон и не ни стигнале до главното јадење. Се прејале од салатите (звучи познато?) и месото кое го нарачале го спакувале и им го дале на децата што чистат прозори и просат по семафорите. Тие биле многу строги околу храната, бидејќи имале "девиза" дека не сакаат да се троши храна беспотребно. Така да сите барања што ги имале за во бекстејќи морале строго да се почитуваат. 6 литра џус = 6 литра џус. Не помалку ни повеќе....

PINK - Како и секоја голема звезда, Пинк ја придружувал личен готвач кој храната за неа ја приготувал во хотелот Александар Палас.

Simple Minds се втор случај кога некој со себе донел и готвач на гостувањето во Македонија но тој готвил за целата екипа во нивна сопствена мобилна кујна поставена во бекстејџ-от во Хала 1 на Скопски Саем.

Tiesto - Ручал во Тото со коментар дека не помни кога последен пат така добро јадел. Според коментарот Тиесто опасно се навлекол на гарската плескавица {то е за разбирање.

Faithless - Поголемиот дел од екипата биле вегетаријанци и биле екстремно задоволни од овошјата и зеленчуците што им биле послужени.

Bryan Ferry - (мошне омилен човек на уредничката, забелешка на Бар Код) Поради краткиот престој во Охрид само вечерал риба во Хотелот Метропол.

Whitesnake - Пејачот и лидер на групата David Coverdale претходно нарачал и специјално му подготвиле лосос и зеленчук на пареа во Хотелот Александар Палас. Во неговата гардероба на Скопско Лизгалиште побарал само само гүмбир и негазирана вода. Интересен лајфстајл со видливи резултати.

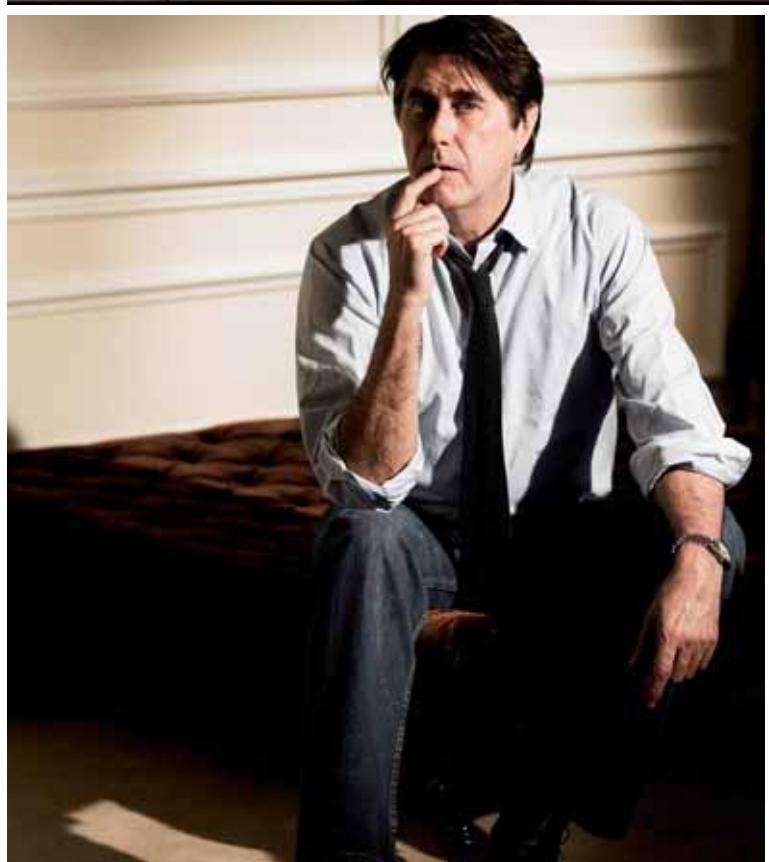
Vaya Con Dios - Вечерале во ресторанот Казабланка во скlop на Скопски Саем. Поголемиот дел од екипата јаделе разни салати и повторно уште едно воодушевување од македонскиот зеленчук.

Buena Vista Social Club - Од нив вкупно 16, 12 јаделе само риба, воопшто не јаделе месо. Уште една тајна на виталноста, освен музиката. На вечера биле во ресторан Ден и Ноќ и посебно им се допадало сирењето.

Lord Of The Dance немале кетеринг рајдер со оглед на тоа дека патувале 100-тина луѓе, но сакале да јадат нивна храна, па им организирале ручеци само во Ирскиот Паб од кој биле презадоволни!

Fire of Anatolia - ручале, нормално во Рамстор. Со оглед на тоа дека имаме слична кујна со Турците, не биле многу изненадени. Но имале пофални зборови за квалитетот на храната тука.

Од повеќето ДиЏеи кои доаѓаат во Скопје издвојуваме неколку: Roger Sanchez и Derick May вечерва во Нобу, Армин Ван Бурен во Ања во парк, Methew Decay ги сака мезињата во Кригла, а Marcshall Jefferson не оди на друго место освен во ДМ.



Iggy Pop & The Stooges

Вечерале во Ден и Ноќ. Помалку - повеќе стандардно поминале, но во продолжение не можевме да не одолееме, да не ви приложиме дел од нивните барања, испратени претходно.

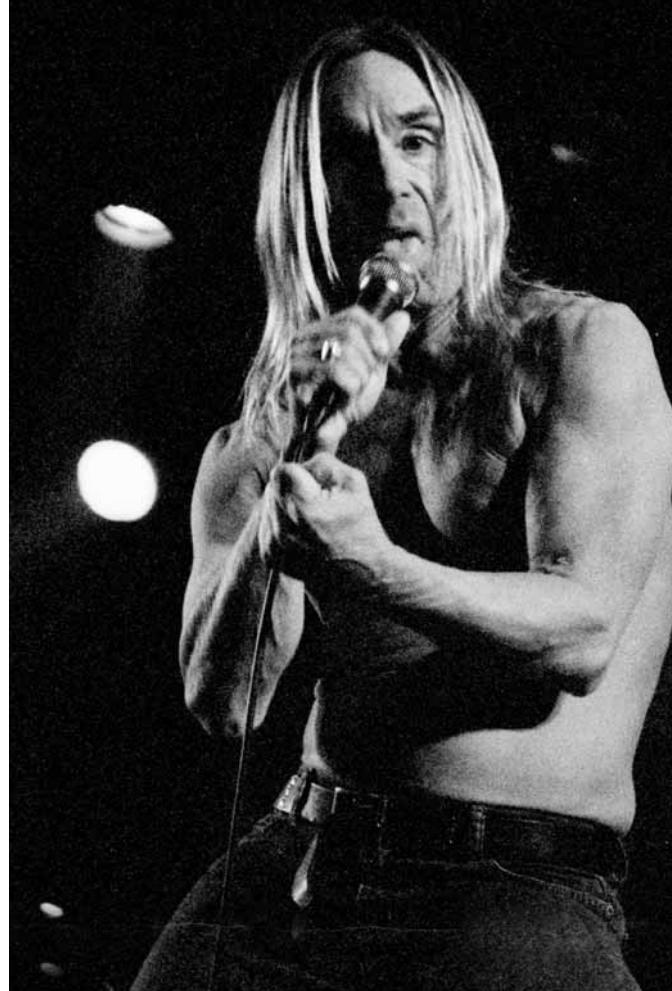
■ **1.** Можеме ли да пиеме како кафе и чај со млеко и една лажичка шеќер и слично цел ден? Можете да обезбедите чајник или машина за кафе ако сакате, сигурен сум дека во вашата околина имате продавница за да ги купите. Ако немате, ова Господ ви кажува да отворите.. Starbucks во вашиот град. Ох, и неколку шолји.

