

bar code

СПЕЦИЈАЛИЗИРАН МАГАЗИН ЗА УГОСТИТЕЛСТВО

АВГУСТ/СЕПТЕМВРИ 2011

БЕСПЛАТЕН ПРИМЕРОК
ОД ОВОЈ БРОЈ BAR CODE Е БЕСПЛАТЕН

АНКЕТА

СОСТОЈБИТЕ ВО МАКЕДОНСКОТО
УГОСТИТЕЛСТВО

БИЗАРНО

ДЕЛИКАТЕСЕН КОШМАР
ИЛИ ГРДОТИЈА
НА УБАВОТО

ГАСТРОНОМИЈА

SLOW VS FAST FOOD

BEHIND THE BAR

ФИЛМСКИ КОКТЕЛИ

КАФЕ

СО ШЕЌЕР ИЛИ БЕЗ ШЕЌЕР

MOOD FOOD

РАСПОЛОЖЕНИЕТО И ХРАНАТА,
КАКВА Е НИВНАТА ВРСКА?



www.fb.me/BarcodeMagazine

www.barcode.com.mk



GOT A LITTLE CAPTAIN IN YOU?

УЖИВАЈТЕ ВО АЛКОХОЛОТ ОДГОВОРНО



Jägermeister

DRINK IT
ICE COLD

A large bottle of Jägermeister stands prominently in the center, its green glass bottle and ornate label clearly visible. The label features the brand's signature stag's head logo at the top, followed by the brand name "Jägermeister" in a stylized font, and detailed production information below. To the right of the bottle, two short, wide glasses are partially filled with a dark, opaque liquid. The words "Jägermeister" are printed vertically along the sides of both glasses. The background is dark and moody, with soft, glowing light emanating from behind the bottle, creating a dramatic effect.

Drink Responsibly
jagermeister.com



содржина

- | | |
|---|--|
| <p>06 СЕЦ Анкета
Состојбите во македонското
угостителство</p> <p>14 кафе
Со шеќер или без шеќер?</p> <p>16 бизарно
Деликатесен кошмар или грдотија
на убавото?</p> <p>20 mood food
Расположението и храната,
каква е нивната врска?</p> <p>24 back to basic
Гостинот не секогаш е во право,
но секогаш е гостин</p> <p>26 stillissimo
Put on your red shoes!</p> <p>30 мишелински звезди
Свездено небо</p> <p>32 гастрономија
Slow food vs. Fast food</p> <p>36 архитектура
Летни плажи и на нив шанкови</p> <p>38 man's style
Обувки</p> | <p>41 настани
Прва средба на енолозите</p> <p>44 over and over again
30 нешта кои не смеете да ги заборавите
пред да отворите сопствен локал</p> <p>46 бифе носталгија
Центар на вселената</p> <p>50 behind the bar
Филмски коктели</p> <p>57 вино
Светот на виното</p> <p>60 пиво
Различност во стилови и вкусови 2дел,
Велика Британија - Пивото како замена
за чајот</p> <p>66 здравје
Продукти за здравјето на устата и забите</p> |
|---|--|



bar_{code} импресум

ИЗДАВАЧ

BAR CODE Скопје

АДРЕСА

Франклин Рузвелт бр. 14,
1000 Скопје

ГЛАВЕН И ОДГОВОРЕН УРЕДНИК

Радмила Павловска

РЕДАКЦИЈА И СОРАБОТНИЦИ

Ана Зафирова
Бујар Муча
Дарко Ангелески
Филип Арнаудов
Игор Пачемски
Маријан Костадиновски
Радмила Павловска
Ангела Стефановска
Матео Барбароса
Радмила Димовска
Цаци Паковска
Александар Табаковски
Миа Костовска
Вангел Бурјаковски
Андреј Киселички
Николина Стојанова
Анета Коробкина
Аријана Коскаорова
Синиша Станковиќ

ГРАФИЧКА ПОДГОТОВКА И ПЕЧАТ

арс ЛАМИНА, Скопје

www.barcode.com.mk

info@barcode.com.mk



БОВЕЛНИК

По четири години искрено дружење полно со доверба, Бар Код реши да ги изненади своите читатели, а со тоа уште повеќе да им се приближи. Од денес, Бар Код е бесплатен! Се уверивме дека имаме верна и интерактивна публика која треба да биде наградена. И ви благодариме за тоа од се срце. Се надеваме дека со новата политика ќе стекнеме уште повеќе пријатели, а од старите ќе направиме уште поверили читатели. Со тоа што Бар Код од овој број е подостапен, се надеваме дека и вашите идеи ќе доаѓаат во уште поголем број и ќе бидеме во состојба заеднички да ги обликуваме идните содржини и теми.

Во прилог на ова, ви објавуваме уште еден новитет- Бар Код има нова фан страница на Фејсбук. Кликнете дека ви се допаѓа и до вас ќе доаѓаат известувањата за сите новитети и многу награди. Комплетните издања се уште ќе можете во целост да ги прегледувате на посточката веб страна како и до сега. Уште од сега им се радуваме на вашите идни постови и иницијативи, за кои ветуваме ќе ги прифаќаме и реализираме на ваше задоволство.

Во ова издание ќе најдете интересни содржини, во-главно поврзани со посетителите на угостителските објекти. Се извинуваме драги угостители што малку го помрднавме фокусот на нашите рефлектори од вас кон вашите гости, но како што вели и насловот на еден од текстовите- Гостинот е секогаш гостин. А тој е сепак центарот на нашиот угостителски универзум. Уживајте во текстовите на овој број и имајте фантастично и исполнето лето кое долго ќе го паметите по убави нешта.

СЕЦ анкета

Вовед

SEC Hospitality Training and Consulting е компанија која се занимава со тренинг и консалтинг во хотелиерството и угостителството се со цел да се подигне нивото на културата во оваа индустрија а со тоа и Македонија да стане дел од светската мапа на земји со одлична понуда и услуга.

Во текот на месец мај, SEC Hospitality Training and Consulting спроведе електронска анкета меѓу Македонските граѓани, за анализирање на состојбата во угостителството односно ресторантите низ Македонија. Во анкетата учествуваа 400 граѓани, анкетата имаше 15 задолжителни прашања и едно по избор. Оваа анкета ја спроведовме со цел да ги пронајдеме силните и слабите точки на Македонското угостителство.

Од добиените резултати дојдовме до заклучок дека навистина треба многу работа!

Речиси 43 проценти од испитаниците одат во ресторан 2-4 пати месечно, а 60 проценти од нив трошат максимум до 800 денари на една посета. Ова покажува дека има тренд на посетување ресторани но просечната сметка не е многу висока. Причините за ова може да се несоодветната понуда, атмосфера во ресторантот или пак односот на персоналот. Ова го заклучувме врз основа на 66 проценти од одговорите на испитаниците каде главна причина за избор на ресторан

ја наведоа квалитетната храна и одличната услуга. Од анкетираните на прашањето "Колку сте задоволни од квалитетот и презентацијата на храната и пијалациите во однос на цената?" 65 проценти одговорија "Угостителите би можеле и подобро". Овој одговор покажува дека гостите очекуваат да добијат повеќе за своите пари.

Во однос на менијата во ресторантите- нивниот изглед, понуда и дизајн од 400 анкетирани само 30 одговорија дека менијата се супер, а останатите 370 имаа сериозни забелешки.

Најголемото изненадување ни беа прашањата за персоналот, каде 90 проценти од анкетираните го категоризираа изгледот и професионалниот однос на персоналот во ресторантите како лош/добар а само 10 проценти многу добар/одличен. Ова покажува дека персоналот може да е една од главните причини за малата посетеност или малата продажба во еден ресторан.

Анкетата ја завршивме со лични коментари, совети и предлози на испитаниците каде се добива целосната слика за Македонското угостителство.

SEC Hospitality ги констатира слабите точки на Македонското угостителство а сега останува угостителите да ги превземат следните чекори и самите да одлучат дали Македонското угостителство ќе

постави стандарди со кои ќе се гордееме.

За оние што се прашуваат што означува СЕЦ, еве го одговорот. SEC е кратенка за Service Excellence Commitment или посветени на извонредната услуга, без која денешните угостителски и хотелски бизниси тешко опстојуваат .

За оние кои сакаат повеќе детали, подолу се дел од коментарите на анкетираните:

1. Работата да ја разберат посериозно и да ги тренираат своите келнери на соодветно однесување.
2. Да не ги разликуваат луѓето според верата, националноста и надворешниот изглед.
3. Култура, добро сервирање, чистота и позитивна насмевка, бидејќи е ресторан и луѓето одат за уживање.
4. Да се обрне внимание на односот кон гостите, секогаш да се има професионален персонал.
5. Побогата вегетаријанска кујна како и квалитетна и брза услуга.
6. Пред да се одлучат да отворат ресторан да се прошетаат малку по светот и да видат како треба да функционира добар ресторан или хотел.
7. Да се консултираат со SEC за подобрување на услугата бидејќи тоа не е поле на кое треба да експериментираат. Квалитетното угостителство е уметност.
8. Сите ресторани имаат исто мени, мислам дека дефинитивно им треба промена во менијата, за да се разликуваат еден од друг, и освен Шопската, Грчката, Мешаната и Цезар немаат други салати.
9. 1. Едуциран кадар, кој би посетувал курс по однесување, келнерите да ги познаваат техниките на послужување, готвачите да се во тек со светската гастрономија, минимализмот во декорирањето.
9.2. Хигиенските услови да се подобри.
9.3. Амбиентот, да се чисти чаршавите, просториите да се свежи.
9.4. Подобар маркетинг, убаво издизајнирани менија и рекламен материјал, убаво облечени вработени (униформи)
9.5. Пристапни цени, многу ресторани си ја преценуваат работата, наплатуваат како да се наоѓаат во некоја од светските метрополи а понуденото не е ни оддалеку соодветно на цената.
10. Да ги одржуваат локалите чисти, свежи, пријатни и секогаш да имаат позитивен настројен и добро подготвен персонал.
11. Ако сакаат загрантиран успех, секогаш да нудат ист квалитет на храна, хигиената да биде на највисоко ниво, а персоналот секогаш настроен и љубезен...само така успехот ќе се види.

Резултати од анкета

	%	Број
1. Пол		
Маж	30.25%	121
Жена	69.75%	279
2. Возраст		
18-28 год.	43.50%	174
29-39 год.	39.75%	159
40-50 год.	11.25%	45
Над 50 год.	5.50%	22
3. Во еден месец колку често одите во ресторан?		
Еднаш месечно	24.00%	96
2-4 пати месечно	42.75%	171
5-7 пати месечно	20.75%	83
Повеќе од 8 пати	12.50%	50
4. Колку пари трошите на едно одење во ресторан?		
До 800 ден.	60.75%	243
800-1500 ден.	33.00%	132
1500-2000 ден.	4.25%	17
Над 2000 ден.	2.00%	8
5. Која е главната причина поради која одбираат одреден ресторан?		
Удобна локација	10.25%	41
Цената на храна и пијалоци	10.50%	42
Препорака од пријателите	9.50%	38
Квалитет на храната и одлична услуга	66.75%	267
Интернет препораки	0.50%	2
Амбиент / Друштво / Навика / Паркинг / Цена	2.50%	10

12. Работата да им биде задоволство а не обврска, затоа што секое задоволство е проследено со убав збор и пријатно лице како и насмевка која вреди многу. Ниту еден гостин не останува рамнодушен на тоа.

13. Прво на гостинот треба да му ја земеш душата а потоа парите.

14. Најпрво да внимаваат на хигиената и односот кон гостите. Второ, добро да проучат што имаат а не да ги чекаме "да проверат". Трето, да имаат одредена униформа за персоналот. Четврто, иако знам дека повеќето не веруваат во помош од кон-

салтинг ангенции, дефинитивно би им препорачал да ангажираат некоја во поглед на мистери шопинг и анализа како и добри совети.

15. Да научат што е професионализам, да водат повеќе грижа за личната хигиена како и хигиената на ресторанот и тоалетите.

16. Келнерите да го подобрят односот со клиентите, кога веќе служат една маса барем еднаш на 15 минути нека погледнат на масата дали треба нешто, а не да мавтаме 10 минути за некој да не види.

17. Тоа што го имаат наведено во менијата и да го имаат да го послужат.



Yeti Ambition со 2.0 TDI и 110 KS!

Никогаш жеден!



Ова лето постои само жедта за докажување со еден од најпосакуваните автомобили во својата класа - Škoda Yeti. Не пропуштајте ја можноста за само 2.100 € учество да возите Yeti 2.0 TDI со 110 КС. Со економичноста и можноста на овој модел ќе доживеете многу возбудливи и незаборавни патувања каде и да одите. Малата потрошувачка од 5,4l/100km и супер цената ќе Ви помогнат лесно да го направите Вашиот избор. Но, за понудата да биде уште подобра во пакетот вклучивме подарок опрема во вредност од 2.000 € и лизинг без административни трошоци, грејс период на првата рата и намалена каматна стапка од Порше Лизинг. Влези во Škoda Yeti и почувствувај ја магијата на совершеното возење!

**Yeti 2.0 TDI
за само
17.500 €
(1.081.500 ден.)**

www.skoda.com.mk

Порше Скопје
бул. Босна и Херцеговина бб
Скопје
тел: 02 26 26 266

Бохемија Автомобили
Александар Македонски бб
Скопје
тел: 02 25 35 200

Де Лукс Ауто
ул. Ѓорче Петров бб
Куманово
тел: 031 44 49 99

Авто Лачка
ул. Мислешевски пат 13
Струга
тел: 046 78 66 77

МКМ Ауто
ул. Генерал Боро Потков бб
Струмица
тел: 034 32 33 34

СКС Ауто
ул. Гевгелија бб
Гевгелија
тел: 034 21 63 01

Јосифов
Довцејлик бб
Битола
тел: 047 24 15 15

PORSCHE
MACEDONIA



HAVANA CLUB MOJITO



EL CULTO A LA VIDA
HAVANA CLUB

11. Како би го оцениле изгледот на персоналот во рестораните?		%	Број
Лошо		21.75%	87
Добро		67.00%	268
Многу добро		8.75%	35
Одлично		2.50%	10

12. Како би го оцениле професионалниот однос на персоналот кон гостите?		%	Број
Лошо		21.50%	86
Добро		68.00%	272
Многу добро		7.75%	31
Одлично		2.75%	11

13. Како би го оцениле познавањето на менито од страна на персоналот во рестораните?		%	Број
Лошо, имаат слабо познавање		15.25%	61
Добро, имаат некакво познавање		58.75%	235
Многу добро, имаат познавање		21.50%	86
Одлично го познаваат менито		4.50%	18

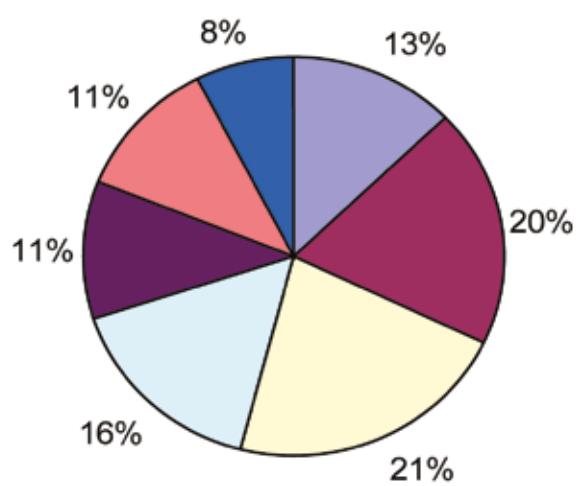
4. Дали оставате бакшиш во ресторан?		%	Број
Не, затоа што услугата не е професионална		3.00%	12
Понекогаш, зависно од услуга и однос на персоналот		69.50%	278
Понекогаш, зависно од моето расположение		8.75%	35
Да секогаш, независно од услугата		18.75%	75

15. Која би била причината да не се вратите во еден ресторан?		%	Број
Односот на персоналот и услугата		9.75%	39
Квалитетот на храната		9.00%	36
Хигиена на просторот		6.25%	25
Се од погоре наведеното		73.75%	295
Високите цени		1.25%	5

Продолжеток на коментарите

18. Храброст да понудат нешто ново, да бидат уникатни во понудата.
19. Да се изборат да обезбедат одреден затворен простор за пушачите, кој не мора да биде дел од салата во која се служи храна и пијалаци.
20. Цените да бидат пониски за да можеме почесто да одиме во ресторан.
21. Бидете покултурни, пољубезни, насмеани без разлика дали е само кафе во прашање или цела софра, клиент си е клиент. Бидете поинвентивни и вложете во реновирање на локалот после 3-5 години од самото отварање бидејќи во спротивно ќе ве заобиколуваат.
22. Да го исполнуваат тоа што го ветуваат - некои вложуваат во реклами а во локалот има нешто сосема друго.
23. Покреативни во понудата, пољубезни во односот и флексибилни во барањата на клиентите.
24. Љубезност но и малку поинакво мени, кај нас освен скра ретко нешто друго може да се најде.
25. Да внимаваат најпрво на односот на персоналот спрема гостите, да го задржат квалитетот на храна-

Најспомнуваните совети и предлози од испитаниците



- Професионална обука на персонал
- Подобар избор и квалитет на храна
- Подобар однос/услуга кон клиентите
- Подобрување на хигиената
- Пониски цени
- Професионализам
- Да се следат светските трендови

Find the best restaurant to your taste



та, да ги балансираат цените во однос на стандардот и услугата која ја нудат и да имаат ист третман спрема сите.