■ **2.** Малку пробрана храна за екипата секогаш е добредојдена и се ценi, за време на ручек секако. А, како и многу други луѓе и ние сакаме вкусна храна која не е полна со пестициди и оболена од кравјо лудило. Густа вегетаријанска супа е сигурен тип на кој можете да се обложите, комбинирана со неколку салати и свеж, тазе леб; нешто во тој стил. Убаво. За околу 4 или 5 луѓе.

■ **3.** На крајот, кога ќе си одиме, сакаме да ни обезбедите две енормно големи пици, кои или ќе ги јадеме или ќе ги оставиме во автобусот додека да најдеме корпа за губре на некоја попатна станица со отвор од околу 10cm/2. Потоа очајно ќе се обидуваме да ја превиткаме енормната тврда пица кутија така да биде доволно мала за да ја собере во корпата, што никогаш не е случај, така што ја оставаме настрана од корпата заедно со ладниот доматен сос и со парчињата сирење кои висат растегнати од страните на кутијата... Во секој случај... една квадро формаџо и една со лути феферони ќе завршат работа. Или ако пица не е на располагање, може нешто сендвичи или состојки за правење сендвичи. Леб, во белгиски стил (en Belgique, d'une boulangerie qui est spécialisée en baguettes), сирење, салата, можеби малку шунка и пилешко. И овошје, и чоколадо. Њам, Њам. Со надеж дека нема да донесете еден од оние сендвичи какви што продајаат во подземни железнички станици, со говедско месо и листови од луцерка (детелина) кои висат од страните како женски пензиониран долен дел од бикини од Флорида. Бљак.

4. 3 литри дестилирана вода, 3 литри бистра вода, 12 шишиња пиво и 1 литар овошен цус..... Jas преферирам грејпфрут.

■ **5.** Ручек за десет луѓе треба да биде на располагање, зготвен на местото на кое се случува шоуто или обезбеден од локален ресторант. Значи или во ресторантот или донесен на локацијата на шоуто. Треба да имаме пилешко месо, риба и вегетаријанска храна. (Хеј, алоо... повик кон Германија..... вегетаријанска значи "нема месо во себе". Тоа ги вклучува и кобасиците. И 'speck', што и да значи тоа).



■ **6.** Ручек за Иги и за уште двајца негови пријатели треба исто така да е на располагање на местото на шоуто или во локален ресторант. По концертот прифатлива е и локална кујна (локална храна за локални луѓе) или стек/пилешки, месо од загрозени видови (исклучувајќи молци или нешто ептен слатко), змија, кит, ајкула медицинска сестра (сестрата да стои настрана за секој случај. Може да не касне ајкула, нели ?)

■ **7.** Едно (1) пакло карти (како пчела, велосипед или авијација) за играње во големина за покер. За мене! Во случај да сакам да правам трикови со карти. Или во случај некоја од девојките на бендот да посака брза партија покер на соблекување додека бендот е на сцена. За пари, секако.

■ **8.** Ерик Фишер, водичот на патот на Stooges, ќе сака да му обезбедите значки, или бецови, мислам дека мисли на нив, кои се знаменитост на земјата (вашата) за да може да ги закачи на јакната што ја носи на турите и да изгледа како голем и силен шетач или така нешто. Дали е тоа изводливо? Можеби ќе морате да му се јавите за да добиете разумна верзија на неговото барање. Се чувствуваат како глупак само што го пишувам ова. Треба да ни обезбедите и две соблекувални на располагање само за наша употреба.

Соблекувална еден. Иги Поп.

Знаете што би било навистина убаво? Ако можете да направите оваа соба помалку да личи на типична рок енд рол соблекувална а повеќе на... Интересно нешто? Дали ме капирате? Само пуштете некое типче со слободен дух и со малку уметнички талент... Ex,

Iggy & The Stooges catering rider

Здраво.
Ова е листа на
работи што ни требаат за
денот на нашето шоу.
Не е многу
комплицирано,
но ако имате било какви
проблеми, обратете
ни се и ние ќе ги
решиме. Мислам дека
ќе видите дека сме многу
разумни луѓе. Освен јас.

дали познавате некои хомосексуалци? И дали ми е дозволено да го кажам тоа? Веројатно не е. Треба да имаме и: чајник или уред за загревање вода, нешто со тој опис. Малку свеж гўмбир, мед, лимони и остар нож. За да можеме да правиме чај од гўмбир, мед и лимон. Господ знае зошто. И малку кинески барут чај.

За да се обидеме да ја кренеме во воздух соблекувалната. Тоа е шега, инаку. Добро е што ова не е аеродром... Потоа ни треба весник на англиски јазик како New York Times, The Miami Herald. Или можеби Гардијан (мојот омилен). Или примерок од USA Today со приказна за морбидно опседнати луѓе. Најинтересното нешто! Ни треба и некој облечен како Боб Хоуп. Некој фантастичен имитатор на Боб Хоуп кој одлично ги кажува Боб Хоуп смешните шеги за голф и Холивуд и за Бинг Крозби. О Боже, колку сакам да сум бил жив во тоа време, за Боб Хоуп да можел да ме забавува пред да си заминам и да бидам застрелан. Каква радост мора да искусли овие луѓе... Па, голема кофа мраз, или фрижидер, кои содржат: 2 литри добра и квалитетна минерална вода, мислам дека треба да има потекло од земјата во која се наоѓаме.

6 шишиња Гролш или пристојно локално пиво. Неколку шолји и чаши.

2 шишиња глатко, со добар мирис и вкус, Бордо тип на црвено вино. Веројатно француско. Или некое за кое сме слушнале, но се уште не можеме да му го изговориме името. Видете, има ебено чудо добри црвени вина. Прашајте го човекот во вино шопот. Или евве неколку предлози. Прв избор: Medoc, St. Emilion, Pamerol, или Pauillac, години '86, '89, '90, втор избор: Barolo или Barbaresco '89 или '90.

На крај и 4 големи, чисти крпи.

Гледате? Не е се така лошо, нели? Ох, да, и A BMW K1200 RS SE мотор. Сребрено синиот е најфин избор. Па, вреди да се обидам. Како што велам јас, секогаш можете да ни се обратите ако имате било какви прашања. Пробајте го ова.