26. Иновативност во менијата, константност на квалитет и рецепт, подобра услуга во однос на манири, келнери да не трачаат низ ресторан.

27. Обука на персоналот во однос на познавање на менито, изглед, познавање на странски јазик.

28. Добро истрениран персонал, континуирана обука на персонал и лиценциран персонал.

29. Да разберат дека само вложувањето во континуиран квалитет во однос на храната, услугата, ентериерот и иновацијата водат кон долгогодишен успех.

30. Да посетуваат обука за тоа како да го "негува" гостинот.

31. Да се третира секој гостин на ниво, да не се дозволува персоналот да ги селектира гостите.

32. Да бидат културни, услужливи, насмеани ако сакаат пак да дојдеме во ресторанот, кога сме задоволни од персоналот мерак ни е да оставиме и бакшиш.

33. Да вработуваат личности кои се стручно оспособени за таа работа, гостинот да биде добро пречекан, на време услужен и да не биде заборавен.

34. Доколку славиш нешто во нивниот ресторан да има нешто од куќата (нешто мало но кое ќе

направи големо задоволство). На пример, ние ја прославувавме нашата 12 годишнина во ресторанот каде ја правевме свадбата и не добивме ниту мало внимание.

35. Верувам дека имаат шетано во Европа, но и да применат нешто од тоа, а персоналот треба прво да оди на семинар за соодветно однесување и бон тон.

36. Да се обрне внимание на готвачите во еден ресторан поради тоа што кујната е срце на ресторанот, а бакшишот без разлика на заслугата секогаш го земаат келнерите

37. Да обратат малку повеќе внимание на вегетаријанската храна. Има избор меѓутоа не е доволно.

38. Еднаш засекогаш да разберат дека нивниот успех зависи од гостинот.

39. Да внимаваат на хигиената, квалитетот на храната и се разбира да има персонал кој што нема да те натера да си отидеш уште пред да седнеш.

40. Повисока професионалност, креативна иновација на услугите и просторот и следење на светските трендови во менаџментот

SEC
www.sechtc.com



СВЕТЛОСНИ ИНФОРМАТИВНИ
РЕКЛАМНИ ПАНЕЛИ

МОЌНА УЛИЧНА РЕКЛАМА!

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



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

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

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



кафе

Кафе дилема: Со шеќер или без шеќер

Пишуваат:

Анџела СТЕФАНОВСКА, Матео БАРБАРОСА



Attibassi cafe

За пуритите (од италијански „puro” што значи чисто), количината на шеќерот со кој се засладува еспресото е обратно пропорционална на квалитетот на кафето.

Ако е точно дека високо квалитетно еспресо може да се вкусува без шеќер, средно квалитетното да биде малку засладено, додека за нискоквалитетното потребно е голема количина шеќер, па дури и некоја капка млеко, исто така е вистинит фактот дека засладувањето за голем дел од еспресо популацијата (повеќе од 80 % од конзументи на кафе во светот) е неопходно за целосно уживање во кафето.

Слаткото, за разлика од тоа што повеќето луѓе го мислат, не е обратно од горкото: доколку би било така, би постоел степен на рамнотежа во кој не би го чувствувајќи се ни слаткиот, ниту пак горчливиот вкус. И доколку би го потопиле шеќерот со кафе, и би го јаделе шеќерот со лажица, горчливиот вкус би го почувствувајќи повторно. Се верува дека тој е генетски сигнал за аларм со кој нашите сетила за вкус не предупредуваат за можна опасност.

Всушност, доколку се анализираат хемиските компоненти кои даваат горчлив вкус на храната и

пијалоците, се открива дека многу од нив се опасни по здравјето доколку поминуваат одредени нивоа на присуство. Молекулите понекогаш се создадени од самите растенија како одбрана од паразити.

И самото кафе не бега од ова правило: нискоквалитетни типови на кафе како и недозреаните зрна, на еспресото ќе му дадат високи нивоа на горчливост.

Од друга страна пак слаткиот вкус е секако попријатен и поприроден за нашите сетила. И самата едукација за конзумирање на слатко, не учи дека тоа е вкус-пријател, единствен вкус кој го сакаме дури и од нашето детство.

Во еспресото, шеќерот не се употребува само за неутрализација на горчливиот вкус, туку и за нагласување на позитивните сензоријални одразувања:

Ја зголемува полнота на телото на кафето

Ја амплифицира трајноста на мирисите и аромите, а посебно на цветните и овошните ароми.

Бидејќи шеќерот е и амплификатор на сите вкусови, во засладеното неквалитетно еспресо може да

се почувствуваат дефекти, кои без шеќерот не би ги познале. Типичен пример е мирисот на риато (риато е нисоквалитетен тип на робуста кафе со бразилско потекло, кој дава непријатен мирис и вкус на горкост. За познавачите на еспресо традицијата, присуството на риато во одредени мешавини и брендови на еспресо кафе е одлика на неквалитетен производ)

Меѓутоа, иако многумина мислат дека е точно, засладувањето на кафето нема да направи да исчезнат одредени негативни ароми и вкусови на нискоквалитетното или лошо подготвеното еспресо. На пример, шеќерот нема да ја намали сензацијата на на киселост, грубост и собирање на јазикот која може да се почувствува по вкусување на неквалитетно или неправилно подготвено еспресо, вкушност само ќе ја зголеми.

Но, бидејќи повеќе од три четвртини од конзументите кафето го сакаат засладено, главното прашање е: Каков шеќер и кој начин на послужување?

За жал на пазарот се застапени нискорафинирани шеќери, кои содржат нечистотии кои лесно можат негативно да ги модифицираат сензоријалните карактеристики на еспресото.

Доколку сакаме да изненадиме, на пребирливите гости во локалот може да им се понуди шеќер од грозде, кој има висока засладувачка моќ и се вклопува одлично со одредени типови на кафе (на пример со арабиките од Никарагва и типот робуста од Етиопија).

Втората дилема се однесува на начинот на послужување на шеќерот. Веќе подолго време е надвор од употреба и навистина демоде, големиот шеќерник од кој шеќерот се зема со лажичка. Покрај непрактичноста за употреба (постојаното прелевање и паѓање на шеќерот надвор од садот), голем удел во неговото исчезнување од шанковите на кафе баровите имаше и неможноста да се загарантира хигиената и чистотата на шеќерот.

Неговиот наследник-диспензерот на шеќер (стаклено бокалче со метално грло, кое сеуште може да се најде во некои локали, а најчесто во чајџилниците) кој или ќе ви ја преполни шолјата или ќе пак ќе испушти само неколку мизерни зрнца шеќер, никогаш не успеа да го задоволи секојдневниот конзумент на еспресо за кој вистинската количина на шеќер за оптимално засладување на кафето се базира на алхемичарска формула добиена од долгогодишни проби и обиди на изнаоѓање на вистинскиот баланс помеѓу кафето и шеќерот.

Најдоброто решение, сеуште изгледа дека е класичната кесичка шеќер која се послужува во скоро сите угостителки објекти: хигиенска и чиста, верна во дозирањето (околу 5 гр) и практична за употреба.

Доколку во моментот на отварање на кесичката секој би знаел дека 1 грам сахароза има околу 4 калории, можеби би се намалило конзумирањето на шеќер во кафето, со што пак би се поттикнало пиењето само на висококвалитетни еспреси.





бизарно

Деликатесен кошмар или грдотија на убавото



Пишува:

Игор Пачемски дописник од Лондон

дипломиран хемичар

За аперитив- пенливо вино со вкус на мувла и чорапи

За предјадење- повраќаници

За главно јадење- скапано губре

За десерт- сладолед од Пеницилин

Пачемски, си полудел, ќе речете. Не, јас не сум полудел, туку сите вие сте луди. Менито како што е погоре наведено, може да се прочита и како:

Замислете си вечерта во елитен ресторан. Таа е блондинка ала Ким Новак во темно син сатен, има три реда јапонски бисери, софистицирана, со педигре и беспрекорни манири. Вие сте во костум скроен по мерка, во Лондонскиот Севил Роу, мажествен, светски човек, богат и успешен.

Вечерата е всушност предигра на неминовниот чин кој ќе се случува во апратман со пет звезди, каде во меланж од Ла Перла тантела и скап парфем ќе имате неверојатна вечер. Доаѓа вашиот учтив и дискретен келнер и почнувате да порачувате:

Шампањско

Равиоли со тартуфи и пармезан

Плат де фрут де мер

Дивеч обесен 28 дена во сос од шумски боровинки и чипс од пашканат

Сладолед од рокфор сирење

Каква врска ќе си речете имаат овие две менија?

Едното звучи како глупавиот виц во кој мечката побарала сладолед од муви, а другиот како едно класично статусно мени кое од вас би направило гурман.

Ако би направиле еден блајнд тајстинг на горенаведеното мени, каде што би ви ги покриле очите во стилот на девет и пол недели (денеска сум во многу



чудно расположение), би ви ја избришале перцепцијата за некој јадења како статусни симболи, и би ви дале да ги помирисате наброените јадења, не сте ни свесни што би помислиле!

Зошто е тоа така?

Шампањското мириза на газоза од мувла, и со пармезанот ја дели следната хемикалија: 3 метил бутанска киселина или изовалерна киселина која е масна киселина што се наоѓа во многу природни форми во есенцијалните масла. Таа е делумно растоплива во вода и силно растворлива во органски растворувачи. Нејзините естери за чудо, убаво мирисаат и често се употребуваат во козметичката индустрија. Но од друга страна, оваа хемикалија, исто така е главната хемикалија која го дава карактеристичниот сирењест мирис на немиени стопала.

Тартупите се печурки кои многу често во Европа се берат со помош на свињи, чиј изострен осет за мириз успева да го пронајде овој деликатес. Има црни и бели, а во Лондонските ресторани се доплаќа 50 евра за *truffle shavings* над вашето јадење, при што, во стил на пармезан, габата се струга односно бричи над вашиот оброк. Мирисот на тартупата е силно земјен благодарение на 2,4 - Дитиапентан или по стар назив- Бис метил меркаптон, кој во суштина е сулфурен етер, хемикалија многу слична на хемикалиите што се наоѓаат во лукот, кромидот или човековиот измет.

Со додавање на меркаптон во маслиновото масло, се добива вештачко масло со тартуфи.

Plat de frut de mer е прекрасно јадење од свежи морски плодови кои се лесно зготвени и презервирали со цел да се зачува вкусот на морето.

Типичните состојки кои би се сервирале варираат од пристаниште до пристаниште, но во принцип, се става јастог, школки венера, ракчиња, парчиња од туна (или карпачо од туна како варијација но без толку силна маринада) итн. Морските плодови имаат специфичен мириз поради присуството на триметиламин N-Oksid, која е безбојна хемикалија и која дава специфично лош мирис на риба која не е многу тазе.

Во Велика Британија и повеќето западни земји дивеч не се сервира свежо убиен. Јас убаво се сеќавам дека како дете, мотото на дедо ми беше од пушка во лонец и веднаш да се направи ловечка чорба со сачми и црвено вино (трауматични моменти кога бев убеден дека го имав изедено Душко Долгоушко). На запад, со цел да се развие посилен вкус на месото, тоа се беси од 3 до 28 дена во контролирани температурни услови. Колку е поголем сверот, толку повеќе треба да седи обесен, така што на пример, еребица ќе обесите на три дена, а елен лопатар на три недели. Сепак, се уште има големи несогласувања околу тоа колку треба да се бесат.

Исечок од Англиска студија покажува дека ако месото се беси под 15 степени Целзиусови (тоа е бенчмарк температурата на која се развиваат бак-

терии кои предизвикуваат акутно труење на храна), настанува една бавна хемиска реакција, во која се добива интензивен вкус на "Дивеч".

Ако погледнеме хемиски каква состојка го дава овој вкус, ќе видиме дека тоа е хексанската киселина, која е карбоксилна и која мириса некаде помеѓу чорапи после физичко и старо овчо месо. Ќак! За десерт, еден од фаворитите на дебитантките во високото општество во 30-тите, сладоледот од Рокфор, содржи токсична мувла која се нарекува *Penicillium roqueforti* која по третманот со липази станува Рокфор.

Па како тогаш ние ги јадеме овие грозотии? Според мене станува збор за некој олфакторен ативизам, каде што животното во нас, гастрономски се возбудува од расипано месо, мувла и смрдеа. И понатаму, како да се готви со вакви ћак- деликатеси? Тајната е да се прави што е можно помалку со цел да се зачуваат вкусовите. Јас би ви ги препорачал следните рецепти:

Предјадење

Мекалуни полнети со ореви со сос од тартуфи. Со 100% италијанско брашно, јајце и вода замесете тесто и со машина за паста направете кори со дебелина како лазањи. Измелете ореви и додајте ги на лукот и босилокот кој се пржат на тивок орган. Се меша во блендер, со цел да се добие една густа маса, која лажичка по лажичка се става на кругови од тестото кои се преклопуваат како калционе пица (7cm во дијаметар). Се варат во солена вода две минути, (додека не испливаат на површина). Се вадат и се поливаат со маслиново масло, со сол и бибер и над пастата (индивидуално на секоја чинија) се ставаат по 2-3 тартуфа шејвингс. Тартуфата е многу моќна и тоа ќе биде доволно јадењето да го добие карактеристичниот вкус. По желба, додадете и пармезан. Јадењето толку заситува што треба да се послужат само три мекалуни по човек.

Морските плодови се служат како втор оброк. Јас би сервирал јастог, како центар на аранжманот, кој е хумано убиен (се става во длабоко и од таму директно во тенцере со врела вода додека не поцрвени) и би го послужил со мајонез и морска трева. Парченца од туна (жолта туна бидејќи е

понезагрозена, иако сината е посказана) ситно се сецкаат и се полеваат со маслиново масло, лимон, сол и бибер. Со ова исто би послужил школки венера кои се пржат по минута и пол од било која страна и се служат со крцкаво испржена панцета.

Како главно јадење би послужил елен кој бил подготвен на многу интересен начин. Филе од еленот би се замотал во целофан и би се ставил во водна бања на 50 степени целзиусови. Така би се готвел 2 - 3 часа. Додека ова се прави, коска од ногата се вари со целер, морков и кромид, заедно со билки, клека, порто и бујон. Откако ќе се свари, се цеди и од него се прави сос со редуцирање и ставање коцки путер. Филето понатаму се сече и се довршува во тава, каде се пржи за да се добие кора а центарот да е розев. Се служи со рости (швајцарска пlesкавица од компир), чипс од пашканат и многу сос.

За десерт, сладолед од Рокфор е многу интересно решение. Се топи рокфор во патер и се додава пашканат, жолчки и се зачинува. Се сервира со пармезан крипс (тенок бисквит од пармезан).

Што мислите за ова мени и како ќе гледате на него после овие информации, не знам. Само знам дека мене, многу нема да ми пречат.

Мечката: Имате сладолед од муви?

Слаткарот: Имаме, како не!

Мечката: Ќак!



STOCK



I'M NO ANGEL, BUT WHEN IT COMES TO
MY DRINK I KEEP THINGS PURE.



*True Italian spirit
since 1884.*



Расположението и храната Каква е нивната врска?

Тема за која има што да се размислува. Чоколадото дефинитивно не' прави посреќни, потребно ни е во вистинска физиолошка смисла кога сме на прагот пред некој голем умствен напор, и нормално, ни ги смирува нервите. Вегетаријанците дебатираат дали болката од убињето на животните, се одразува некако во нивното месо, па затоа останатите карнивори на планетата се агресивни, незадоволни и со некои тегоби. Свежото овошје и зеленчук даваат енергија, ни го поткрепваат моралот, не' освеструваат од мамурлук. Емотивната состојба и видот храна што го внесуваме се взајемно зависни или станува збор за некаков пласибо ефект? Дали се работи за некакви бабини деветини на кои се потпираме, или науката може да ни даде одредени одговори на овие прашања? Да видиме!

Пишувач:
Николина СТОЈАНОВА



Одредена магистерка по нуритологија?, Јанис Полански, ги убедува читателите на сајтот (<http://www.personalhealthdynamics.com>) дека храната има централна улога во нашиот секојдневен живот. До некаде држи вода. Во моментот кога се ракаме, храната и емотивната состојба се скоро една иста работа. Бебето плаче кога не е нахрането. Така, во текот на целиот живот имаме потвесен момент да ја поврзуваме храната со чувствата. Обичайте, славите, обредите ни се секогаш поврзани со храна. Ја „давиме“ тагата во храна, или пак ја ублажуваме евентуалната фрустрација. Зборуваме и за моќта, некогаш препишана, некогаш докажана на зчините, различните состојки, разно разните семки, напитоци и опивки кои го враќаат апетитот или предизвикаат смирувачки, мотивирачки и инспиративни ефекти врз оние кои ги конзумираат. Преку храната се справуваме, изразуваме, предизвикува-

ме, доловуваме некому љубов, пријателство, благодарност. Во денешно време, бомбардирани сме од слики кои претставуваат некакви си стереотипи како треба да изгледа идеалното машко и женско тело. Она што се рекалмира и она што е реалност, како и конзумерското општество во кое живееме ја доведуваат индивидуата во конфликтни ситуации, до фрустрации или пак до слепо следење на идеали кои веќе се нечовечки. Неизбежно се поставува прашањето дали јадеме да преживееме, или живееме за да јадеме, или го јадеме она што некој друг ни го наметнува за да се справиме некако со животот? Во исто време, додека светот се преплавува со масовно производство на секаков вид храна, од полусмрзнатата, до онаа која се готви за 4 минути, брзата храна и сите оние производи како чипсови, грицки, чоколатца, имаат нивна противтежа во храната која се промовира како органска, природна, свежа, здрава, без холестерол, без сатурирани масти, и полна со витамиини. Исто така, точно е дека во оваа збрлавена денешница, едвај имаме време за себе и нашите блиски, па готвењето свежа храна ни делува како недоволно добра причина да и' посветиме време. Она што голем дел од нас не

го разбираат е дека храната дефинитивно влијае на менталното, емоционалното и спиритуалното расположение. Како се чувствуваат со храната што ја јадеме? Дали храната не' контролира нас или јадеме квалитетно за да живееме квалитетен живот? Еве неколку информации како храната може да ни помогне во секојдневието да имаме избалансирано тело и ум, хармонија и внатрешен мир. Експертите велиат дека храната не не снабдува само со протеини, јагленохидрати, масти, витамиини и минерали. Таа е кондензирана и трансформирана енергија. Преку храната ние црпиме енергија. Според една физиолошко-шаманска теорија, кога јадеме, ги процесираме и апсорбираме силите од природата сконцентрирани во она што го јадеме. На пример, преку процесот на фотосинтеза, растенијата ја апсорбираат соларната енергија и ја трансформираат за нивни потреби. Јадењето ги ослободува овие енергиии, а телото ни ги апсорбира. Од тука, енергијата во храната стапува во контакт и интеракција со нашето тело на повеќе нивоа, како биолошко, емоционално, ментално и духовно ниво. За возврат, можеме точно да одредиме што не чини здрави, и евентуално, можеби, со доволно дисци-



плина да го подобриме квалитетот на животот. Треба да се има на ум, дека нам различно ни делува свежа, жива органски храна од храната која содржи хемикалии, вештачки бои, конзерванси, пестициди, хормони. Замислете ја енергијата која во себе ја носи еден домат, да речеме, кој растел природно во земјата, црпел вода и минерали од неа, или некој домат кој растел во калап, по мерка, висел во воздухот, предвремено е созреан и единствено што има е сјајна боја. Во вториот случај, органите како бубрезите и црниот дроб, треба да работат повеќе и да потрошат повеќе енергија за да го испроцесираат конзумираното. На ова, ригорозните вегетаријанци ќе додадат и дека кога јадеме месо ја превземаме енергијата од животното, вклучувајќи ја и онаа од неговиот живот во однос на место на живеење (дали е фарма, дали говедото слободно пасе и шета или има атрофирани нозе и огромно тело), но и енергијата од чинот на неговото убиство. Но храната не ја носи во себе само енергијата од нејзините компоненти, или од местото каде што доаѓа. Таа исто така ги апсорбира и енергиите од луѓето кои ја подготвуваат, ја продаваат, дистрибуираат.. Ќе се сложиме сите дека храната подготвена со љубов, и храната подготвена „ради реда“ немаат

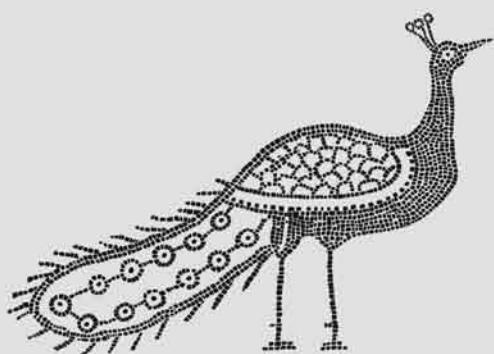
ист вкус. Одамна се заборува дека и микробрановата печка има штетен ефект врз храната што се подготвува во неа. Според некои медицински весници посветени на оваа тема, готвењето во микробранова печка ја прави храната да предизвикува структурални, функционални и имуношкки промени во телото на оној кој ја конзумира. Згора на се', уште менува и некои амино киселини во отрови кои го оштетуваат нервниот систем, црниот дроб и бубрезите.

Освен ефектите на физичко и енергетско ниво, храната може да делува на нас и емотивно. На пример, за утеша на децата им се дава храна иако можеби причината за нивната тегоба не е поврзана со глад. Слично, некоја храна ја конзумираме во обид да си создадеме чувство, или можеби поточно, илузија на комфор, сигурност, исполнетост. Некогаш се справуваме со интензивни чувства преку јадење одредена храна. Овие неефективни, често пати потсвесни начини на справување со емоции, стрес, кризи и предизвици, можат да резултираат со изразена потреба за храна. Да не се контролира оваа тешко објаснива потреба за храна, може да доведе до чувство на беспомошност, да го зголеми нивото на стрес и да ја намали самодовербата.

Магазин за вино и животен стил

wine spirit





STOBI
WINERY

Гостинот не секогаш е во право но е секогаш е гостин!



Пишува:

М-р Анета Коробкина

дописник од Москва



Колку би било нереално да кажам дека во мојата досегашна работа сум немала проблеми а уште понереално е да кажам дека сум немала проблеми со исполнување на барањата на гостите. Пред да почнам да работам во угостителството и хотелиерството мислев дека секој ден ќе биде мед и млеко, совршен свет. Насмеани луѓе, уживаат, планираат, организираат, јадат и пијат. Но, ова беше моето мислење се додека не влегов во вистинскиот свет. Е таму се е подруго, од толку што е подруго не знам од каде да почнам.

Ќе почнам од крајот. Гостинот не секогаш е во право, но е секогаш гостин. Па што и да се случи, ова правило нека засекогаш остане потцртано во вашите мисли. Непријатни ситуации во кои мои вработени па и јас самата сум се нашла се многу, но најважна е контролата, свеста и желбата нечиј живот да направите поубав. Само така ќе успеете од една таканаречена катастрофа или неприлика да направите лојален гостин. Како што и постарите викаат "Надевј се на најдоброто, подгответи се за најлошото."

За да знае персоналот како да се справи со несекојдневни ситуации, незадоволни гости или жалби, потребно е време и тренинг. Воедно овие информации треба да се дел и од стандардните оперативни процедури на еден бизнис. Јас овде ќе ги наведам основите на спрavување со жалби кои секој вработен би требало да ги знае и практикува. Ако во вашиот хотел или ресторон се појави проблем, најпрво:

Покажете почит

Кога гостите се иритирани или нездоволни тие се поранливи и осетливи на секој кажан или некажан збор. Затоа покажете почит кон гостинот кој од нешто не е задоволен во вашиот хотел или ресторан. Како би се чувствувајале вие ако имате проблем, доаѓате на рецепција а двајца рецепционери си раскажуваат еден на друг како ја поминале вечерта во град, игнорирајки го вашето присуство и проблем.

Слушајте внимателно

За да знаете што навистина е проблемот, слушајте внимателно. Кога гостинот зборува, гледајте го во очи и бидете присутни во ситуацијата со мозокот. Затоа што, ако прашате нешто што гостинот веќе го кажал уште во првиот чекор сте го загубиле како иден гостин. Едноставно, ставете се во ситуација кога вие раскажувате што ви се случило а вашиот сговорник не ве слуша.

Покажете разбирање

Ако гостинот види дека се интересирате ќе се смири. Блага насмевка, со одговор “Ве разбираам” ќе направи многу. Ќе му покаже на гостинот дека не ви е сеедно и дека се грижите за него и настанатата ситуација.

Ставете се во нивна позиција

Размислете како вие би изреагиране во оваа ситуација, а не веднаш да осудувате дека гостинот многу бара, или дека претерува. Само за момент размислете за ситуација во која вие сте биле нездоволни и кои чекори вие би ги превзеле за истата да се реши онака за да вие бидете задоволни.

Извинете се

Ова секогаш помага да се смири ситуацијата. Искрено, а не иронично извинете се. Исто така, благо климање на главата дава сигурност дека сте искрени, сигурност која гостинот ја слуша а во исто време и ја гледа.

Не се расправајте со гостите

Расправијата само ќе ја влоши ситуацијата. Никој не сака да му се каже дека не е во право а најмалку оној кој што плаќа. Па пред да се впуштите во расправија со гостите, размислете, што ќе добиете од тоа, едноставно ништо, само ќе загубите гостин и тоа не еден, туку многу повеќе.

Не се оправдувајте

Оправдувањата нема да направат ништо позитивно. На гостинот едноставно нема ништо да му смени ако вие му кажете дека готвачот е виновен за недопеченото месо, или за тоа што јадењето доцни. Оправдувањето само ќе го изиритира гостинот уште повеќе.

Бидејте позитивни

Кога настанал проблем, кажете што можете да направите а не што не можете. Гостинот сака да слушне решение. На пример, наместо да кажете “Не може да добиете бесплатен ручек” кажете “Може од куката да ви понудиме десерт.” Дајте неколку предлози како проблемот може да се реши. Понудете решение кое гостинот не може да го одбие.

Осигурувајте се дека гостинот е задоволен

Ако настанал проблем и сте го решиле не останувајте на тоа, проверете уште еднаш дали гостинот е задоволен со вашето решение и превземените чекори. Осигурајте се дека гостинот ќе се врати повторно само поради вашите одлични способности да решите непријатна ситуација.

Ако вработениот не може да се справи со ситуацијата, треба да се обрати кај менаџерот, но притоа потполно да го објасни проблемот онаков каков што е, затоа што многу гости не сакаат да повторуваат и да објаснуваат повторно што се случило.

Без разлика дали вработените го решиле проблемот или менаџерот го сторил тоа, овој проблем треба да се запише и да се дискутира на дневните или неделните состаноци. Сите дополнителни детали треба да се спомнат. Ова ќе помогне во иднина да се избегнат проблеми од тој тип или ако се појават да се решат што побргу.





Put on your red shoes!

Пишува:
Цаци Паковска
стилист



Уште на километар можете да ги препознаете високите потpetици на познатиот француски чевлар Кристијан Лубутен, препознатлив по тоа што ја користи црвената боја на фонот на неговите чевли, потпис што тој започнал да го употребува во 1992 година, набрзо по создавањето на неговата компанија. Меѓутоа овој „потпис“ е на удар изминатиот период. Пред неколку месеци Кристијан Лубутен многу сериозно го сфати користењето на црвениот фон на неговите високи потpetици и поднесе тужба против „Ив Сен Лоран“, чија пролет/лето 2011 колекција на чевли има црвен фон на потpetиците. Имено г-нот Лубутен бара судска забрана со која модната куќа ќе престане да ги продава „копираните“ чевли и да му плати оштета од еден милион долари. Од „Ив Сен Лоран“, одбиваат да ги коментираат овие обвинувања. Како и да е многу луѓе од модниот свет застанат на страната на ИСЛ,

изјавувајќи дека никој не може да има ексклузитет на една боја. Црвената боја многу често се употребува во чевларската индустрија и датира уште од времето кога Луј 14-ти носел црвени чевли, а како пример се даваат и чевлите „Руби“, кои Дороти ги носеше во познатиот филм од 1938 година „Волшебникот од Оз“.

„Како лидер во индустријата, на која и го посвети целиот свој професионален живот изработувајќи чевли за жени, господинот Лубутен знаел или би требало да знае за некој или повеќе од десетици модели на чевли низ историјата, со што неговите обвиненија се неосновани,“ – изјавија претставници на Ив Сен Лоран. Како и да е следува куса историја на црвените високи потpetици!

Ниту една боја не привлекува толку внимание. Црвената боја низ историјата се користела како боја за обележување на социјалниот статус и богатството.

Високите потpetици не се изум на 20-от век, нивната употреба може да се следи наазад 3500 години п.н.е. во древниот Египет, каде муралите отсликуваат мажи и жени од погорните класи кои носат високи потpetици. Подоцна во Античка Грција можело да се забележат некои од најраните верзии на чевли на платформа: на висока плута или дрвени сандали кои се нарекувале „которни“ кои имале

различна висина во зависност од социјалниот статус. Овие чевли немале само декоративна намена, тие исто така имале и практична намена: избегнување на калта и губрето низ улиците. За време на средниот век, дрвениот дел на чевлите со платформа бил трансформиран и се користел како додаток на кои се прицврстувале најразлични чевли, се со цел да се зачуваат. Ова води до создавањето на чевлите Chopine, првите чевли на платформа во Турција во 1400 година. Висината на потпетицата достигнувала 7-8 см па дури и повеќе, за што била потреба и помош при одењето на нив. Тие потсетувале на платформите од 70-тите, познати како Кршачи на зглобови.

Некаде во 1533 година се создале чевлите кои највеќе наликуваат на она што денес го сметаме за високи потпетици. Биле донесени во францускиот двор во Версај од страна на Катерина Медичи, која подоцна станала кралица. Таа била пониска од 150 см и сакала да остави впечаток на францускиот двор, па затоа носела чевли со 7 см висока потпетица. Овие чевли веднаш

доживеале огромен успех, а високите потпетици станале модерни низ цела Европа. Потпетиците познати како Луј 14 достигнале висина од 13 см, но никому не му било дозволено да биде повисок од кралот. Луј 14-ти започнал да ги декорира своите чевли со најразлични детали, отсликувајќи ги дури и сцените од борби на неговите потпетици. Во тоа време биле користени материјали како свилата, сатенот и брокатот, а биле вметнувани и декорации како копчиња и машнички.

Не е потврдено кога за прв пат се забележала црвената боја на фонот на високите потпетици, меѓутоа во 1673 година Луј 14-ти ги обоил и објавил оглас декларијќи дека само аристократијата може да носи чевли со црвен фон на потпетиците. Според историчарот Филип Мансел, црвената боја била одбрана за да демонстрира дека аристократијата не ги врка своите чевли. Употребата на црвената боја исто така било синоним на крвта, со што се покажувало дека аристократијата е секогаш подготвена да ги згazi непријателите на државата под своите нозе.





Ова е сосема поинакво толкување на црвената боја од она на познатиот француски чевлар Кристијан Лубутен, кој смета дека црвената е боја на флертот и страста. Употребата на црвената боја не била само во Франција, таа се раширила и во Англија, Германија, Австрија како и во другите империи. Овој тренд продолжил се до Француската револуција, кога бил отфрлен зедно со високите потпетици. Марија Антоанета (која имала повеќе од 500 пари чевли) се верува дека отишла на гиљотина носејќи чевли со висока потпетица.

Најверојатно црвената потпетица, особено црвениот фон на Лубутен, не припаѓа само на познатиот чевлар туку генерално е дел од Француската културна традиција. Како и да е, контекстот за користење на црвената боја е различен, Лубутен ја гледа црвената како страсна и флертувачка, а се инспирира од црвениот лак за нокти кои е омилен кај жените. Ова е поинакво видување од визијата на Луј 14 за крвта на неговите непријатели. Она што се уште е исто, дури и 300 години подоцна, е дека црвената боја е подеднакво привилигирана. Кога носите чевли со црвен фон, се уште се чувствувате како да сте од кралското семејство.



За сите читатели на Bar Code

10% попуст

Понеси ги сите пријатели на одмор, со Travel & Surf!



Travel & Surf

Сурфај
безгрижно во
роаминг!



Активирај интернет роаминг пакет веќе од 149 ден.

Со новиот Travel & Surf пакет сурфај безгрижно додека си на одмор! Активирај интернет пакет S, M или L за 3,7 или 10 дена и уживај во сите интернет содржини. Активирај од Македонија со повик или SMS на бесплатниот број **142 099**, впишувајќи ја државата каде што патуваш и пакетот што сакаш да го активираш (пример: Грејса M)

Активирај бесплатно додека си во странство преку новиот и иновативен канал, Визуелен автомат - заврти *140#

Единствено со Travel & Surf имај целосна контрола врз твоите интернет трошоци во странство!

Пред да одиш на одмор информирај се за понудата подетално на www.t-mobile.mk/roaming



Побарај го најдобриот
ресторан во близина



Провери временска
прогноза



Не пропуштај ниту еден
результат



Биди постојано во контакт со
сите твои Facebook пријатели



Чекирај се на foursquare



Проверувај, праќај
и примај е-пошта

Сподели доживувања

T-Mobile



Свездено Небо

Што најправо би ви паднало на памет кога ќе го спомнам Мишелин? Верувам на сите ќе им дојде да кажат - гуми, за кола, автобус, камион. Но, на никој нема да му падне на памет да направи асоцијација помеѓу гумите и најдобрите ресторани во светот. Зошто и како денес рестораните со Мишелински звезди се најдобрите, најбарамите и едни од најскапите во светот? Ова може да ни го објасни само историјата, која откако ќе ја слушнете ќе заклучите дека е доста логична.