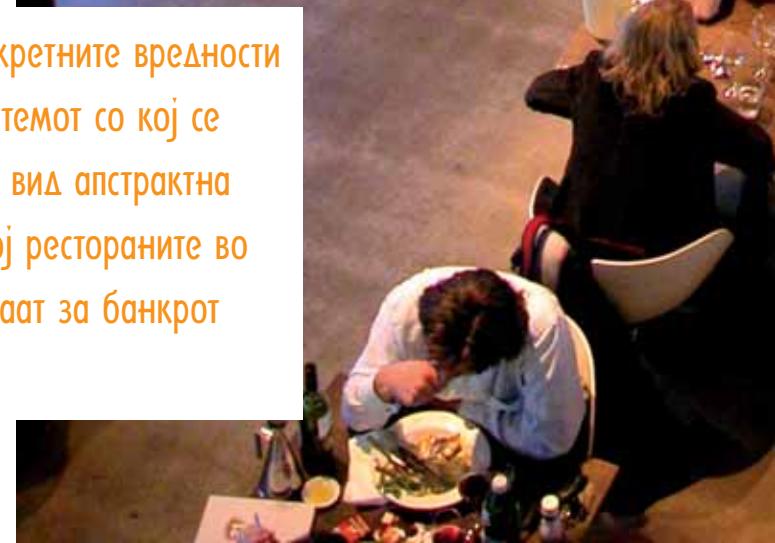


GUINNESS®



КУЛИНАРСКИ КРИТИЧАРИ

Интересен е фактот што многу од конкретните вредности зависат од апстрактни согледувања. Системот со кој се служат кулинарските критичари е еден вид апстрактна категорија (читај: субјективна) преку кој рестораните во светот заживуваат или пак се подготвуваат за банкрот Јоханес Ван Дам



ДОХАНЕС ВАНДАМ

кај холандските угостителли

страви трепет

Пишува:
Бојан МАНУШЕВ



Најпознатиот и без никаква конкуренција, кулинарски критичар во Холандија е Јоханес ван Дам. Многу почитуван и уште повеќе омрзнат во хорека круговите, тој е авторитет меѓу угостителите. Неговиот систем на оценување на квалитетот на храната и веродостојноста на рецептите, е од една страна немилосрден но и животно наградувачки за беспомошните во негова близина, угостители.

Се работи за систем на оценки од пет до десет при што ако сте добиле петка можете веднаш да си го затворите ресторанот, но ако сте добиле десетка тогаш подобро веднаш да вработите екстра персонал за подготвено да ја дочекате навалицата од гости која ви претстои.

Многу често се случува Ван Дам да не биде добредојден во одредени кругови но, во како и да е, и колку и да е субјективна неговата работа сепак искреноста со која тој пристапува го прави добар критичар и голем авторитет. Тука не се работи само за сувопарна критика. Начинот на оценување на одредено јадење сепак подлежи на одредени протоколи и е многу транспарентен. На пример, ако нешто треба да биде крцкаво или ако треба да се топи тоа треба да е така и никако поинаку. Се разбира во модерната фужн (fusion) кујна многу работи се изменети од класичните француски рецепти но тоа не значи дека едно јадење не треба да биде вкусно.

Многу важно кај еден кулинарски критичар е тој да биде едуциран и да има големо искуство - од поз-



навање на состојките и рецептите, до целосна запознаност со технологијата на подготвка на јадењата и компетентност во поглед на националните и интернационалната кујна. Еминентниот ван Дам ги има сите овие карактеристики. Минатата година тој ја издаде првата кулинарска енциклопедија големата "Ван Дам енциклопедија" каде што читателот може да најде се за секој продукт или негов рецепт.

Начин на работа

Господинот ван Дам со своето излитено куферче еднаш неделно лично доаѓа во ресторан по свој избор. Изборот варира од најпознатите и во моментот најпопуларни ресторани, до мали кафулиња кои со своите интересни менија привлекуваат голем број гости.

При тоа, важи едно дискретно правило. Имено, Господинот критичар не посетува штотуку отворени ресторани. На новите ресторани им се дава време од три до шест месеци за да ги преболат детските болести. Секако по завршувањето на овој грејс период се мора да функционира како што треба.

Под лупата на критичарот доаѓаат палетата пред-јадења, главни јадења, десерти и вина кои ги консумира со свој прибор за јадење кој го носи со себе. Се анализираат цените, коишто играат голема улога во оценувањето. Ентеријерот е на последно место.

Една недела подоцна, неговиот натпис со опширна критика и специфицирана сметка се објаву-

ва во престижниот "Хет Пароол", весник каде што секој сопственик на ресторан со нетрпение го чека неговиот суд. Неверојатно, но овие текстови буквально значат живот или смрт за рестораните.

Интересен е и фактот што многу од сопствениците на ресторани во Амстердам и пошироко во Холандија бегаат од локалот кога Господинот критичар ќе влезе во нивните ресторани. Се разбира бегаат оние се поплачливи или оние што имаат нешто да скријат. Неодамна еден од најпопуларните амстердамски ресторани доби шештка затоа што, не само што јадењата не биле по негов вкус туку порциите на соседните маси биле два пати помали од оние на господинот ван Дам. Замислете каква срамота-кутурите сакале да остават поголем впечаток со тоа што намерно на Господинот критичар му ја зголемиле порцијата, а со тоа си направиле мачешка услуга.

Наместо заклучок:

Издрананата, добро конципирана и пред се конструктивна критика е добредојдена. Секој кој е сигурен во сопствениот производ мора да биде искрено отворен кон сугестии и критика, со цел за подобрување на својата дејност. Мора да постои единствен систем на правила прифатен од двете страни за да може да се оди напред во преобразба на традициите во нови видови на традиции, а истовремено да се зачуваат и класичните вредности.

Златна звезда - Шрна звезда

Овој симболичен наслов како симбол за квалитет или неквалитет на одреден угостителски објект е работниот наслов за првиот голем проект на БАР КОД. Со оглед на тоа дека во Македонија се уште не постои кредитилен критичар кој би можел да ги оценува угостителските објекти кој нас и нивниот квалитет, се зафативме со сизифовска работа да го искреираме и профилираме истиот. Во тоа ќе ни помогнат неколку наши стратешки партнери (Факултет за туризам од Скопје, www.restorani.com.mk, поединчи угостители со искуство од други земји и неколку странски експерти). Искрено се надеваме дека навистина ќе успееме во нашите напори за подигнување на нивото на хорека секторот кај нас, што е и единствената цел на овој магазин.



The Mediterranean
is not so far away



Уживајте во опуштената, 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, бранцин на сино, фахитас, џамбалая... 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, fahitas, jambalaya... you name it! Divine food, impeccable service, excellent prices - a guarantee for the most enjoyable culinary moments!