Во 1900 година, во Париз, браќата Едуардо и Андреј Мишелин добиле идеја како да им помогнат на луѓето кои се на одмор и возат низ Франција да бидат попрактични и да ги зачуваат подолго гумите во текот на одморите. Тие создале мала црвена книга со информации за рестораните и хотелите, нивната оддалеченост, што се нуди и по која цена. Со ова им помогнале на луѓето кои патуваат да не губат време и пари возејќи од едно до друго место за да го најдат тоа што им одговара и на вкусот и на буџетот. До 1920 година оваа книга била бесплатна, а подоцна за да се добијат порелевантни инфор-

Пишува:

М-р Анета Коробкина

дописник од Москва



мации морало да се најмат инспектори со што оваа книга добива и цена на пазарот.

За да ги добијат најточните информации, браќата Мишелин знаеле дека не може да се потпираат на сопствениците. Затоа што секој од нив си имале своја претстава за популарноста, оригиналноста и цената. Па од таму и почнува историјата за Мишелинските инспектори, кои тајно ги посетуваат рестораните и одредуваат дали истите ги исполнуваат стандардите. Овие инспектори не се обични луѓе, тие го знаат вкусот на добро зготвената и балансирана порција, вкусовите на виното како и комбинацијата на храна и вино. Но, инспекторот не е експерт само за вкусовите, туку и манирите кои персоналот во еден Мишелински ресторан треба да ги има. Најинтересно од се е што однесувањето на инспекторот е толку природно што вработените никогаш нема да дознаат кој е овој инспектор и кога бил во ресторанот.

Во последниве сто години овие инспектори живеат вака. Нормално дека методите на оценување се сменети но нивната работа останува иста - објективноста - да ги наградат најдобрите, најоригиналните, оние кои навистина заслужуваат да бидат наградени и нивното име вреди да се спомене.

Мишелинскиот систем има една, две или највисока-три звезди категорија. Само 1900 ресторани во светот имаат добиено една Мишелинска звезда, 300 имаат две а само на 107 ресторани низ целиот свет им се доделени три Мишелински звезди. Подолу е наведено значењето на звездите:

★½ Извонредна кујна - вреди специјално да се допатува

★ Слична кујна - ако сте во близина вреди да се посети

★ Многу добра кујна - во категоријата во која се наоѓа

Во поново време воведени се уште две категории, Rising stars, е оценување во кое еден ресторант има потенцијал да добие Мишелинска звезда. Bib Gourmand оценувањето, каде се наоѓаат омилените понуди на инспекторите во однос на квалитетот и цената.

Како што Мишелинските звезди можат да се добијат, така истите може многу лесно да се изгубат. Ако стандардите не се запазени или има измени кои не се во рамките на дозволеното, Мишелинските звезди може да се одземат. Сега за сега, земја со најмногу Мишелински звезди е Франција која има вкупно 558 звезди а град со најмногу звезди е Токио со 179 звезди во кој има регистрирано дури 160,000 ресторани.

Но, ништо во светот не може да помине без критики, нели? Некој коментира дека за да се добие Мишелинска звезда, треба да се плати пари. Некој коментира дека Мишелинските звезди ја фаворизираат Француската кујна па рестораните во кои нема Француска кујна имаат помала шанса да добијат звезди. Но, досега не е покренат ниту еден спор против доделувањето или недоделувањето на Мишелинските звезди.

А ако патувате низ светот еве неколку Мишелински ресторани кои би можеле да ги посетите.

Ресторани со три Мишелински звезди:

Daniel - Wu Jork; Guy Savoy - Париз; El Celler de Can Roca - Барселона; Fat Duck - Лондон и др.

Ресторани со две Мишелински звезди:

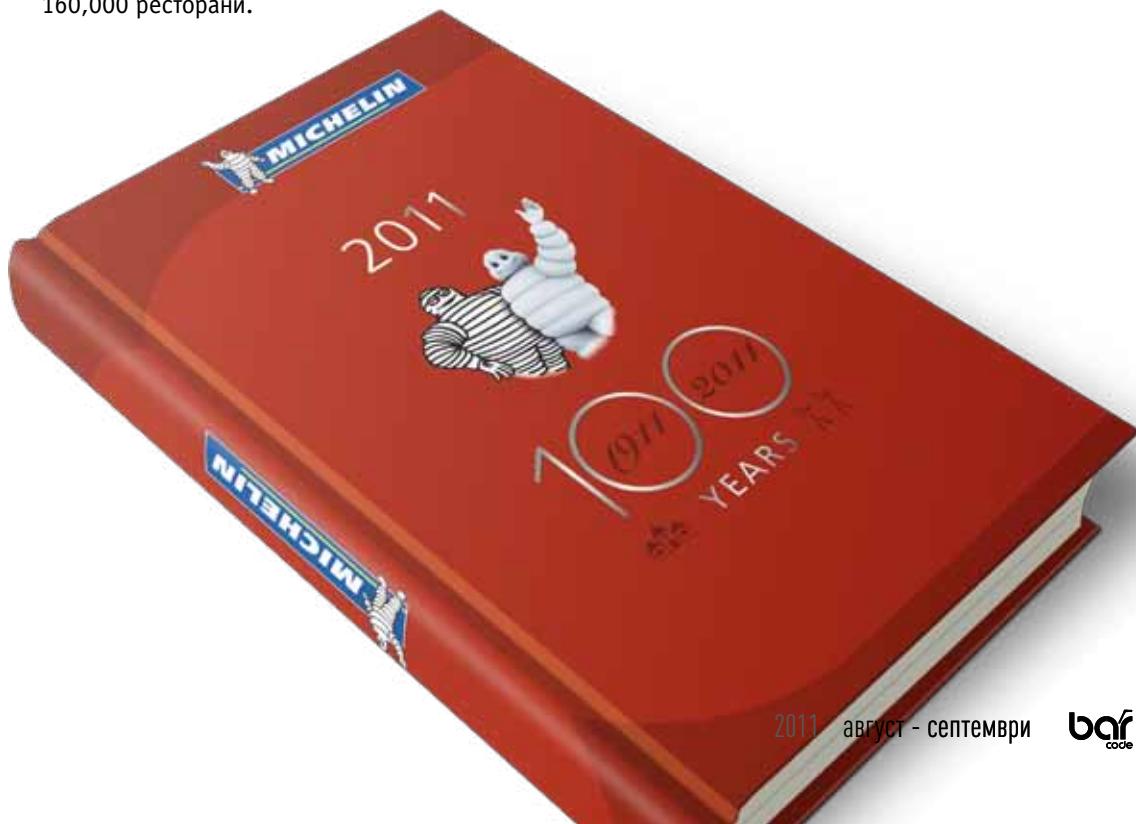
Noma - Копенхаген; L'Espadon - Hôtel Ritz - Париз; Midsummer House - Кембриј и др.

Ресторани со една Мишелинска звезда:

Oceana - Њу Џорк; Agaré - Париз; Simpsons - Бирмингем и др.

Bib Gourmand

Ресторани: Schmedere - Салцбург; Martin Stein - Виена; Skovshoved and Soren K - Копенхаген; Farang and La Table - Хелсинки и др.





ХРАНАТА е Универзален јазик на кој ние често комуникираме , но секоја единка го толкува индивидуално водејќи се од своите животни нагони и потреби. Сето тоа звучи сосема природно и се би било во ред ако во приказната не е вклучен глобалниот медиумски механизам кој најчесто го диктира начинот на живеење а следствено на тоа и нагоните и потребите.

Ако се навратиме уште на почетоците на човекот, ќе заклучиме дека со текот на времето храната еволутивно се модифицирала диктирано од животните потреби, поминувајќи фази на истражување и експериментирање, и се претворила во феномен кој е од огромно значење за социјалниот живот на лубето. Денес овој Феномен е присутен во сите пори на модерното, но и традиционалното живеење. Како што реков- храната или оброкот е концепт, поточно ритуал кој ги социјализира лубето и ги обединува за неговото времетраење.Овој концепт на ритуално собирање околу “трпезата” е посебно изразен на Балканот и Медитеранот, а тоа значи и кај нас. Да се присетиме (затоа што полека забораваме) дека до пред дваесетина години ручекот ни беше централниот дел од денот, кога сите се собирајме на готвена храна од свежи намирници- (во која главна улога играа нашите мајки или баби) внимателно конципирана и разнолика во текот на неделата.

Сето ова го потенцирам за да дојдам до поентата. Ќе

Пишувач:
Андреј КИСЕЛИЧКИ



почнам глобално - Овој брилијантен концепт полека исчезнува!

Динамиката на животот и потрагата по подобра заработка или подобро утре си го направија своето, се почесто се конзумира БРЗА ХРАНА која иако си има свои предности има многу повеќе недостатоци.

Кон крајот на триесетите години со комерцијализирањето на автомобилите се јавува еден тренд кој мислам дека е нај “заслужен” за настанувањето на “JUNK FOOD”.

Поточно во 1939 година едно момче по име Карл Карчер се доселува во Калифорнија бајќи подобра иднина и за скоро време доаѓа до брилијантна (од финансиски аспект) идеја. Во ерата на комерцијализацијата на автомобилите ново печените “фраери” кој купиле нов автомобил речиси не излегувале од него дури и за спиење, па во таквата “трендовска” новонастаната ситуација најдоброто решение било тие да јадат во нивните миленичиња - автомобилите. Карл со својата количка за Хот - Дог излегол на улица да ги задоволи нивните потреби за “модерна исхрана” и за кратко време го отворил првиот “Drive In” ресторант во кој лубето биле

city radio 94.7



послужувани во својот автомобил и тоа од девојки во кратки здолништа и отворени деколтеа.

Вториот бенчмарк е настанокот на познатиот CLUB SANDWICH. Според некој извори тој настанал во коцкарниците на Лас Вегас каде што коцкарите од работа "преку глава" немале време да конзумираат вистинска храна, па така го иновирале сендвичот ("нешто" помеѓу две лепчиња).

Како и да е, Брзата храна е производ на човечките "болни" хирови и полека но сигурно длабоко навлегува во генетскиот код, посебно на Американците а потоа сешири во светот како вирус кој е тешко да се избегне. Секогаш внимавам да не бидам погрешно протолкуван - со сета почит кон внимателно зготвените оброци кој патем личат на сендвичи или се наменети за поткаснување или доручкување. Таков концепт постоел во сите светски кујни "од век и веков" но си имал своја намена во одреден период од денот (а не во текот на целиот ден).

Проблемот се јавува во комерцијализацијата и болната потреба од повеќе, каде што почнуваат да се користат неквалитетни и претерано калорични продукти и додатоци кој патем се вкусни (и "заразни") но со претерана конзумација, опасни за здравјето. Следствено на оваа ситуација во 1986 година се појавува едно движење, поточно друга алтернатива која ќе биде (или била проектирана да биде) своевидна против тежа на Fast Food феноменот.

Извесен Карло Петрини го основа здружението "Arcigola", поточно асоцијација, која се заснова на претходно осмислена филозофија која е неминовна за да одржува баланс на движењето кое земало грандиозен замав.

SLOW FOOD – во суштина е добро осмислен концепт кој има поголема тежина и цел од широко прифатената - против тежа на FAST FOOD. Движењето почнало од група ентузијасти во Пидмонт- Италија на кој основната цел покрај здравата храна им било, подржување на локалната традиционална кујна, охрабрување на локалните земјоделци да садат билки и семиња во чиста околина и заштита на еко системот како основа за здравото живеење. Сепак

тоа бил само почеток кој бил незабележителен, но по три години движењето зема поголем интернационален замав. Во 1989 година се официјализира во Париз и тоа со членови од 15 европски земји, а во првичната агенда стои дека тие не се против ресторантите кој приготвуваат брза храна туку против глобалните и ненаситни бизнис интереси кој го водат општеството во погрешен правец. Денес Слој Фоод групацијата обединува 110 000 активни членови во 153 земји од целиот свет, а нивната Филозофија еволуирала во високо свесна теорија на модерното живеењето, која вклучува многу сегменти, поточно денес движењето стои на крстопат помеѓу екологијата и гастрономијата, или уште подобро кажано помеѓу етиката и задоволството. Исто така се противи на стандардизацијата и индустиријализацијата на вкусот од страна на мултинационалните индустрии за храна.

Секој има фундаментално право да ужива во добрата храна, но во исто време сноси одговорност за заштита на културното наследство на храната, и добродетите на целата планета од еколошки аспект. Значи во кратки црти – Slow Food е филозофија на здрава исхрана која покрај тоа вклучува и грижа и одговорност кон екологијата, животинскиот свет, и развој на етиката во производството на истата.

Важно е да се потенцира дека полека но сигурно ова движење се инфилтрира и кај нас. Бенефитите се големи и реално за нас многу повеќе од потребни.

Оваа теорија, филозофија или движење може идејално да одговори на нашите недостатоци во сите сфери:

Прво, враќање на корените каде што сме имале здрава и сезонска исхрана.

Потикнување на локалните земјоделци да одгледуваат локални и автохтони сорти и помош при пласманот и нивното презентирање.

Едукација во однос на зачувување на чиста животна средина во текот на производството на храната.

Едукација за вистинско презентирање на локалната кујна и нејзините благодети.

Изборот на начинот на исхрана е фундаментално право на секој човек но добро е да се знаат последиците или придобивките од изборот.





ДЛ КОНКОРД

ПРОФЕСИОНАЛНА УГОСТИТЕЛСКА ОПРЕМА

02/ 31 19 319; 31 13 788

ул. Црвена Вода бр.16 - Скопје

e-mail: dlk@dlk.com.mk

www.dlk.com.mk



архитектура



Летни плажи и на нив шанкови

Пишувач:
Бујар МУЧА
Архитект



Не сум најсигурен кога точно македонските локални и глобални авторитети сфатија дека Македонија е медитеранска земја и зошто? Дали поради умерено - континенталната клима на 95% од територијата или поради тоа што нашиот најголем фекален реципиент се влева гордо во Егејското Море? Или можеби затоа што на времето во рамките на СФР Југославија нашите борачи во слободен стил освојуваа медали на Медитеранските Спортски Игри? Да, но тогаш и ние си имавме Наше Море кое сега се нарекува Јадранско и се наоѓа кај некој други Медитерански земји.

Како и да е, за да се има плажа од суштествено значење е да се има вода веднаш крај неа. Таа мудрост ја чув пред неколку години од еден дезориентиран сограѓанин кој со одушевување ми раскажуваше дека бил на едно место во Грција каде што плажата била веднаш до морето. Од мориња пак, ние си го имаме Охридското, Преспанското, Дојранското и уште еден куп вештачки езера и си го имаме фекалниот реципиент кој ни ја сече медитеранската татковина на два дела. До пред дваесетина години, додека го имавме Наше Море, не обрнувавме премногу внимание на нашите води, туку таму одевме на неколку дена по Наше Море со надеж дека водата не е до толку кочан и дека ке можеме барем еднаш да се разладиме. Во ред, Скопјани си го имаа Градиште меѓутоа во најнатурална форма и со многу поинтересни содржини од самото капење. Некако бевме свесни дека нашите



води
не се спрем-
ни да не исперат сите нас,
па тоа преќутно го почитуваме. А за
Вардар и да не зборуваме. Знаевме од приказните
на нашите родители дека таму некогаш на реката
имало журка, љубовни запознавања и многу бања-
ње во чиста речна вода. Истите тие наши родители
се повлекле од таа плажа кога реката се претвори-
ла во фекален реципиент и изградила езеро пред
сливот на Треска во Вардар. Јас сум се капел во
тоа езеро од самиот почеток на неговото постоење
и беше супер. Потоа се расипа системот за филтри-
рање на водата и комплексот изумре. И тогаш и сега
беше во рацете на градската управа. Архитект сум и
зnam дека со помала инвестиција комплексот може
да проработи во форма во каква што бил замислен.
Со поголема пак и добро обмислена идеја може
да се изроди во Аква Парк каков што го нема на
Балканот. Ние, спротивно на здравиот разум го
отфрламе тоа што веќе го имаме и пукнуваме две
плажи наред центарот на градот кој нели имаат

шанкови кај што Скопјани ќе се разладеле.
Во водите на Вардар или на шанковите?
Или под сенките на палмите? Супер е идејата
на градските власти да го оплемени кејот
на Вардар, но тоа не смее да се нарекува
плажа. Ако е плажа, тогаш мора да се гаран-
тира квалитетот на водата за капење. А колку
за освежување, има шанкови и повнатре во
градот, поконтинентално!

Нашите води не се медитерански, ниту тропски
води. Нашите води се нашето минато и нашата ид-
нина. На нив не смее неконтролирано да се градат
плажи затоа што плажи не се градат, плажи посто-
јат или не постојат! Охридското Езеро не е спремно
за журка со pena, ниту за чаталење со водени
скутери. Ја разбирам фрустрацијата за локално
докажување на моќ и страв да се отпатува малку
подалеку каде се зборува на друг јазик и каде
никој нема да те погледне ако реално не вредиш.
Но нашите води не се спремни ниту за лечење на
нашите фрустрации. Тие се реално спремни да ни
понудат резерви на чиста вода за нашите поколени-
ја и спремни се со наша помош да ни ја чуваат исто-
ријата и традицијата преку прекрасната архитектура
на бреговите што ја оставиле нашите претци. Но
новите плажи и новите шанкови не одат со наслед-
ството. На тој новосоздаден кич се лепат добро по-
знати безлични и евтини објекти во пастелни бои со
пластични прозори и хромирани огради. До нив има
лесковачки роштиљ и американски крофни. И pena на
плажите, и триумф на глупоста и незнاءњето, и
штикли и шминка и надгласување со лоша музика.
Една голема Wanna- Ве плажа

**Но новите плажи и новите шанкови
не одат со наследството. На тој
новосоздаден кич се лепат добро
познати безлични и евтини објек-
ти во пастелни бои со пластични
прозори и хромирани огради. До нив има
лесковачки роштиљ и американски крофни. И pena на
плажите, и триумф на глупоста и незнاءњето, и
штикли и шминка и надгласување со лоша музика. Една
голема Wanna- Ве плажа**





ОБУВКИ

Можеби ова и не е најсоодветна тема за овие жешки денови, но по мислење на многумина мои пријатели и пријателки, обувките се најјасни огледала на човековата душа и стил, веднаш по интимната облека на која и се осврнавме во минатиот број. Познавам пријатели и знам за пријатели на моите пријатели кои си ги препознаваат своите колеги и сродни души низ целата пла-нета по само еден поглед упатен кон нивните чевли. По мислење на одреден број луѓе, јас не би требало да бидам репрезентативен пример на човек што пишува и критикува на тема на обувки. Веднаш ке ви кажам дека не се согласувам со нив иако мојот вкус за обувки е помалку несекојдневен. Тој сепак про-излегува од синдромот УН (уморно ноќе) кој е карактеристичен за луѓе што се постојано уморни трчајќи да заработкаат за уште неверојатен број на луѓе околу себе. Но толку за тоа. Овој текст нема да се занимава со мојата несрека туку со еден од најважните сегменти што го опре-делуваат машкиот стил - чевелот.

Пишува:
Бујар МУЧА

Архитект



Се обидувам елементите на машкиот стил да ги наредам по важност и веќе сум убеден дека од почеток сум сторил грешка. Требаше обувките да ги ставам пред интимната облека, а ќе ви кажам и зошто. Се што мажите прават во врска со својот стил е со цел да се примамат единки од спротивниот пол (понекогаш и од истиот) на подлабока заинтересираност што ќе резултира соекс. Сите други муабети за градење на свој имиџ и особеност се фарса. Ниту една нормална машка единка не би се трудела премногу околу сопствениот изглед ако не мора. А обувките се тутка први на ачик. Попрви дури и од бесниот автомобил, скапиот часовник, елоквентноста, кредитните картички, образоването, метрите квадратни, статусот итн. Сега, пишувајќи сфатив дека интимната облека последна ја покажуваме па и колку да е несоодветна во најголем број на случаи е предоцна за пишманење. Полумракот знае успешно да затскрие несовршености.

Машките чевли имаат анатомска логика и во суштина се дизајнирани за одење, додека повеќето женски обувки се дело на сатаната и служат за постигнување на безнадежна ерекција кај мажите

кога се носат сами (види дуплерица во Playboy) или во комбинација со други парченца ткаенина и накит (види скопски улици).

Постојат безброј врсти и подврсти на обувки за мажи и нивното објаснување и критикување би ги надминал ингеренциите и компетенциите на ова списание. Ќе се обидам во следните редови да објаснам некои забранети комбинации и ситуации со цел во иднина да ги намалите или сосема да ги елиминирате шансите за инстант дебакл кај спротивниот пол.

Правило број еден, алфа и омега на секое облекување на чевел е да биде во иста боја со ременот на пантолоните. Можни се смели комбинации на ладна со ладна и топла со топла боја, но најстрого е забрането мешањето на кафена со црна (инаку најчестата комбинација кај скопските мажи). Таа комбинација укажува дека во животот ги имате само тие чевли и тој ремен.



Правило број три, правило над правила-та, во град не се носат чевли без чорапи, освен платнени еспадрили и патики кои реално не се за во град. Дури и за нив, цивилизацијата измислила екстремно ниски чорапи кои покриваат и сокриваат се што е потребно.



Последното правило се однесува на носење на чевли за долги пантолони со кратки пантолони или шорцеви. Таа комбинација никако да одумре во мојот град и како по правило секогаш оди во комбинација со раскопчана кошула со кратки ракави, со влакнести опуштени гради, несредена масна коса, скап часовник, златен ланец или нараквица и пивски stomak. Ја разбираам потребата за опуштање и комфор, но некој наши пријатели изгледаат преопуштено за да се опуштат. А и не е еколошки.

Толку од мене. Проверете си ги чевлите, купете си уште некој пар, послушајте ги моите совети и појдете некаде на заслужен или незаслужен одмор.



Правило број два е да не се носат чевли за костум со спортски пантолони. Обратното е можно со полежерен костум и со други модни додатоци по кој ќе се види дека сте стилски изградена личност, а не цреп.



Правилото број четири е изумрено секаде на планетата освен во земјите на Западниот Балкан на кој за жал припаѓаме и ние. Признавам дека ова е детал само на постарата генерација, но и ним треба да им се одземе слободната автобуска карта ако сеуште го прават тоа. А тоа е облекување на отворени сандали со ремени со полувисоки чорапи со неартикулирани шари. Ако некој од вас не е пензионер, а сепак го прави тоа, веднаш нека престане.



Во следниот број ќе правиме муабет за негата и убавиот изглед на машкото тело. За ова лето и онака е предоцна.



Est. Cuba 1862
BACARDÍ®

Bacardi румот - најпознатиот и најпродаваниот рум во светот, со повеќе од 300 награди за квалитет, воедно е и најнаградуваниот рум во светот. Ова е само уште една потврда за посветеноста Bacardi кон производството на портфолио на румови со извонреден квалитет и одличен вкус.

Bacardi има голема и документирана историја на производство на супериорен рум, уште од своето основање во 1862 година во Сантиаго ди Куба, кога Дон Факундо Бакарди Масо вовел револуција во индустријата за пијалоци, со тоа што го искреирал првиот рум со лесно тело и првите ароматизирани румови. Понатаму, низ речиси 150 години, седумте генерации наследници на Дон Факундо се фокусирани на одржување и подобрување на уникатниот квалитет и вкус на овие румови. Bacardi е поради тоа признаен и наградуван во 16 земји во светот. Меѓу последните продукти на Bacardi кои ги имаат освоено највисоките награди за квалитет се оние со наградите од Bad Kleinkirchheim од Австрија, Monde Selection од Брисел, International Wine & Spirit од Лондон и International Review of Spirits од Чикаго.

Најновите признанија доаѓаат од церемонијата The Spirit Masters 2009 каде што Bacardi Reserva Limitada рум, беше најден со Master Status во категоријата Rum Masters, а Bacardi Añejo рум и Bacardi 8 Year Old Rum добија златна медаља во истата категорија. Како дополнение на овие награди, Bacardi 8 Year

Old Рум доби и признание од New York Times. Тие го дефинираа овој рум како вистинска скапоценост и авторитет во светот на румовите во конкуренција на останатите премиум румови како Barbacourt 15 year old и Appleton 12 year old.

Поради својот извонреден вкус и квалитет, Bacardi румот е избран за подготвка на некои од најпознатите и најсаканите светски коктели. Мохитото е креирано со Bacardi Superior рум во 1862, Даикири, во 1898, Куба Либрे со Bacardi Gold Rum и Кока Кола во 1900 година, а оригиналната Пинаколада е измислена во 1922 година со Bacardi Superior.

Повеќе од еден век, Bacardi е основа за сите најдобри коктели во светот.

Со Bacardi, конзументите го добиваат истиот конзистентен вкус и квалитет низ целиот свет, без оглед каде се наоѓаат. Затоа за оваа сезона, одберете го Bacardi – најнаградуваниот рум во светот.



Дон Факундо
Бакарди Масо

Жедни за живот? Пијте одговорно
www.bacardi.com

настани



Прва средба на енолозите

Соња Перковска- енолог

Првата средба на енолозите од Македонија беше организирана на 18-ти Јуни 2011 година во ресторантот на винарската визба Тиквеш на која се собраа четириесетина енолози колку што и беа поканети . На едно место се собраа енолози од Тиквеш, Повардарие, Еленов, Винеа-Росоман, Попова Кула, Џумајлија, Фонко, Имако, Езимит, Попов, Кокино, Шато Сопот, Шато Камник, Мојсов... некои енолози отсуствуваа поради одмори или други обврски но на следната средба која е веќе закажана за пред почеток на бербата се очекува присуство во поголем број.

Идејата да се дружат енолозите од Македонија е од пред неколку години, но иницијативата за оваа средба дојде пред еден месец каде голема група енолози беа заедно на семинар во Бугарија поканети токму од Сојузот на енолози на Бугарија. Бидејќи кај нас нема здруженија ниту сојузи од таков тип, ние решивме за почеток, само да се дружиме, да се сртнувавме еднаш месечно некаде во некој од ресторантите на винарските визби, да приеме вино и да коментираме за светските трендови, за проблемите кои во последните две години го надвиснаа винарството, заедно да организираме посети на саеми и семинари надвор од државата и слично. Едноставно, оваа фела на луѓе кои не се во мал број во Македонија треба да бидат во контакт еден со друг, помладите да учат од поискусните, да бидат во постојан контакт со науката, со Факултетот за Земјоделски науки и храна, Земјоделскиот Институт, Технолошкиот факултет од Скопје и Земјоделскиот Факултет од Штип. За жал ние досега се сртнувавме само на еднодневни семинари кои ги организираа некои од фирмите кои продаваат препро материјали за винарство. Затоа се надеваме дека овие дружења во брзо време ќе прераснат во некое здружение со помош и од помладите колеги енолози кои се поддржани од оние што долгги години се бават со вино.

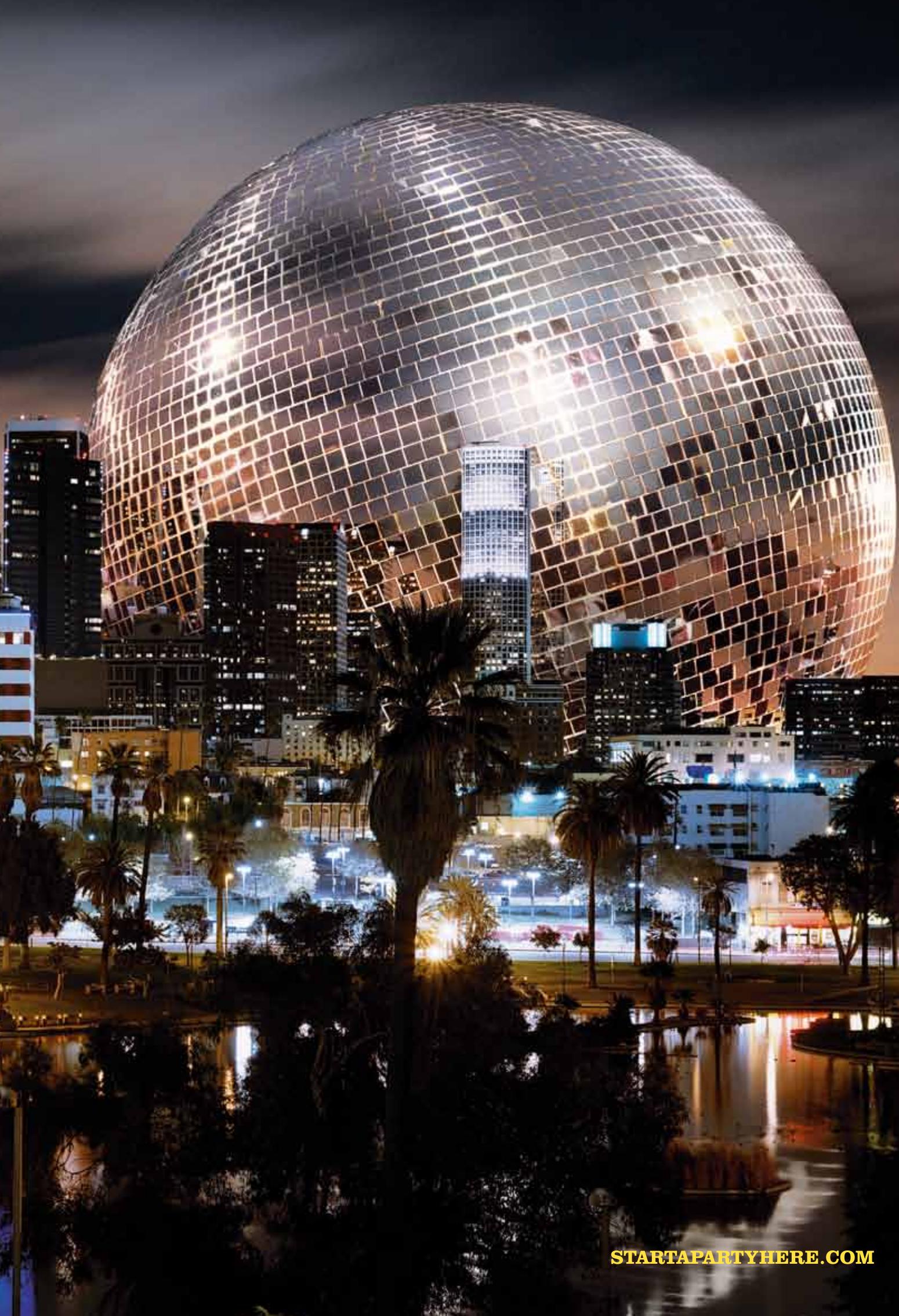




START A PARTY

HOWEVER YOU START A PARTY
PLEASE ENJOY IT RESPONSIBLY





STARTAPARTYHERE.COM

over and over again

30

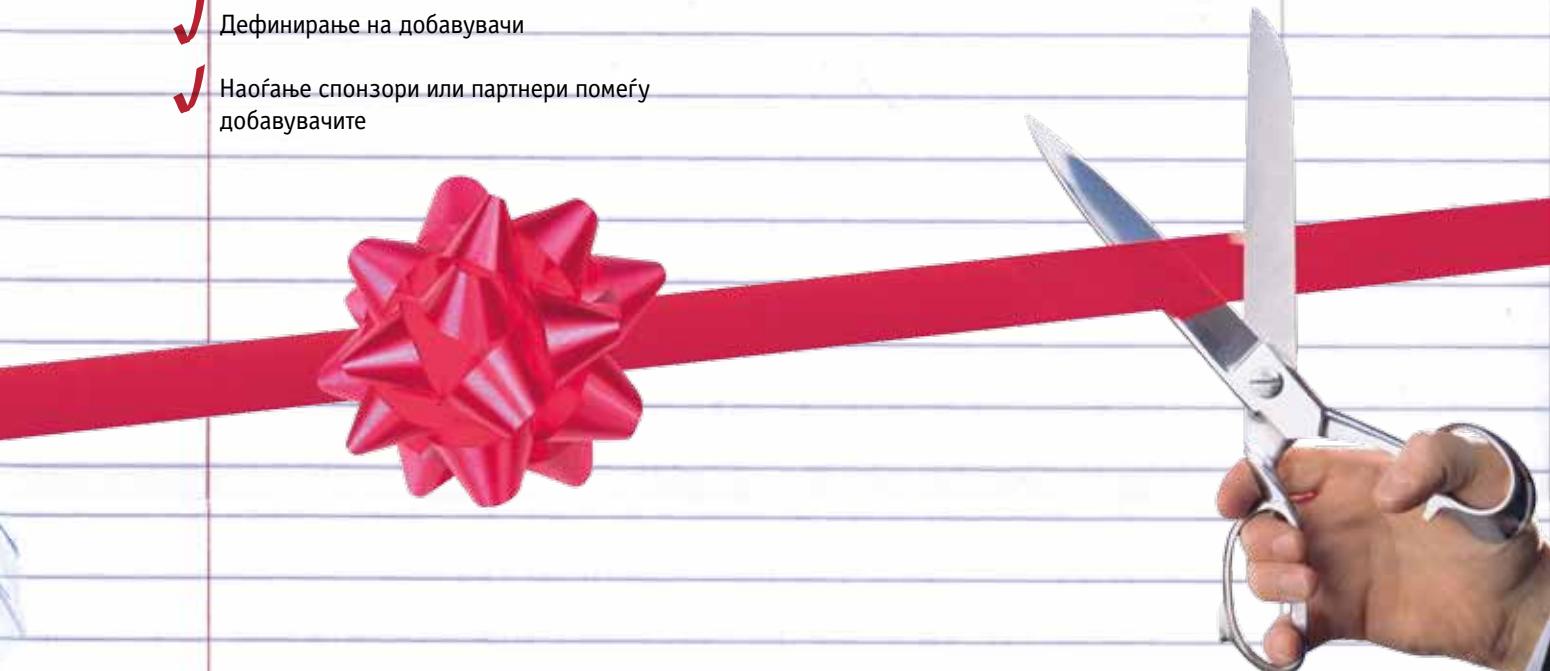
нешта кои **НЕ СМЕЕТЕ** да ги заборавите пред да отворите **сопствен локал**

пишува:
Миа Костовска

Иако многу пати до сега, од различни агли сме ги опишувале чекорите за отворање на сопствен бар ресторон, никогаш не е одвишок уште еднаш да ве потсетиме на чекорите потребни за остварување на вашиот сон да имате сопствен локал. Подолу е основната листа на активности кои не смеете да ги заборавите пред отворањето:



- ✓ Изготвување на бизнис план
 - ✓ Обезбедување капитал за инвестиција
 - ✓ Истражување на пазарот и конкуренцијата
 - ✓ Избор на соодветна локација
 - ✓ Дефинирање на идните партнери за соработка
 - ✓ Пронаоѓање на адвокат за обезбедување на правните услуги
 - ✓ Одлучување дали локалот ќе се изнајми или купи
 - ✓ Ангажирање на архитекти и консултанти
 - ✓ Изработка на технички и ентериерен проект
 - ✓ Основање на фирмa и отворање банкарска сметка
 - ✓ Проверка на сите законски регулативи и обезбедување потребни дозволи
 - ✓ Наоѓање книgovодител и сметководител
 - ✓ Започнување на градежно- архитектонски активности
 - ✓ Купување мебел и опрема
 - ✓ Регрутирање персонал и поставување на односите помеѓу нив
 - ✓ Посебно дефинирање на менаџерскиот тим
 - ✓ Набавка на техничка опрема- осветлување, озвучување, ПОС терминал, фискални каси, компјутерски системи, системи за надзор и слично
 - ✓ Дефинирање на добавувачи
 - ✓ Наоѓање спонзори или партнери помеѓу добавувачите
 - ✓ Креирање и изготвување на мени
 - ✓ Креирање на стандарни оперативни процедури
 - ✓ Обука на персоналот
 - ✓ Завршни подготвки со дозволи, лиценци, ентериер и правна регулатива
 - ✓ Започнување рекламна кампања
 - ✓ Планирање на забава за отварањето на локалот
 - ✓ Останати маркетинг активности и креирање на неделна и месечна програма
 - ✓ Нарачување на пијалаци и друга роба
 - ✓ Завршување на финансите
 - ✓ Тестирање на системите
 - ✓ Отварање
- *бонус совет- никако не заборавајте дека сите добри локали имаат и добра лична приказна во по задина! Вметнете го тоа како главна појдовна точка за сите горенаведени технички чекори и успехот ви е загарантиран!