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



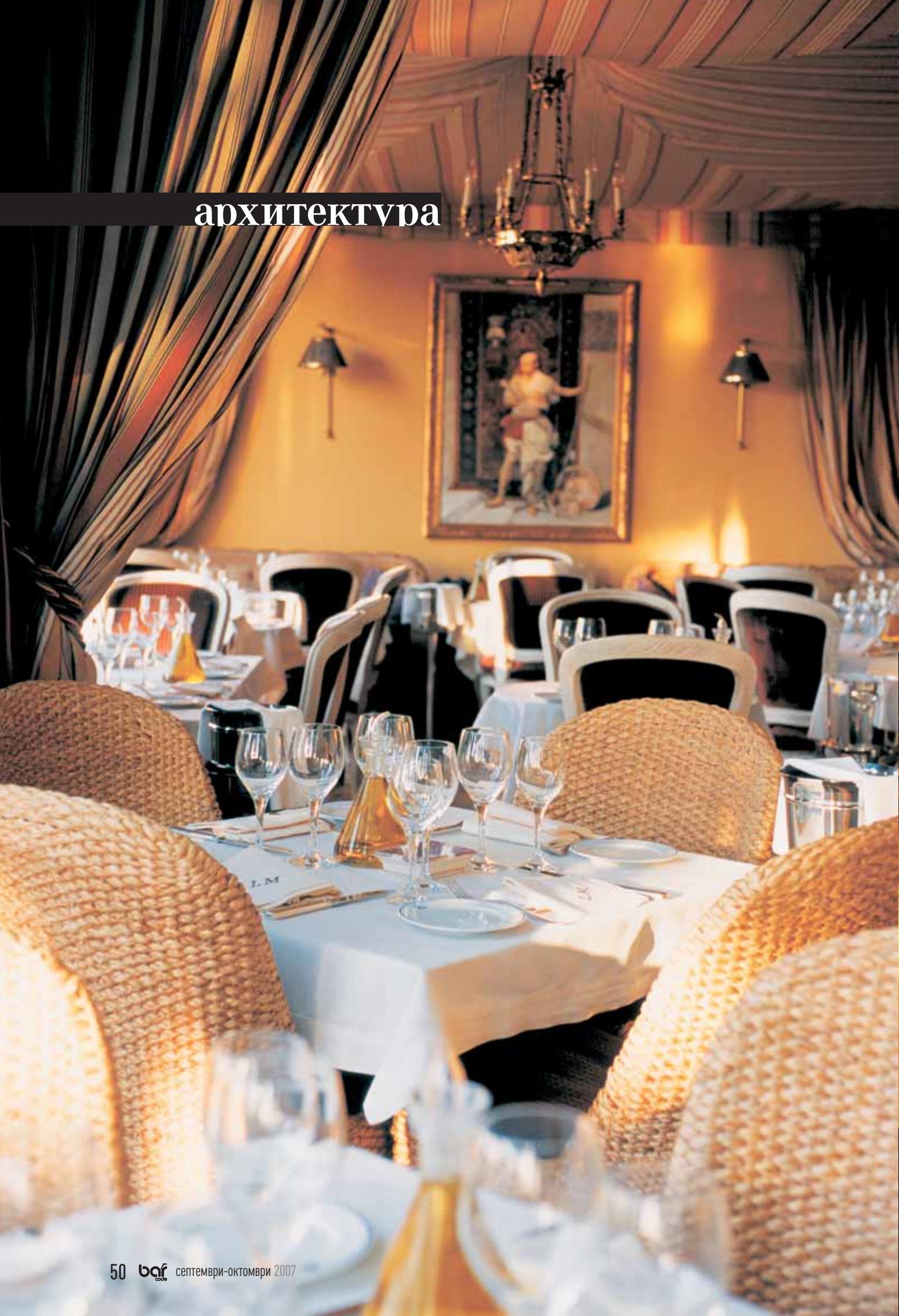
Наша комплетна сервис понуда:

- Ресторан
- Кетеринг служба
- Организирање настани

Our complete service offer:

- Restaurant
- Catering
- Event management

архитектура





Колку чини да се отвори локал во Скопје и околината?

За да можеме да направиме паралела ќе извршиме анализа врз локал во форма на затворена карабина од 50м2, кој после едномесечен труд и пот гордо ќе се претвори во Кафе Бар.

За горенаведениот опис на локал одговорно тврдам дека

Може да се изведе за 1.200.000,00 ден. во понатамошниот текст - **ЕФТИН!**

Може да се изведе за 3.000.000,00 ден. во понатамошниот текст - **СРЕДНО СКАП** и

Може да се изведе за 6.000.000,00 ден. и повеќе, во понатамошниот текст - **АМАН БЕ?**

Анализите ќе ги направиме врз основа на исти позиции но изведени од различни материјали кои различно чинат. Ќе започнеме со мојот омилен ЕФТИН, затоа што во таквите најубаво си поминувам.

Пишувач:

Арх. Бујар МУЧА

Прашање старо колку и постојењето на угостителската каства. А одговорот е лесен: Чини онолку колку што мислиш да потрошиш за него. Ако на тоа го додадеш недоплаќањето кон изведувачот и архитектот поради божемен неквалитет или доцнење од замислениот ден Δ за кој се веќе однапред отпечатени покани, плус претрпен страв поради изгубената сезона, небаре лето веќе нема да дојде, тогаш си поминал - Топ..
..Повторно од мене излегува мојот анимозитет кон милите угостителски стопанственици. Но се еден мал водич низ светот на цените и парите кои што се потребни да склопиш пристоен угостителски објект. Однапред ги предупредувам читателите и моите колеги архитекти и дизајнери дека во ниеден наведен случај не е вметнат трудот на дизајнерот.



ЕФТИН

- обработка на плафони и зидови (малтер и гипс картон)	100.000,00 ден.
- инсталации (поцинкувани и пластични цевки)	50.000,00 ден.
- подови (обичен дрвен, керамички плочки)	60.000,00 ден.
- осветлување (Грција и Турција)	100.000,00 ден.
- шанд (иверка, боен медијапан)	180.000,00 ден.
- опрема, столици, маси (Грција, Турција)	180.000,00 ден.
- греене и климатизација (ло{о)	120.000,00 ден.
- санитарии (Струмица и Кикинда)	120.000,00 ден.
- декорации да го личи (огледала, гипсани профили)	120.000,00 ден.
- опрема за шанд (Турција + репрезентација)	180.000,00 ден.
Вкупно	1.210.000,00 ден.

* СРЕДНО СКАПИОТ пак најмалку и го сакам затоа што е претенциозен и сака да влезе во високите кругови, а неретко од него излегува одрон.

СРЕДНО СКАП

- обработка на плафони и зидови (дрвени облоги)	250.000,00 ден.
- инсталации (ЦМЦ цервки, фина пластика)	100.000,00 ден.
- подови (паркети, мермери, епоксиди)	150.000,00 ден.
- осветлување (Италија, Шпанија)	250.000,00 ден.
- шанк (комбинација од плочи и масивно дрво)	400.000,00 ден.
- опрема, столици и маси (Италија, Германија)	300.000,00 ден.
- греене и климатизација (централен систем)	250.000,00 ден.
- санитарии со карактер	250.000,00 ден.
- декорација да умрат душманите	300.000,00 ден.
- опрема за шанк со сите апарати и вградени фрижидери од Инокс	300.000,00 ден.
- скапа опрема за звук	200.000,00 ден.
Вкупно:	2.750.000,00 ден.



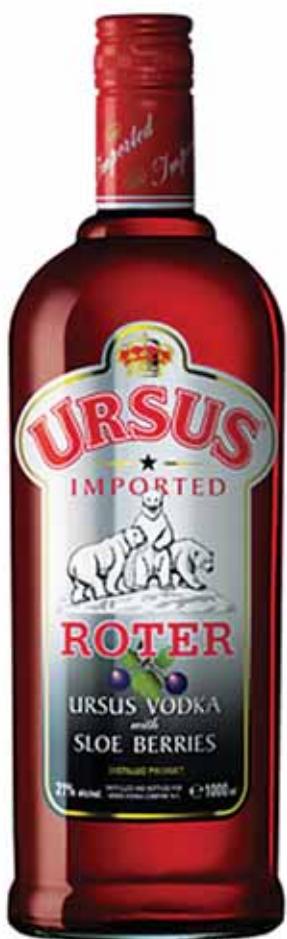
АМАН БЕ?