бифе носталгија

Центар на ВСЕЛЕНАТА

Како прживеани фиданки на генерацијата која не ги излижуvalа босите дустабан-стапала по скопската калдрма закаскана од летните дождови, туку на новопоставениот скопски асфалт, директно исфрлен од Поплавата и Земјотресот, сакавме да докажеме дека - ние доаѓаме! Арно ама, за да не видат и да станаме препознатлив дел од таа толку опејана скопска боемштина, требаше некако да се избориме да не пуштат во местата каде поетите, новинарите, актерите... ги исцицуваа последните голтки од пијачките "на рабош", како и сите останати капки од животот...

Кога најубавата поубава половина на светот, онака лајт зајдливо, како што само таа знае, ќе ме праша што теми за муабет беа тоа и што задници беа тие, кои можат да издржат 12- часовно, попладневно-ноќно "работно време" во некоја од ретките скопски кафеани што не ја загубиле душата, се обидувам низ насмевка да и објаснам дека кафеаната е центар на светот. Добро, може да биде и судница и лудница, ама сепак, кафеаната е место каде човекот се чувствува жив, на еден сосема поинаков начин. Па, уште ако му се погодени другарите, муабетот, мезето & пијачката, или музиката скраја да е... а бе, кој да стане... Еднаш дури се обидов со моите знаења од практичната психолгија стекнати во ЈНА, да и организирам на сопругата "показна вежба" за најдобро да сфати, дека ние долгогодишните кирајции-страдалници низ скопските кафеани, всушност, им помагаме на нашите поубави половини - токму со отсуството од дома. И ја измолив да ме дружи на една од кингсајз седенките, да (со)учествува и да ја сподели радоста и маката како што и ветила, кога ги изговарала судбоносните три "да" и едно "не" во Матичното. И навистина, по неколку часа, кога се сменија чаршафите и темите, еден дел од лубата и мезиња-

Пишува:

Синиша СТАНКОВИЌ



та, а јас и камарадите се вративме на аперитивите за нов почеток и нови муабети, таа не напушти сета здробена, велејќи дека мора да си легне, дека има главоболка, болки во рбетот, здравени нозе и задник... и се надевам конечно сфати колку ми е и нам тешко. Особено што скопските кафеани одманаја загубија душата, па со намалувањето на дёртот, на ќеифот, останува само грижата на совест. На крајот. Ама, тоа е болка од која не се умира, зашто исчезнува со следното седнување.

Кафеаната од секогаш била центар на збиднувањата на една средина која претендира да биде град, ајде - гратег со изразени паланечки мотиви, ама сепак, гоа урбана средина која се издвоила од правливите селски улици, каде истата функција ја има колонијалот, "гранапчето" сред-село, каде се пренесуваат народните умотворби и озборувања и се пишува историјата на оние кои никогаш не загубиле. Мудрите молчаливци, оние кои шепотат од страна, потпалуваат па кинисуваат, море бегат - уцум фаќаат, ама трага не оставаат. Токму затоа, кафеаната, онаа градската, сакала да се избори за поинаков рејтинг од селската крчма во која сите Балканци живеат веќе со векови, но во тоа успеваала тамам толку, колку што градовите ни, успеваа да се откинат од корењата, длабоко всадени во провинцијата. Во Паланката...

Кутрото Скопје, престолнина на мала држава со голема историја, и денес нема вистинска кафеанска историја, оти и слаткоречите раскажувачи за богатото минато низ скопските кафеани, се главно дојденци, без осет за Градот во кафеаната. И со премногу силни корења. Во Паланката. Навистина, странците (не туристите, тие ни се главно во хостелите и најчесто не ни пренокуваат во градот кој нема јавни тоалети), туку дипломатите, униформираниите



чувари на демократијата од север и по некој бизнисмени кој заталкал кај нас, за тааква ја сметаат онаа на централниот градски плоштад. Ама таа, делумно и токму поради таквите гости, никогаш не создаде вистински шmek, препознатлив скопски имиц. Затоа и ни останаа, маалските кафеанчиња, како микс на "гранапче" и на градски кафеани какви сме гледале во странство. Во кои ние вакви какви што сме, на патот кон Европа, измешани со векови, низ историјата и географијата, некако и најдобро се чувствувааме. Зашто, одамна и не претендирааме, всушност, не се ни надевавме дека нешто ќе се смени и ќе тргне на поарно. Иако, некогаш, толку многу верувавме, сакавме, се надевавме.

Пред повеќе од четврт век, со маалските копиљаци, генерација постземјотресна, значи онаа стресната и стресената генерација скопјанчиња, правена во шатори, скандинавски монтажни бараки и во Катлановска и Кумановска бања, збеснувавме од желба да бидеме дел од она - нешто. Од она, тогаш за нас недофатливо Скопје, познато само од приказните на старите боеми. Сите ние, вратени дидидус збрлавени од заглупувачкиот дрил на ЈНА, созревавме барајќи си ја позицијата во Чаршијата. И оние од кои подоцна изртија белосветски познати арамии, и оние кои арамилакот го практиираа во бели ракавици, низ македонската локална политика, и оние кој и за првите и за вторите сакаа да пишуваат - ама немаа каде, или да ги играат во живо, на скапаните штици кои зрачеа со опасност да се падне низ нив - во театарската визба, и во заборав. "Надежите" на некогашните маалски хери, (кои со женачките и со делењето на дозиданите станчиња, продолжија да живеат дезалиенирано, и со сопствените наследници и со нивните, до трето колено претци) - метаморфизираа во лузери и тогаш се уште веруваа дека ќе се разликуваат од сопствените родители. И самите се надеваа дека со исполнувањата на туѓите сништа, некако ќе се спасат од маалските кошмари.

Нормално, тогаш во втората веќе половина на осумдесеттите, откако ги преживеавме политичарките кои организираа полудневни редукции на електрична енергија (за да одат на вечерни училишта без да ги препознае некој, за да личеле на нивните компартишки претходници во затворите меѓу двете светски војни) и пар-непар возењето и шверцот на детергенти и кафе од Понте Роко, демек, како преживеани фиданки на генерацијата која не ги излижуваала босите дустабан-стапала по скопската калдрма закаскана од летните дождови, туку на новопоставениот скопски асфалт директно ја исфрлиле Поплавата и Земјотресот, сакавме да докажеме дека - ние доаѓаме! Арно ама, за да не видат и да станеме препознатлив дел од таа толку опејана скопска боемтина, требаше некако да се избориме да не пуштат во местата каде поетите, новинарите, актерите. . . ги исцицуваа последните

голтки од пијачките "на ражош", како и сите капки од животот.

За легендарните кафеани бевме предоцна родени, па предизвик ни претставуваше да влеземе дури и во зачадениот подрум на легендата - Јоле. И таму, најпрвин срамежливо, а потоа се посигурни во себе (па нели, ние бевме тие кои надоаѓавме низ младите и се постарите Струги, низ деби-стихозбирките, низ храброста да се објават првите критики за книгите на веќе еtabлираните поети во младинските и студентските весници) да се изгребеме за место на некоја од масите на "чичковците од читанките", кои пиеја, се зајадуваа, се караа, си блуеја в скут, па пак пиеја, пак се караа (некогаш и ќе се потфатеа, ама онака, нежно, писателски) на некој за нас комплетно неинтересни теми, како јазичните судови во Словенија, или меѓусебниот однос на растечкиот степен на македонштината и на дотогашниот југословенизам, поткрепен со култот на Маршалот со острите погледи на мустаклиите од ЦК на единствената Партија. Ама, седевме со нив и им купувавме цигари, само за да ги слушаме по стоти пат истите прикаски, во кои според раскажувачите се менуваа и улогите на мајтапчијата со итерпевовски поенти и на лузерот. Само за да не препознаат следниот пат, низ нивните алкохолни замаглувања, како нечиј студент, нечиј тулен (оти оној од читанката фрил поглед на неговите сочиненија и го пофалил некаде меѓу втората шопска и третата ракија на првото седнување, чисто колку да го окуражи за уште да твори и почесто да чести), нечиј адут за иднината. А толку сакавме да бидеме свои. И за да станеме токму такви, полека се издвојуваме на сопствени маси, за од таму, револуционерно да врескаме против истите тие "чичковци од читанките" кои далеку повеќе ги интересираше да им се насмее зарот за да ги ќарат оние германски пари со орлите, скриени под таблата, од било која емоција, стих, реплица. И кога по две децении, почнавме да забележуваме некој нови млади лица кои седнуваа до нас неповикани, и инситираа да се вклучат во муабетот, се разбегавме по маалските кафеани. Ја баталивме идејата за градска кафеана со душа. Си се вративме каде што припаѓаме, во затскриените маала на патот кон Европа, во кафеантите кои се микс на "гранапче" од предградието и селски колонијал и на западноевропска градска кафеана во која келнерот ви се обраќа како на лорд и не ја спомнува мајка ви ако претходната ноќ сте останале краток за последните три четири "раце" и во севдахот, пред триумфалното напуштање на бойштето - сте срчосале некоја ситна чаша. Забаталени. И ај сега, како јас ваквите гигантски теми, за нас, за Европа, за центарот на светот, за кафеаната и вселената, да и ги објаснам на мојата сакана поубава половина?

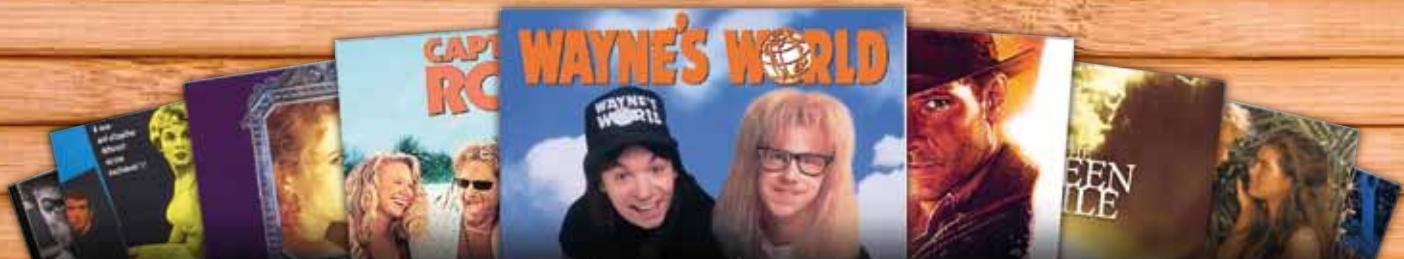


Is that an alligator or a crocodile?



easygoing Irish





Филмски Коктели

Обично повеќето коктели добиваат популарност по појавувањето во некој филм. Но еве неколку коктели кои се креирани како инспирација од филмовите.

Пишува:
Филип АРНАУДОВ
здружение на бармени на Македонија



Wayne's World

2cl Jagermeister
1cl Sambuca

Сипете во шот чаша 2/3 Jager и завршете со Sambuca.

Со долгата коса и скнатите фармерки во филмот, не е чудно што Јегерот е основа на овој пијалок. Самбуката се дополнува за да има добра доза на алкохол. Овие шотови се одлични за да се напиете на некоја лоша изведба на песни од Битлси во комунистички бар или на проба во подрумот на вашите другари - рокери.



Blue Lagoon

4cl votka
2cl Blue Curacao liqueur
1cl lemon juice
Sprite или 7up
Декорација лимон

Сипете ги состојките во highball чаша со мраз, полека измешајте со барска лажица и декорирајте со парче лимон.

Овој коктел сигурно ќе ве потсети на времето кога Брук Шилдс беше најатрактивна глумица во Холивуд.

Captain Ron

5cl Captain Morgan spiced rum
12cl orange tangerine juice

Сипете Captain Morgan во hurricane чаша наполнета со дробен мраз, додадете сок од портокал и мандарина и промешајте.

Веројатно најдобриот филм и на двајцата актери Мартин Шорт и Курт Расел. Captain Ron учи од фамилијата дека има повеќе во животот од тоа да се биде егоистичен и себичен, а фамилијата учи од Ron како да се смее, како да сака и да живее со малку повеќе забава.



The Godfather

3cl Scotch Whiskey
3cl amaretto

Ставете ги состојките директно во old-fashion чаша и послужете.

Ова дефинитивно е пијалок за кој мора да носите одело за да уживате во него. Исто така е добар за некоја вечерна забава со постари гости. Во секој случај познат коктел кој би требало секој бармен да го знае, а ако не го знае, може да му се заканите на мафијашки начин



Raging bull

2 cl Kahlua
2 cl Sambuca
1 cl Tequila



Сипете ги состојките по редослед и на слоеви во шот чаша.

Овој коктел навистина удира, комбинацијата Текила / Калуа е изненадувачки добра.

Star Wars

3cl Southern Comfort
3cl amaretto
3cl sweet and sour mix
3cl Sprite

Сипете ги сите состојки во old-fashion чаша со мраз и послужете.

Не е најјакиот коктел на листата, но содржи одбранни состојки кои заедно комбинирани се многу подобри од што изгледа, слично на актерската екипа во филмот.

Eyes Wide Shut

2cl Southern Comfort
2cl Crown Royal
2cl amaretto
2cl orange juice
2cl pineapple juice
2cl cranberry juice
splash grenadine syrup



Сипете ги состојките во шејкер, добро исшејкајте и сипете во highball чаша со мраз. Декорирајте со парче портокал и цреша.

Нормално мешавина на толку различни состојки не оди заедно. Но состојките во овој коктел се разграничи, со разливни бои и на крај како "о оргија на различни вкусови се добива одличен коктел.



Indiana Jones

1/2 shot Tequila
1/2 shot whiskey
1 shot Champagne

Сипете ги текилата и виските во дупла шот чаша, додајте шампањ. Со дланката покријте ја чашата, кренете ја, удрете ја силно од шанкот и испијте го коктелот на екс.

Внимание: Мешањето на виски и текила може да ви биде последна мисија.

Psycho

4 cl Bacardi white rum
 2 cl Galliano
 8 cl orange juice
 8 cl pineapple juice
 2 cl grenadine syrup

Сипете го сите состојки во шејкер, исшејкајте добро и сипете го коктелот во hurricane чаша. Декорирајте со парче ананас, парче портокал и цреша.

Ништо од овој коктел не е директно поврзано со филмот, а ниту пак тој што го пие коктелот е навистина Психо. Но ако испиете премногу од овој коктел со толку многу шеќер во него сигурно ќе имате луд мамурлак.



Superman

3cl gin
 2cl dry vermouth
 1.5cl apricot brandy
 3cl mandarin juice
 0.5cl grenadine syrup

Сипете ги состојките во шејкер, исшејкајте и сипете во old-fashion чаша. Декорирајте со цреша.



The Green Mile

3cl melon liqueur
 2cl Malibu
 1cl Cointreau
 6cl pineapple juice



Замислете го ситното човече од овој филм како го пие коктелот и го повишува својот глас. Тоа едноставно не одговара. Овој коктел е именуван по зелената боја која ја има од ликерот од динја.

The Terminator

1.5cl Jagermeister
 1.5cl Southern Comfort

Сипете ги состојките во шот чаша.



The Blues Brothers

3cl Captain Morgan Parrot Bay coconut rum
 1.5cl Blue Curacao liqueur
 Red Bull energy drink
 Sprite



Наполнете ја чашата со мраз, додадете рум од кокос, Blue Curacao, наполнете ја чашата скоро до горе со Ред Бул, но оставете малку место и за Спрајт.

Овој коктел е навистина неверојатен. Микс на опуштено и супер кофеинско, нешто по што копнеш новата генерација. Кој би рекол дека мешањето на стимуланси и депресанти е толку забавно, но неможете да одите во шопинг центар после овој коктел.

Bad Boys

3cl Bacardi rum
 Кафен шеќер
 Нане
 Сода
 Лимет



Се подготвува како класичен Мохито коктел

BARevolution центарот за професионална обука на бармени од септември започнува со нова програма и нови курсеви. Во изминатите четири години преку 300 ученици ги имаат поминато курсевите за Бармени и работат позади бар во некои од нашите барови а повеќето од нив и надвор од нашата земја.

Бартендингот е професија која брзо се менува и секој ден се поставуваат нови повисоки стандарди со цел да се постави Барменот на ново ниво. Следејќи ги тие трендови одлучивме да ја обновиме и малку да ја променим програмата на веќе постоечките курсеви за обука на Бармени: Основен, Напреден и Миксологија, како и Флербартендинг курсевите.

Новина ќе бидат Бариста курсевите, како и повеќето еднодневни наменски курсеви на кои ќе се врши обука за одредени сегменти од барската работа.

Во делот на консалтинг услугите на BARevolution нудиме обука за работа на персонал за сите угостителски објекти, креирање на менија, поставување на стандарди за работа со кои ќе се подобри квалитетот на услугата и ќе се зголеми добивката во угостителските објекти. Новина се Team Building семинари за компаниите кои не се занимаваат со угостителска дејност кои преку обуката за припрема на коктели ќе ја запознаат забавната страна на професијата Бармен и воедно ќе ги подобрят меѓусебните односи во компанијата.

Бартендингот во светски размери постојано се развива и наша цел е да ги следиме тие стандарди и да ги донесеме во Македонија. Токму тоа е дел и од нашето име BARevolution, постојано да се развиваме и заедно да го подобриме угостителството во нашата земја.



Сите информации може да ги добите на нашата веб страница www.barevolution.mk или на тел: 078618872 и 077530093.

БАРеволюцИОн

Центар за Професионална Обука на Бармени

БАРеволюцИОн Центарот за Професионална Обука на Бармени е единственото место каде што може да ги научите техниките на Барската работа и да станете професионалец во истата.

Преку нашите курсеви: од основен до миксологија, како и флер курсевите може да се надоградувате до највисокото ниво во оваа професија. Со знаењето стекнато на нашите курсеви, може да работите како Бармен во било кој бар, на секаде низ светот.

Исто така нудиме и консултинг услуги и обука на персоналот, за било кој тип на угостителски објекти.

За сите оние кои се уште не се одлучиле која професија да ја одберат,

Бартендингот е единствената која ви овозможува солидна заработка и истовремено добра забава



www.barevolution.mk



GOOD

—



→ **GREAT**

KEEP WALKING
JOHNNIE WALKER 

Врбно од Македонија...попрвдено!



На најпрестижните светски натпревари во 2011 година освоивме:

International Wine Challenge, Лондон – Велика Британија
4 медали и 5 вина се препорачани поради своите единствени карактеристики и квалитетот од вкупно 10.000 вина од целиот свет.

Decanter 2011, Лондон – Велика Британија
4 медали и 6 вина се препорачани и пофалени поради својата уникатност од вкупно 12.200 вина.

Chardonnay du Monde 2011, Бургундија – Франција
Сребрен медал во конкуренција од 914 Chardonnay вина од 38 земји од светот.

Наградите и признанијата од овие натпреварувања ги одвојуваат вината на винарска визба Тиквеш како најнаградувани вина од Македонија, но и од поширокиот регион.



ТИКВЕШ

ВИНАРСКА ВИЗБА



ВИНО

Светот на виното

Моќта на резултатите од вински натпревари во издигнувањето и промоцијата на одредени вина или одредени вински региони најдобро може да се демонстрира преку Judgment of Paris, дегустацијата одржана на 24 Мај 1976 година во Париз во организација на Стивен Спуриер, британски трговец со вино, во која француски вински судии без да го знаат идентитетот на виното кое го дегустираат, оценувале француски и калифорниски вина и ги прогласиле калифорниските вина за победници во сите категории. Со овие резултати Калифорнија станува светски познат вински регион, наспроти дотогашното општоприфатено мислење дека најдобрите вина во светот се произведени во Франција.

Во исклучително голема глобална конкуренција, производителите на вино се борат за своето место на пазарот користејќи различни начини за приближување на своите производи до потрошувачите. Еден од начините да ги убедат во квалитетот на произведеното вино е користењето на наградите добиени на вински натпревари како објективна оценка за квалитетот на виното, која потекнува од непристрасен извор. Голем број земји имаат барем еден таков натпревар во кој еднаш во годината панел од експерти, докажани во винската индустрија, присуствуваат на дегустација на вино и даваат оценка и признанија за пријавените вина во различни категории. Токму големиот број на натпревари за вино придонесува на ваквата практика да се гледа со скептицизам во однос на вистинската вредност и тежина на добиените награди, но сепак во светот се издиференцираше мал број позначајни натпревари за вино со неприкосновено реноме.

Нивната репутација се темели на строгите процедури за организација на дегустацијата, како и на експертзата на судиите кои ги оценуваат вината пријавени на натпреварот. Овие натпревари имаат интернационален карактер и привлекуваат огромен

број на учесници, така што освен загарантираната објективност при оценувањето, силната конкуренција уште повеќе придонесува за значењето на добиената награда. Наградите претставуваат значајна референца за купувачите, репер за успехот на производителот на виното, како и индикатор за позицијата на виното во однос на останатите вина во светот.

Македонските винарници во остварувањето на своите амбиции за освојување на странските пазари, се повеќе земаат учество на влијателни вински натпревари и добиваат награди со кои се потврдува квалитетот на македонското вино. Предводник во овие напори е најголемата винарница во Македонија, Винарската визба Тиквеш, која на еден таков настан беше прогласена за еден од 30те водечки глобални вински брендови, како резултат на иновативниот пристап во создавањето на вредност за потрошувачите.

Меѓу престижните интернационални натпревари се:

International Wine Challenge е натпревар со исклучителен интегритет, а доделувањето на наградите се врши во конкуренција од преку 10 000 различни типови на вино. Панелот на судии го сочинуваат професионалци во индустријата за вино, многу од нив носители на титулата Master of Wine, а меѓу судиите се искусни новинари за вино, трговци, професори, консултанти, експерти, купувачи, сомелиери.

Chardonnay du Monde е натпревар на кој докажани француски оценувачи на вино еднаш годишно дегустираат вина произведени од сортата Шардоне. За производителите на вино овој натпревар е од особена важност затоа што се одржува во „татковината“ на сортата Шардоне и е огромен предизвик и сatisфакција да се добие медал токму од гордите Французи кои се сметаат за големи познавачи на оваа сорта.

London International Wine and Spirit Competition е натпревар во кој виното пред органолептичката дегустација оди на хемиска анализа како мерка со која се утврдува дека виното е технички здраво и дека ќе има идентичен квалитет кога ќе стигне до потрошувачите со оној кој го оценувале судиите при дегустацијата.

Меѓу влијателните вински натпревари на глобално ниво е и натпреварот кој го организира специјализираното списание за вино Decanter.

Decanter World Wine Awards е можеби највлијателната награда за комерцијалниот успех на одредени вина затоа што ја зема во предвид и цената на виното, така што наградата или препораката која виното ќе ја добие, навистина значи дека станува збор за извонреден квалитет во дадената ценовна категорија.

Можеби по примерот на Калифорнија, во иднина успехот на македонските винарници на овие натпревари ќе придонесе македонското вино да го земе притамот на друга земја позната по производството на вино.



*Врвни вина од срцето
на Италија!*

ANTINORI

26 Generazioni



ПИВО



Различност ВО СТИЛОВИ И ВКУСОВИ

Велика Британија - ПИВОТО КАКО АЛТЕРНАТИВА НА ЧАОТ

2
дел

Велика Британија е единствената земја во светот која го произведува единствениот и оригинален пивски стил кој се нарекува Реал Ale. Пиварството во Англија има долга и богата историја и поддржува многу различни стилови. На пазарот сепак доминираат 5 големи компании, заедно со уште петнаесетина помали регионални и независни пиварници. Кога на нив ќе се додадат и илјадниците микропиварници или мали семејни пивари кои произведуваат само за локалните пивски пабови се добива комплетна слика во различноста на стиловите.

Разлики во вкусовите и стиловите на пивото постојат од земја до земја. Пред неколку броеви зборувавме за германските пивски стилови. Овој број го посветуваме на британските и тута уште на почетокот се соочуваме со една терминолошка недоумица. Имено, во английскиот јазик постојат паралелно два поима, ale и beer, за кои, кај нас преводот е ист и се преведуваат како пиво. Но, сепак постои битна разлика. Многу одамна стариот поим на ejl означувал пиво без хмель, додека тоа со хмельот се нарекувало beer. До откако хмельот станал основна редовна состојка на пивото, такви разлики повеќе нема. Денес секој ejl е пиво, но секое пиво не е ejl.

Пишувач:

Марјан КОСТАДИНОВСКИ



Beershop

И во минатите текстови сме нагласувале дека континенталните пива, кои со едно име се нарекуваат и лагери, се разликуваат од островските пива со оглед на условите на ферментацијата на квасецот. Пивото од лагер тип ферментира на температура нешто повисока од нула, т.е. ниски температури, а квасецот ферментира на дното на смесата. Одовде доаѓа и името на пивото со долна ферментација. Ејлот е пиво кое ферментира на топло, на температура од 15-25 °C, и во него квасецот ферментира на врвот на смесата па се заедно се нарекува пиво со горно вриење. Ејлот е едно цело семејство на пива, но постојат и поединечни видови кои припаѓаат на тоа семејство. Двата основни вида во Англија се благ (mild) и горчлив (bitter) ејл. Првиот, обично означува помалку горчлив ејл и има низок процент на алкохол до (4%). Бiterите се на вкус погорки и во основа тие имаат повисок процент на алкохол. Точна и силна дефиниција како и рецепт на тие видови на пиво не може да се пронајде ниту во пивските прирачници, бидејќи се разликуваат во деталите од производител до производител. Освен споменатите два основни ејла постојат и други категоризации како на пример блед ејл (pale ale), темен (brown ale) и силен ејл (strong ale). Во

ова големо семејство на пива со горна ферментација припаѓаат и исклучително темните видови на портер и стоут (читај стари броеви). Исто така карактеристични за Островот. Островските пива се посиромашни со алкохол од континенталните и ретко кои имаат повеќе од 5 % алкохол. Додека често се и со помалку од 4 %. Температурата на која се служи пивото е повисока за разлика од онаа на која се навикнати конзументите од Европа па дури и од САД, каде за стандардно се смета добро изладено пиво.

ПАБОВИ

Пивото на Островот се пие во специјализиран простор кој се нарекува паб. Популарното име на таа "установа" е кратенка од синтагмата public house., што ако го преведеме буквално на македонски значи "јавна куќа", се разбира, не со тоа значење кое го има во нашиот јазик. Потеклото на овој поим се објаснува со фактот дека сопствениците на пабовите во минатото отварале дел од своите домови за јавност и конзумација на пиво. Пабовите се значи, гостилиници во кои луѓето се собираат и пијат пиво и се одвојуваат од друштвениот живот на некое место или градски кварт. Ги има многу, се случува и неколку да се наоѓаат на иста улица. Иако бројот им е во опаѓање, според податоците од 2009та година во Британија имало околу 53500 пабови. Многу се уредени, некои дури потекнуваат уште од 19-от век, од т.н. викторијански период. Но има и такви кои се стари и неколку векови, кои се наоѓаат во историски градби и самите по себе се споменици на културата. Такви пабови има дури 36 и тие се на пописот на заштитени споменици.

Во пабот најважен е шанкот од каде што се пие

точено пиво. Келнер обично и нема, па пивото се нарачува директно од шанк. Пиво какво што ќе посакате. Од жестоките пијалоци има многу видови на виски и цин, а исто така јаболковачата наречена cyder, вино од сите краеви на светот, безалкохолни пијалоци и чаеви. Без оглед на видот на пивото, во пабот исклучително се нарачува точено пиво, или draught beer. Тоа значи дека пивото во пабот се носи cask-conditioned, односно во буриња. Традиционално, тоа било нефилтрирано пиво со додаток на одредена количина на квасец во бурето, што овозможува секундарна ферментација, т.е. тоа останува живо и после напуштањето на пиварницата и дополнително се развива во бурето, па првата и последната источена чаша на пиво не мора да бидат со ист изглед и вкус. Порано постоело мислење дека најдобро пиво било тоа произведено во најблиската пиварница т.е. локалното пиво, тие финали денес се се помалку актуелни бидејќи наместо живо пиво од дрвени буриња се почесто се користи пиво од метално буре во кое пивото е под одреден притисок па сите истечени чаши се еднакви. Пабовите традиционално нудат и храна, но тоа не е правило. Обично се нуди за време на ручек. На точењето на пивото му се дава посебно значење. Секоја чаша е наточена до врвот и со посебно внимание. Една од островските пивски симболи е мерната единица на точено пиво, а тоа е пинтата. Кога се нарачува пиво се бара пинта а не чаша или кригла, која е со нешто поголема количина на течност за разлика од европските норми. Пинта пиво во Англија, а истото се однесува и на останатите делови од Обединетото Кралство и Ирска има количина од 568 мл пиво. Со тоа успеале да ја сочуват својата традиција. Имено, може да се нарча и пола пинта, но таквите нарачки се реткост.





Исто така треба да нагласиме дека британската пинта не е иста како и американската која е помала и изнесува 473 мл.

Карактеристичната ЧАША пинта е едноставна, висока е 15 см, во горниот дел е благо проширена, што го олеснува држењето во рака бидејќи нема рачка.

(CAMRA) КАМПАЊАТА ЗА ВИСТИНСКИОТ ЕЈЛ

Кампањата за Real Ale (CAMRA) е организирана од независна, доброволна организација за потрошувачите лоцирана во St Albans, Англија, чија основна цел е промоција на Real Ale, Real Cider и традиционалните Британски пабови. Таа сега е најголемата потрошувачка групација во Кралството и е еден од основачите на Европската Пивска Потрошувачка Унија (EBCU). Организацијата е формирана во 1971 година од група на четворица "пијачи" Грахам Лес, Бил Мелор, Мајкл Хардман и Џим Мејкин кои се противеле на масовното производство на пиво и хомогенизација на Британската пиварска индустрија. Други влијателни членови се Кристофер Хат- автор на книгата "Смртта на Англиските Пабови" кој го наследи Хардман како претседател, Френк Беили- автор на "Прирачник за пивопијците" и подоцна уредникот на "Добар Пивски Водич" Роџер Проц. Оригиналното име беше Кампања за Ревитализација на Ејлот.

КАМРА кампањата вклучува и промоција на бизнисот со малите пиварници и пабови, реформа на законите за лиценца, намалување на даночите за пиво, и стопирање на консолидацијата помеѓу локалните британски пиварници. Тие исто така прават обиди да се промовираат и поретки и помалку познати сорти на пиво, како традиционалните стотути и портери, сајдери (пијалок од ферментирана јabolка) и сл.

Во 2009 КАМРА бележи бројка од 100 000 членови. Од членарината добиваат месечен весник "What's Brewing", кварталниот "BEER" магазин и редуцирани цени на пивските фестивали во организација на КАМРА. Организирана е врз федерална основа, со бројни независни локални организации, кои покриваат одредена географска област на Велика Британија и соработуваат со централното тело на организацијата. Локалците се групирани во 16 подрачни единици. Го издаваат "Добар Водич на Пивото", годишен алманах за препорачани пабови и пиварници. Членовите исто така го добиваат и месечникот "Што е производството на пиво" и кварталното колор списание наречено едноставно "Пиво". Го формираа и Големиот Британски Пивски Фестивал кој традиционално се одржува во Лондон.