АМАН БЕ е типичен пример на цабе фрлени пари во воздух во ситуација кога цените на угостителските услуги кај нас се далеку поефтини од оние во регионот. Нема да набројувам позиции затоа што овие локали се натпреваруваат во друга лига. Меѓутоа, секој што во својот локал решил да вгради гранитни плочи, подови од ретки тропски стебла, комбинации на сјајни лимови со калени стакла, полуфотељи од мали италијански работилници, австриски и германски светла, итн... нека биде спремен да ја плати цената што погоре во текстот му ја ветив.



**URSUS®**

ROTER
THE RED VODKA



THE BLEND



www.illy.com

И



Секое арабика зрно се анализирано едно по едно со електронски систем базиран на фотокелија за сортирање кој ги елиминира несовршените зрна. Откако ќе бидат избрани зрната од различни групи се прави "blend" кој гарантира најголема хармонија меѓу вкусот и аромата на кафето.



Зрната се печат и по печењето, кафето се лади со младен воздух. Оваа процедура е подолга и покомплицирана од традиционалниот метод на ладење со вода, но ладењето со воздух го остава квалитетот на кафето абсолютно непроменет.



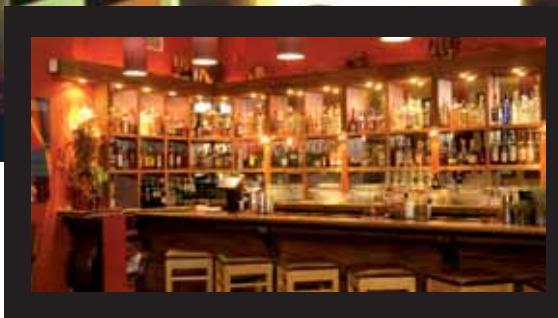
За пакување illikafe го користи методот со притисок (инертен гас), кој денес се смета за најдобар систем за зачувување на кафето. Ја продолжува конзервацијата на кафето (до 3 години) и совршено ги одржува аромите.



Овој фасцинантен процес произведува "blend" која ја возвишува слатката компонента во горко-киселкасто-слатката рамнотежа на еспресото, и која го дава слаткиот долготраен вкус веднаш препознатлив во секое illy еспресо.

РЕТРО ПУЛТОТ на објектот

го отсликува карактерот



Во многу земји, културата на посета на локал, налага при влегувањето, гостите прво да отидат до шанкот, таму да го нарачаат првиот пијалок, па дури потоа келнерот да ги смести. Оттаму и значењето на убаво наредениот шанк, или како што во последно време, каде се нарекува - ретро пултот. Каде нас гостите најчесто директно седнуваат на првата слободна маса, но тоа не ја намалува улогата на ретро пултот поради централната позиција која најчесто ја има.

Во последно време, сведоци сме на се поголем број стручно проектирани и креативно решени катчиња за сместување и изложување на пијалоците и каде нас. Најчесто впечатокот се расипува кога ќе се наредат пијалоците на нив. Се губи замислата на архитектите, практичноста во работата и естетиката на целиот локал.

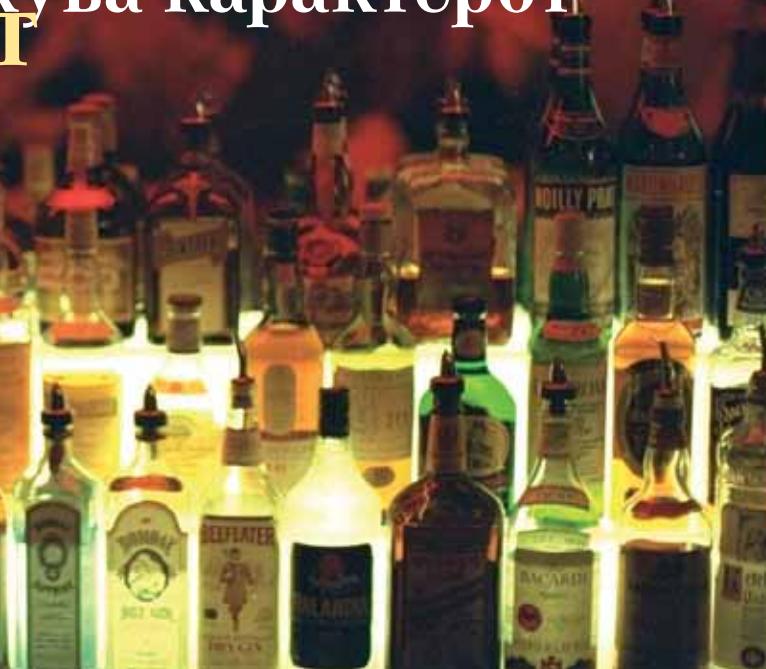
Тоа е навистина штета бидејќи ретро пултот е огледало на целиот локал и како таков има повеќе функции:

- претставува централен украс на објектот

- ја олеснува работата и ефикасноста во послужувањето

- го покажува нивото на знаење, умешност, креативност и карактерните црти на сопственикот/менаџерот и персоналот

ретро пултот е огледало и душа на објектот. Затоа треба да биде убаво и стручно нареден. Подолу се десетте едноставни правила кои можат да помогнат при тоа:



ретро пултови

Пишувача:

Радмила ПАВЛОВСКА

1. Ексклузивните и скапите пијалоци наредете ги во најцентралниот дел со најдобра видливост

2. Групирајте ги белите, темните и пијалоците во боја едни со други

3. Одвојете ги пијалоците по категории (виски, вотка, вино..)

4. Групирајте ги портфолијата на одредени брендови (на пример ако има повеќе вкусови или варијанти на еден пијалок) да стојат еден до друг

5. На површината под шанкот наредете ги најчесто служените пијалоци

6. Распоредете ги шишињата со еднакво растојание меѓу себе

7. Внимавајте на позицијата на висечките дозери да не ги покријат најубавите делови од шанкот

8. Ако поставувате украсни детали, комбинирајте ги соодветно и со вкус, на пример миризливи свеќички до ликерите или кутија за пурпур до вискито.

9. Осветлете го шанкот правилно

10. Бришете редовно прашина од површините и од шишињата

KNOW HOW

да се одржи ниво на ресторран или кафе бар

Во минатиот број ја злоупотребив шансата да се изнапцујам и изнапукам на се што професионално ми пречи, а е во врска со осмислување на угостителски објекти во најмилата ни татковина, а посебно во главниот ни град. Коментарите на оние што го читале текстот беа охрабувачки и од типот “Така е, некој мораше да им плесне в лице”. Па потоа си помислив - “Кој сум пак јас да коментирам за естетски вредности и туѓи пусти вкусови?” Дали со моето однесување ги навредувам најдлабоките угостителски чувства и убедувања на нашите меанции и рестораници?

Илјадници трени и дилеми ми поминаа низ глава за најпосле да речам со следниве пет - шест букви да не се закачам со архитектонски елементи и поими туку со поими врзани за духот и животниот стил на локалите.

Минатиот текст заврши со најава за буквата Е до која држко напишав (естетика) и сега горко се каам. Би било неумесно да се повлекувам па ке кажам неколку збора за овој поим врзано за нашава тема:

Пишува:
Арх. Бујар МУЧА

Ж (живот)

Многулати сме ја чуле фразата “Местото е полно со живот”. Местото со живот се препознава по тоа што за неколку минути ти ги “пресекува нозете” и во него за навек се вљубувач. За навек вљубените во местото се нарекуваат “Редовни гости”, “Стална клиентела”, “Хроничари” итн. Колку повеќе вакви гости има некој локал, толку повеќе `ivot зраи од него.

З (забава)

Логично се надоврзува на предходниот термин. Каде има живот, таму има и забава. Не зборуваме за организирани забави туку за катчиња во кои ти е поинаку од дома. Ако е во локалот е вообичаено и очекувано, зошто некој би плаќал голема цена за кафе, вечера или пијалок кога тоа може за многу помал трошок да го добие во својот дом?



S (сверско однесување)

Дојдов до мојата омилена тема - човек на врата.

Скопски, а во поново време специјалитет и на некој други поголеми градови во државата. Селекција на пожелни и непожелни гости, по однос на богатството, социјалниот или уличниот статус, а богами неретко и по однос на националност или боја на кожа. А селекцијата ја прават најчесто општествено дисквалификуваните. А верувајте дека за тоа нема потреба ако местото има....

И (идентитет)

Местата со идентитет привлекуваат целни групи со слични ставови, сличен социјален и интелектуален статус, слични вкусови, мириси и погледи. Сопствениците на таквите места имаат погледи кој одат подалеку од дневниот пазар, бројот на искршени чаши и бројот на фискално непријавените артикли.

E (естетика)
Во лексиконите и во кртозборите позната како “Наука и филозофија на убавото”. Рековме дека нама да зборуваме за архитектонските и обликовните аспекти во овој текст. Да кажеме неколку збора за естетиката на послужувањето. Зборуваме за соодветни садови за соодветни јадења, соодветни чаши за соодветни пијалоци, соодветна наслевка и лъбезност за соодветни гости. Ако сето ова успеете да го најдете на едно место кај нас, верувајте дека и најпогрешно решениот простор ќе ви се чини совршен.

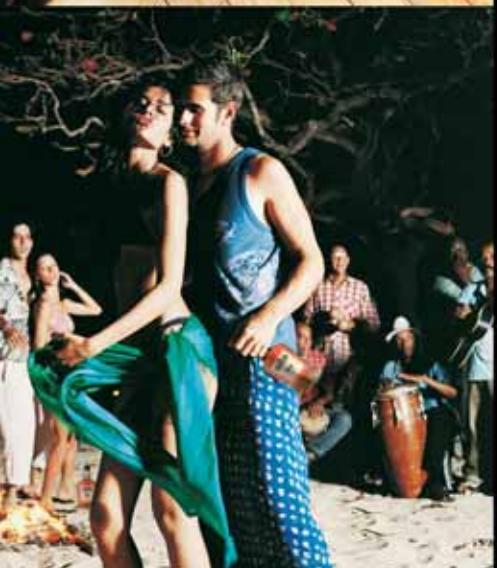
Следниот број го започнуваме со Ј. Ќе зборуваме за скопските Јапи и Метросексуалци по угостителските локали.....



ШТО ГИ ПОВРЗУВА
СИТЕ ОВИЕ ЛУГЕ?



ROCK 'n' STOCK





ХЈУМИДОР

- најдобриот пријател
на пурите

Тодор Стојановски **Интервју**



Разговараше:
Александар ТАБАКОВСКИ

Оригиналноста и креативноста се подлога за успешен бизнис, а кога станува збор за традиционални занаети како столарството - тогаш доаѓа до израз целата грандиозност на една идеја. Тодор Стојановски пред 10 години сам конструираше хумидор за пури, а откако го "открија" страните од Свидиш Меч, стана брэнд за овој тип производи во регионот, кој што сега сите се обидуваат да го копираат

Покорувањата на правилата за доследност го прават едно хоби навистина вредно. Пасионираноста на колекционерите на пури тоа го кажува јасно и гласно, а задоволството на уживателите во добрите цигар-барови потврдува дека целата оваа страш се разгорува затоа што нивните "љубимици" се на сигурно во нивниот дом - хумидорот. Сепак, тој не претендира да стане тотем наместо пурите, туку е нивен најдобар пријател, овозможувајќи ја идеалната влажност и температура за перјаниците на тутунската индустрија. Иако неговата вредност е симболична во однос на некои цигари, од кои само една може да чини тројно повеќе, хумидорот претставува комплексен производ за кој важат стриктни правила, со цел во него да се складират разни типови на пури, а притоа да не дојде до никакво влијание врз нив.

БАР КОД: Бар-културата како свој есенцијален партнери има културата во уживањето на пури. Колку е ова случај и во Македонија?

ТС: Купувањето, чувањето и пушењето на добри пури е права уметност, за која што се потребни предизвики, пари и љубов. Во Македонија овие три работи помалку или повеќе постојат, што значи дека има поволна клима за развој на културата во уживањето на пури.

БАР КОД: Хумидорите за одложување на пурите се неизоставни за секој колекционер, бар или голем уживател. Која е нивната функција?

ТС: Намената на хумидорот е да ги чува пурите во идеални услови кои што ги декларираат производителите. Секој љубител на добри пури знае колку се квалитетни хумидорите, особено тие од нашето производство кои што придонесуваат за зачувување на вкусот и аромата на омилениот бренд на пури. Најбитната работа што треба да ја знаеме за еден квалитетен хумидор е можноста за одржување на влажност на воздухот во неговата внатрешност.

БАР КОД: Кое е идеалното ниво на влажност за пурите? Има ли научни показатели зошто влажноста на воздухот е битна за пурите?

ТС: Најголема важна работа што треба да ја знаеме за еден квалитетен хумидор е можноста за одржување на влажност на воздухот од 68%-72% во неговата внатрешност. Цигарите се хидроскопен производ, т.е. се сушат во отсуство на влага, односно апсорбираат влага од околната. Под 68% влажност на воздухот, пурите полека се сушат и губат од есенцијалното масло. На 74% влажност на воздухот и повеќе доаѓа до кршење на органските молекули при што се појавува непосаку-



ван вкус и мирис на пурите. Над 80% влажност на воздухот се јавува атмосфера погодна за појава на габи кои што никој не ги посакува, барем не во својот хумидор.

БАР КОД: Што се се вградува во еден хумидор за да ја извршува својата работа правилно и на задоволство на уживателот?

ТС: Секој квалитетен хумидор е опремен со навлажнувач и хигрометар со кој што се контролира влагата на воздухот во самиот хумидор. За целосна сигурност и заштита на некои од нашите модели имаме вградено и бравичка за заклучување на хумидорот. Зад квалитетот, изгледот и функционалноста на хумидорите стои тим на архитекти и инженери, кои што заедно со експерти и менаџери на реномирани светски брендови од земјава и странство, преку вештите раце на мајсторите ги реализираат своите проекти.

БАР КОД: Кој е капацитетот на хумидорите? Постојат ли правила за негово внатрешно одржување или полнење со пурите?

ТС: Понудата на хумидори на Евро Мебел, опфаќа повеќе димензии на нивна изработка, од личните со мали димензии за домашна употреба со капацитет од 10 -50 цигари , па се до големи комерцијални хумидори

Намената на хумидорот е да ги чува пурите во идеални услови кои што ги декларираат производителите. Секој љубител на добри пури знае колку се квалитетни хумидорите, особено тие од нашето производство кои што придонесуваат за зачувување на вкусот и аромата на омилениот бренд на пури. Најбитната работа што треба да ја знаеме за еден квалитетен хумидор е можноста за одржување на влажност на воздухот во неговата внатрешност.



кабинети со капацитет до 5000 цигари. Правила за одржување на внатрешноста на хумидорот секако дека постојат, односно секој уживател на пури треба да знае како да го подготви својот хумидор за складирање на истите. Вообичаено е цигарите да доафат со поголема влажност, поради превенција од нивно исушување, па им е потребно приближно една недела да се стабилизираат во хумидор пред нивната употреба. Пред првата употреба на хумидорот е потребно со памучна крпа, натопена со дестилирана вода да се пребрише неговата внатрешност и неговите делови, да се постави навлажнувачот и да се почека неколку дена, како би се постигнала влажност на воздухот од 70% и со тоа би се обезбедиле услови за полнење на хумидорот со омилениот бренд на пури. Потребно е барем еднаш годишно да се изврши калибраирање на хигрометарот, доколку истиот е аналоген, со што би се обезбедило прецизно мерење на влажноста на воздухот во хумидорот.

БАР КОД: Од кога Евромебел се занимава со производство на хумидори?

ТС: Евро Мебел е семејна фирма со долгогодишна традиција и се занимава со дизајн, производство и обработка на секаков вид мебел.

Јас со оваа дејност, обработка на дрво се занимавам повеќе од 37 години, поточно од 1970 год, работејќи рамо до рамо и во соработка со умешни мајстори, кои ми овозможија да ги откријам тајните на квалитетна обработка на дрвото. Од 1997 год Евро

Мебел е специјализирана компанија за производство на хумидори. Со нивно производство се занимаваме 10 години, и остави зад себе импозантна бројка и модели на хумидори во земјава и во странство.

БАР КОД: На што е потребно да се обрне внимание кога се купува хумидор од аспект на изработката и употребливоста?

ТС: При избор на хумидор потребно е да се обрне внимание на материјалот од кој што е изработен, начинот на изработка на истиот, особено да се води сметка на налегнувањето на капакот на кутијата.

Исто така потребно е да се знае количината на пурити што би се чувале во него, со што би се одредила и неговата големина.

БАР КОД: Како дојде до интерес од Свидиш Меч за Вашите хумидори и кое ниво на соработка го имате сега (локално во Македонија)?

ТС: Со оглед на квалитетот и конкуренцијата на пазарот, пронајдовме заеднички интерес со водечката компанија во овој бизнис - SWEDISH MATCH од Шведска. Имаме долгогодишна соработка со нив, која што продолжува на обострано задоволство за двете компании и на локално ниво тука во Скопје, со отворање претставништво. Од голема помош ни се експертите на SWEDISH MATCH кои со разни сугестии и видувања ни помогнаа да нашиот производ биде она што е денес во цела Европа.



БАР КОД: Кои други нарачки може да се издвојат во последно време како доказ и за квалитетот на овие хумидори, но и за зголемениот интерес за пурите воопшто?

ТС: Една од нарачките кои што може да се издвојат тука кај нас како доказ за квалитетот на нашите хумидори е секако и опремувањето на Охридските хотели со хумидори-кабинети за време на Европскиот самит во Охрид, каде што претставници од државите учеснички на НАТО самитот можеа да видат и да пробаат од пурите изложени во нашите хумидори.

БАР КОД: Дали хумидорите на Евромебел се продаваат и надвор од границите на Република Македонија?

ТС: Да, за квалитетот на нашите хумидори говори и бројката од повеќе илјадници хумидори кои со години ги задоволуваат пазарите на источна и западна Европа, красејќи ги цигар шоповите, цигар баровите како и домовите на сите оние поединци кои што ги сакаат и се грижат за своите пури.

БАР КОД: Колку Вашите хумидори се оригинални производи и дали се заштитени како индустриска сопственост?

ТС: Сите модели на хумидори, поради својата атрак-

тивност од самиот почеток се заштитени во заводот за заштита на индустриска сопственост, како оригинална изработка со што би се спречило нивно неовластено производство и дистрибуција

БАР КОД: Постојат ли стандарди на светско ниво во поглед на изборот на материјалите, светлосната пропусност или димензиите на хумидорите?

ТС: Секако дека постојат, цигарите се природен органски производ и тие треба да се чуваат како храна или вино, најповеќе им одговара влажна средина во која што не е претопло. Идеалната влажност на воздухот е 68%-72% и температура од 18-22 степени Целзиусови. Вакви услови ќе помогнат пурите да не се исушат и ќе помогне во процесот на нивното зреенje. Според тоа, најдобро е да се чуваат во кутии изработени од шпански кедар, габоново и црешово дрво.

Сончевата светлина секако не е дозволена, хумидорите треба да се поставуваат на места подалеку од извори на топлина, како би се зачувала идеалната температура потребна на пурите во хумидорот. Димензиите на хумидорите се најразлични, од оние најмалите патнички со 3-5 пури до најголеми комерцијални кабинети за 5 000- 10000 пури.



Сите оние кои што се обожаватели или колекционери на пури знаат колку е важно чувањето на нивните пури во состојба која при пушењето ќе им пружи врвно задоволство. Токму поради тоа, поседувањето на хумидор е од големо значење. Ако се земе дека во просек добрите пури, во зависност од брендот се продаваат од 5 до 500 еври за парче тогаш е занемарлива цената на нашите хумидори во однос на вредноста кој што би ја имале пурите во внатрешноста на хумидорот.



БАР КОД: Колку време е потребно да се изработи еден просечен хумидор, а колку време е неговиот рок на траење?

ТС: За изработка на еден хумидор потребно е да се вложи доста време труд и секако знаење. Постојат повеќе позиции за изработка на хумидорите, кои што одземаат доста време. Во зависност од големината и специфичноста на хумидорот зависи и времето од неговата изработка. Оние поспецифичните кои што се работат по нарачка одземаат и повеќе време. Неговиот век зависи од неговото одржување па може да трае и по неколку десетици.

БАР КОД: Се случило ли некој нарачател да побара нешто оригинално за своите хумидори, без огледа дали станува збор за оние што се користат дома, во баровите или во продавниците?

ТС: Постојано работиме на усовршување на изгледот на нашите хумидори, покрај оние од нашата програма често имаме порачки кои што ги изработуваме по желба на нашите клиенти. Како оригинални по својот изглед и изработка би издвоил повеќе хумидори кои сме ги изработувале за наши реномирани личности, луѓе од јавниот живот и сите оние кои на свој начин сакаат да имаат хумидор по свој терк. Тука би ги спомнал хумидорите изработени со техниката интарзија,

потоа оние изработени во резба, со иницијали, логото брендови, на фирмии...

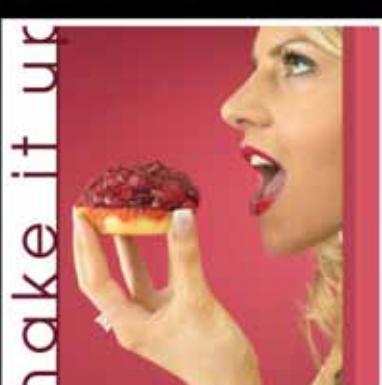
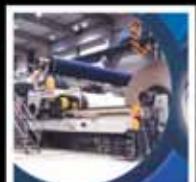
БАР КОД: Без да навлегуваме во детали за цените, како би ја описане потребата за поседување хумидор (споредено со вредноста на некои пури)?

ТС: Сите оние кои што се обожаватели или колекционери на пури знаат колку е важно чувањето на нивните пури во состојба која при пушењето ќе им пружи врвно задоволство. Токму поради тоа, поседувањето на хумидор е од големо значење. Ако се земе дека во просек добрите пури, во зависност од брендот се продаваат од 5 до 500 еври за парче тогаш е занемарлива цената на нашите хумидори во однос на вредноста кој што би ја имале пурите во внатрешноста на хумидорот.

БАР КОД: Имајќи ги предвид Вашите контакти во оваа бранша, која е иднината за уживаателите на пури во Македонија (цигар барови, шопови) ?

ТС: Во потрага по новитети, излегувајќи во пресрет, се повеќе и повеќе расте бројот на цигар шоповите, нивната понуда е се поголема и претставува добар знак за развој на културата во уживањето на пури. Би сакал за во иднина да видам и се поголем број на вистински цигар барови во кои што би се поминувале пријатни моменти со убаво друштво, чашка пијалок и добра пура.





Веќе 10 години имаме искуство со опслужување на различен тип на клиенти: од големи компании, а.д. 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

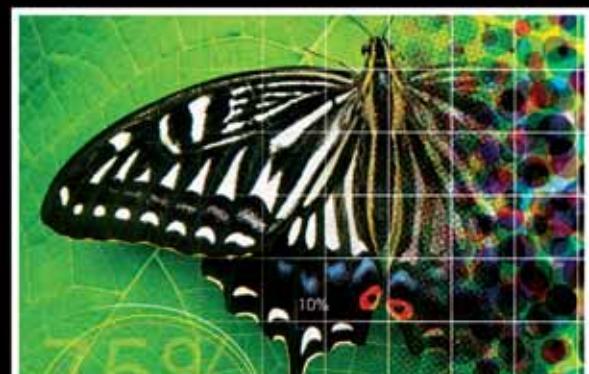
БРЕНДИНГ

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 пвц 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...

КОНТАКТ

Никола Парапунов бб лок. 55
1000 Скопје
Тел./факс 02/3062-853
e-mail: samaehi@unet.com.mk





Од промоцијата на првиот број на

bar code





party calendar europe 2007

септември-октомври

Galway - интернационален фестивал на школки

Гелвеј, Ирска - последниот викенд во септември - 3 дена

Со најдолготрајна и најдобра гурманска екстраваганција, гелвејскиот интернационален фестивал на школките, Ирците го празнуваат пристигнувањето на сезоната на школки со тридневно фуриозно пиење алкохол, танцување и конзумирање на овие морски плодови.

Giostra del Saracino - Витешка борба

Арецо, Италија - 3 септември - 1 ден

На почетокот на септември убавиот Тоскански град Арецо пламнува од извонредна колоритност и живост предизвикана од фестивалот Giostra del Saracino или Витешката борба на Сарацините нездадржлива витешка борба со буриња.

Ibiza Closing Parties

Ибица, Шпанија - последните 3 недели од септември - 3 недели

Озлогласена по динамичниот ноќен живот, летната клубинг сезона на Ибица е годишна оргија на хедонизам која достигнува хаотичен климакс во септември кога главните клупски промотери и настани се домаќини на голем број светски најпознати Диџеи и славни личности.



Palio of Asti - Коњска трка

Асти, Италија - септември - 1 ден

Помалку познато од Сиена палио, трката со јавање коњи без седла во Асти (www.palio.asti.it) датира од 13-от век, но повторно заживеа во 1967 година.

Combat des Reines - Борба на крави

Мартињи, Швајцарија - октомври - 1 ден

Чудниот и уникатен швајцарски спорт - борењето на крави се смета дека настанал кога селаните од регионот Валас се собирале со намера да видат чија крава најмногу одговара за лидер на овие животни.

Halloween - Ноќ на вештерките

Ширум светот и во Њу Џорк, Њу Џорк, САД - 31

Октомври - 1 ден

Halloween или Ноќта на вештерките е голем настан во Америка и никаде не се празнува и не му се дава значење како во Њу Џорк, каде што секоја година се организира масовна парада на маски во поголемиот дел од центарот на Менхетен.



Oktoberfest

Минхен, Германија - средина на септември - почеток на октомври - 2 недели

Официјално, најголемиот светски јавен настан и фестивал, минхенскиот Пивски фестивал познат како Октоберфест, почнува во третата сабота во септември и пиво се точи ден по ден за потполно алкохолно потопување две недели потоа... целата фешта е комбинирана и гарнирана со познатите германски кобасици и други гурмански специјалитети.

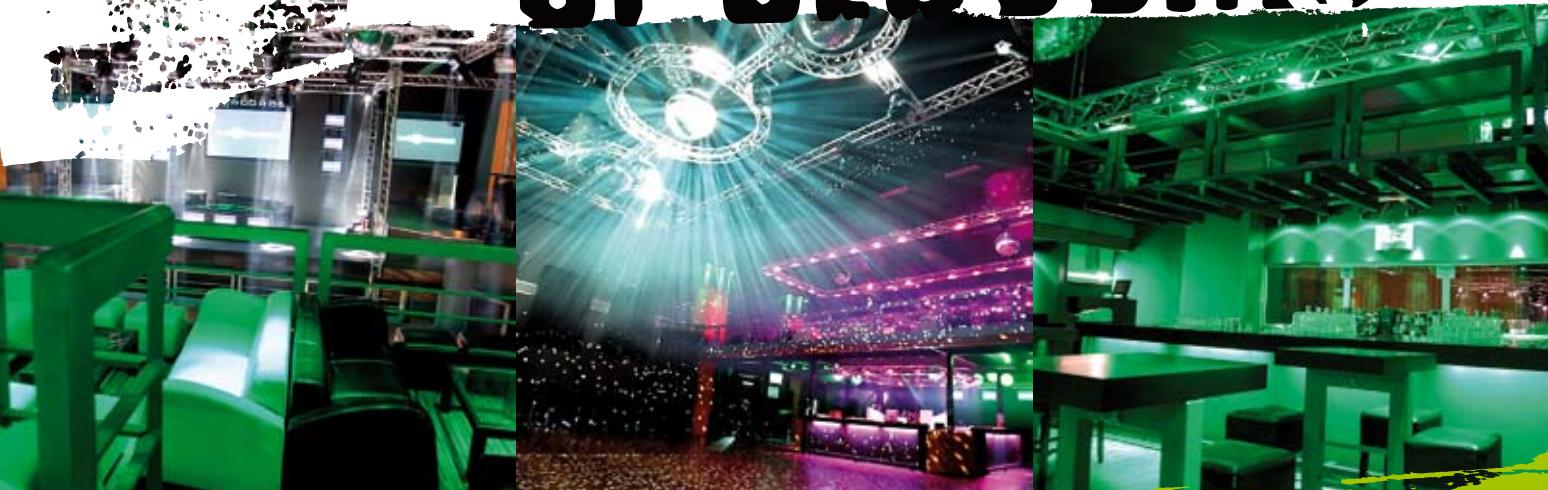
Mondial du Snowboard - Светско првенство во сноуборд

Les Deux Alpes, Франција - октомври - 3 дена

Францускиот алпски град Лес Деукс Алпес ја отвора снежната сезона малку порано отколку неговите соседи со мамутскиот и најдивиот и екстремен Мундијал во сноуборд. Одлична снежна трка.



THE FUTURE OF CLUBBING



club  colosseum