ЕДЕН ВЕК НА ПИВСКАТА ГАЈБА

Германците ја нарекуваат Getränkekiste или Kasten, во Швајцарија и во источна Германија, постои изразот Harass, во Баварија се нарекува Tragl, Англичаните го користат терминот crate и carrier, Чесите литературно ја викаат пиеправка, а говорно bedýnka. Кај нас се нарекува едноставно гајба. Имено, тој предмет го слави својот стоти роденден, и тоа таква каква што ја познаваме денес, иако гајби за пренесување на пиво имало и порано, се од крајот на 19тиот век, кога почнала модата на полнење пиво во стаклени шишиња, при што и се појавил проблем за нивно складирање и транспорт. Во Април 1911 чешкото списание Kvas пишувал за новоста која на пазарот ја лансирала виенската компанија J. A. John. Станувало збор за железна корпа, во која имало 30 шишиња пиво и која за разлика од досегашните дрвени гајби била далеку поотпорна, не барала никакви поправки а гајбите лесно се сложувале една на друга и лесно одржувале чисти. Значи првите гајби биле од дрво и биле со различни големини и форми, а кога пред еден век се појавила железната гајба, почнал нејзиниот вистински живот и бурен развој. Железото потоа брзо било заменето со лесен алюминиум, а денес се произведува исклучиво од пластика, прилагодена за транспорт и сложување до големи висини.

Стандардната пивска гајба има димензии 40 x 30 см и во неа собира 20 полилитарски шишиња. Се почесто пиварниците се зафаќаат и за нов формат на гајба за 11 шишиња со димензии 30x20 см. На една т.н. европалета собира 40 големи, односно 60 мали гајби. Палета со 40 гајби со по 20 полилитарски шишиња е тешка 800 кг.



ЕВОЛУЦИЈА НА ЛЕГЕНДАРНОТО ~ ШИШЕ И ЕТИКЕТА ~

Веројатно едно од најпрепознатливите пакувања, прикажано на речиси се, од маици до корици на книги, и присутно секаде, од концертни бини до филмско платно. За многумина, оваа препознатлива, коцкаста флаша и црно – белата етикета украсена со филигранска шара и симболот Old No. 7, зборува за независноста и непроменливиот квалитет.

“Исто како и вискито, легендарното шише Jack Daniel’s е производ на одредено време.”, вели Nelson Eddy, историчар на Jack Daniel’s. “Тоа полека старееше во текот на речиси 100-годишната историја и неодамна помина низ уште едно подмладување”. Таквиот процес е карактеристичен за начинот на кој што и самиот Jack Daniel , лично работел”.

Кога Jack Daniel ја отворил својата дестилерија во Lynchburg, Tennessee, далечната 1866-та година, своето виски го продавал во буриња и грниња.

Флаширањето на вискито дошло подоцна.

Конечно, да би го осигурил квалитетот на вискито кое го носеше неговото име, Jack Daniel одлучи да го флашира во самата дестилерија во Lynchburg.

Се до тоа време, купувачите и дистрибутерите купувале виски од дестилеријата и сами го флаширале, па шишињата од еден до друг дистрибутер се разликувале. Jack конечно одлучил дека неговото единствено виски заслужува и такво посебно шише со карактер. “Додека другите производители во тоа време своето виски го пакувале во округли шишиња, Jack Daniel сакал нешто посебно, поинакво”, објаснува Eddy.

После неколку посети на стакларијата на Алтон во Охајо, и испробување на безбројни примероци, Jack Daniel се одлучил за коцкасто шише. Тоа било едно од последните примероци кои му ги покажале, сомневајќи се дека некој би сакал да флашира виски во такво шише. А токму тоа му одговарало на Jack Daniel. Тој знаел дека неговото, со кумур омекнато виски, е поинакво и сакал шише со кое ке се отсликувал неговиот единствен карактер.

Тој исто така рекол, дека коцкастото шише зборува по нешто и за квалитетот на лубето кои го прават вискито во него. Тој во една пригода рекол “Коцкасто шише за коцкаст човек како мене”

1895-тата, Jack Daniel почнува да го флашира своето виски во коцкасто шише со елегантно грло - тоа била основата за шишето кое денеска го препознаваме како Jack Daniel 1895-та. Етикетата настанала нешто подоцна.

На преодот помеѓу двата века, коцкастото шише



Jack Daniel’s, добива етикета.

Точниот момент кога етикетата прв пат е ставена на шишето е непознат. Најстарите етикети и шишиња сведочат дека дизајнот датира од времето пред самата смрт на Jack Daniel, 1911 година. Многумина во Lynchburg веруваат дека внукот на Jack, Lem Motlow , наследник на дестилеријата бил тој кој ја печател црната етикета во знак на жалење за починатиот Jack. Денес речиси 100 години подоцна црната етикета е синоним за Jack Daniel’s Tennessee Whiskey.

Иако основните елементи на шишето, црната етикета , Old No. 7 и шарите останаа исти, самото шише помина низ разни промени низ времето. Г-динот Jack го почнал процесот на подобрување на пакувањето со премин од буре во грне, од грне на шише и конечно шише со хартиена етикета. Некое време вискито е флаширано и во кафеави и плави коцкасти шишиња. Далеку поретки се окружите шишиња со црна етикета кои се произведени кон крајот на 40-тите години од минатиот век, во време кога Lem Motlow сеуште бил одговорен за дестилеријата. Со тек на времето, како производството на стакло се подобрувало, некогаш стрмните работи на шишето станале уште покоцкасти.

Заоблените агли се додадени во 2001-та година со цел, целокупната појава на шишето да биде одраз на премиум карактерот кој се наоѓа во него. “Иако шишето и етикетата суштински не се менуваа имаше нивни мали усовршувања, вели Eddy. “Како и да е, суштината остана непроменета: етикетата е сеуште црна, шишето и понатаму е коцкасто, името Jack Daniel’s и Old NO.7 логото се и понатаму тука како и добро познатата шара.”

Напоредно со промената на стаклото, доаѓало и до промена на содржината на етикетата. Оригинално, црната етикета содржела само неколку зборови. На предната страна таа единствено вели “Jack Daniel’s Old No. 7 Pure Lincoln County Corn Whiskey, Jack Daniel, Lynchburg, Tenn.” Исто така содржела и податок за староста на вискито. За време на изминатите 100 години, на овие единствени зборови додадени се 29 зборови и фрази, вклучувајќи “Quality,” “Sour Mash,” “Lem Motlow” and “Pop. 361.”

“ По многу што, етикетата на овогодишните шишиња ќе биде поблиска до оригиналната претставена пред речиси 100 години.”, вели Eddy. “ Таа тежи кон враќање кон единственоста и чистиот изглед на шишето”



~ BOTTLE ~
EVOLUTION



Your friends at Jack Daniel's remind you to drink responsibly.
JACK DANIEL'S and OLD NO. 7 are registered trademarks.
©2007 Jack Daniel's. Come visit us at www.jackdaniels.com



здравје



ПРОДУКТИ ЗА ЗДРАВЈЕТО НА УСТАТА И ЗАБИТЕ

Пишувача:

Д-р Радмила ДИМОВСКА, МСц

Специјалист по ортодонција, лазерска стоматологија и anti-aging



Природни Продукти за нега и здравје на уста и заби на список ги нема многу, но имаат предност бидејќи се лесно достапни и ги има насекаде.

Тие делуваат лековито и благотворно и внесувајќи ги, ние ги штитиме забите, устата и целиот дигестивен систем

Чај



Пиењето чај помага во спречувањето на кариес и пародентоза. Исклучиво корисен е црниот чај, бидејќи ја мие бактеријата која предизвикува создавање плак. Всушност, чајот ја ограничува

можноста ензимите да го претвораат шеќерот во леплив слој на забите, кој претставува основа за настанување на плакот.

Јогурт



Јогрутот (без додаток на шеќер) го намалува бројот на бактерии кои предизвикуваат лош здив устата, пропаѓање на забите и болести на непцата. Ова е утврдено после шестмесечно истражување, во кое испитаниците секој ден конзумирале јогурт. Со специфични мерења е утврдено дека нивото на хидроген - сулфид, кој е главниот предизвикувач на лошиот здив, е намален за 80 %, а во добра мера е намалено и нивото на забниот плак, како и појавата на гингивитис, односно воспалени непца.

Суво Грозје



Истражувањата покажале дека фитохемикалиите во сувото грозје го сузбиваат развојот на неколку видови на бактерии, кои се причинители на кариесот и болестите на непцата . Од друга страна , присуството на олеинската киселина го блокира создавањето на забните наслаги и појавувањето на плак .

Цимет

Овој зacin и неговото есенцијално масло исто така ги уништуваат патогените бактерии, кои се создаваат во устата,



посебно оние кои го произведуваат хидроген - сулфидот, причинителот на лошиот здив. Во отстранувањето на плакот и кариесот,

добри резултати се постигнуваат и со мастиките за цвакање со цимет, како и пиењето чај со оваа зacinска билка .

Кора од магнолии



Поточно екстрактите од кората на магнолијата, кои се наоѓаат во мастиките за цвакање или во пепермитот, ги уништуваат бактериите причинители на лошиот здив. Иако повеќето бомбони со нане го прикриваат непријатниот мирис, само оние кои содржат екстракт од кората на магнолија уништуваат повеќе од 61% на микроорганизми за половина час како и бактериите кои доведуваат до појава на кариес.

Сирење , пилешко и ореви



Оваа група продукти обезбедува калциум и фосфор, минерали важни за квалитетот и здравјето на забите . Овие елементи се неопходни за ревитализација на забната глеј која ја оштетиле одредени киселини од храната која ја внесуваме.

Можеби звучи чудно, но и млекото е чистач на устата и забите затоа што обезбедува калциум кој е неопходен за реминерализацијата на забите .

ПРОДУКТИ КОИ ИМ ШТЕТАТ НА ЗАБИТЕ

Карамели и лижавчиња

Карамелите и лижавчињата повеќе им штетат на забите отколку чоколадата. Карамелите и сличните бомбони се лепат за забите, се сврзуваат со бактериите во устата и создаваат киселини кои потоа ја напаѓаат и оштетуваат забната глеј. Ситуацијата се влошува доколку јадете карамели на секој половина час, бидејќи на овој начин балансот на киселоста во устата не може да се поврати сам од себе. На овој начин почнува да се создава кариес.



Шеќер

Забите не се расипуваат од нивото на шеќер што се конзумира, туку од начинот на кој што се внесувата во организмот. Најдобро е да се конзумира слатко после оброците, кога устата лачи поголемо количество на плунка. Плунката ги неутрализира лошите киселини по природен пат и ги чисти забите од остатоците од храна. Добра идеја е исто така да се намали количината на слатки што се конзумираат во текот на денот. На овој начин се избегнуваат проблемите со забите.



Доколку конзумирате ужина со високо ниво на шеќер, обидете се со следниве трикови за да ги заштитите забите од штетното влијание на шеќерот.

После ужината исплакнете ја устата со вода, изедете мало парче кашкавал или цвакајте гума за цвакање без шеќер. Калциумот од кашкавалот ги надополнува минералите уништени од киселината која ја создаваат бактериите и ја враќа бактериската рамнотежа во устата. Од друга страна, гумата за цвакање го стимулира протокот на плунка. Доколку пиете газиран пијалок, користете џевче за пиење. На овој начин шеќерот потешко допира до забите.



За забите е најдобро е да се пие обична вода или млеко. Кафето и чајот ги обезбојуваат забите и ја сушат устата. Пијалоците со високо ниво на кофеин ја неутрализираат плунката и таа не може да излезе на крај со кариесот. Киселите овошни сокови, како што е сокот од портокал, можат исто така да им наштетат на забите. Проблемот настанува бидејќи овие сокови го пореметуваат киселиот баланс во устата, при што страда забната глеј. За да не дојде до оштетување на забите, треба да се почека ба-рем еден час од конзумирањето на кисела храна или пијалок за да се исчештаат забите.

Совети за создавање добри навики на исхрана (составен дел од грижата за здравје на устата):

- Обидете се да конзумирате помалку храна богата со шеќери и киселини, како бонбони, чоколадо, цем, разни сочни десерти, лимон, итн.
- Обидете се да конзумирате помалку газирани пијалоци, бидејќи се штетни за забите.
- Избегнувајте тврда храна и не ги користете забите за кршење ореви и друга тврда зрнеста храна.
- Избегнувајте ги ужините помеѓу главните оброци, бидејќи колку повеќе грицките, толку е поголем ризикот за појава на кариес и други заболувања на забите.
- Доколку не можете да се откажете од ужините и грицките, грицкајте свежо овошје и зеленчук.
- Доколку се справувате со дадено нарушување во исхраната, информирајте се како да ги заштитите забите.
- Обидете се да го збогатите дневното мени со свеж зеленчук, бобинки, леб и переалии, кашкавал, млеко и јогурт, месо, риба, печурки и друг вид храна богата со протеин и ксилитол.
- На крајот, плакнете ја устата со водичка за уста или обична вода за пиење после секој оброк или ужина.

Оsvежете го вашето лице

ЧЕЛНИ ЛИНИИ

Предизвикани од: изложеност на сонце и при зачестена мускулна активност.
Избришано од: Ботокс®; хемиски пилинг; микродермоабразија.

ОЧНИ КЕСИЧКИ/ТЕМНИ КРУГОВИ

Предизвикани од: изложеност на сонце, лоша дренажа, токсини, процес на стареење, диета, пушчење, алкохол, животен стил.
Избришано од: мезотерапија, маска за очи, козметички крем за очи што исто така има медицинско дејство.

ПАТКИНИ НОЗЕ

Предизвикани од: изложеност на сонце, смеење, мижуркање, пушчење, лоша нега на кожата, дехидратација.
Избришано од: лазерска терапија, Ботокс®, филери.

НАЗОЛАБИЈАЛНИ БРАЗДИ-ЛИНИИ НА СМЕА

Предизвикани од: гримаси, спиење само на една одредена страна, брзи диети, изложеност на сонце.
Избришано од: филери, Sculptra™.

ГЛАБЕЛАРНИ ЛИНИИ

Предизвикани од: мижуркање, гримаси, изложеност на сонце.
Избришано од: Ботокс®, хемиски пилинг, медицинска, микродермоабразија.

УМОРНА КОЖА

Предизвикани од: изложеност на сонце, пушчење, алкохол, дехидрација, диета, животен стил
Избришано од: мезотерапија; Restylane Vital®; козметички режим за нега на кожата што исто така има медицинско дејство; хемиски пилинг.

ДАМКИ И АКНИ

Предизвикани од: минати проблеми со акни, несоодветна нега на кожата
Избришано од: хемиски пилинг, микродермоабразија, козметички режим за нега на кожата што исто така има медицинско дејство

ПАДНАТИ ВЕЃИ

Предизвикани од: изложеност на сонце; мижуркање;
Избришано од: Ботокс®, филери.

ЛИНИИ ОКОЛУ УСТАТА

Предизвикани од: гримаси, спиење само на една, одредена страна, брзи диети, изложеност на сонце.
Избришано од: Ботокс® и дермални филери.

ГУБЕЊЕ НА ТОНУСОТ НА КОЖАТА

Предизвикани од: процесот на стареење.
Избришано од: Sculptra™; мезотерапија.

ДАМКИ И АКНИ

Предизвикани од: минати проблеми со акни, несоодветна нега на кожата.
Избришано од: хемиски пилинг, микродермоабразија, козметички режим за нега на кожата што исто така има медицинско дејство.

БУРЈАК		ВИД УГОСТИТЕЛСКИ ОБЈЕКТ КОј ВКЛУЧУВААТ И ЗАБАВНА ПРОГРАМА	ОБЕЗБЕДЕН ТРАЕН ИЛИ ГОДИШЕН ПРИХОД ВО ВИД НА ПЛАТА ИЛИ ИМОТ	КОРЕКТЕН ПРИСТОЕН И ПОШТЕН (АНГЛ)	ЕРБИУМ	ВЕНЕЦИЈАНСКИ СЛИКАР ВАЧЕЛИ 1490-1576	МОРАЛ	ВОДНО ЖИВОТНО	ЕКС ЈУ ПЕЈАЧ ПАТИЕРА	ЈОД	ГОРЧЛИВ ЛИКЕР
ВИД УГОСТИТЕЛСКИ ОБЈЕКТ											
ПИЈАЛОК КОЈ СЕ ПИЕ ПРЕД ЈАДЕЊЕ ЗА ОТВАРАЊЕ АПЕТИТ									МЕТАР ПОЗАДИ, ВРАТИСЕ		
ВИД УГОСТИТЕЛСКИ ОБЈЕКТ				ХРВАТСКИ КОШАРКАРСКИ КЛУБ ПОКАЗНА ЗАМЕНКА							
МЕАНА, ГОСТИНИЦА СО ПРЕНОКИШТЕ			“БИВШ” СОК ОД ТИКВЕШ КАВАДАРЦИ ЈОГУРТ ОД ГАБИ						ЗЕМЈИШНА МЕРКА ПАМЕТЕН		
ВИД ДОМАШЕН АЛКОХОЛЕН ПИЈАЛОК							ГРЧКА РАКИЈА ЕДНОВАЛЕНТЕН РАИКАЛ СОЕДИНУВА СО АЛКОХОЛ				
МАЛЕЖ (НАГАЛЕНО)				АМПЕР ВО (ЛАТИНСКИ)		ГЛУМИЦАТА ТОМСОН ЈАВНИЙ ПРАВОБЕРНИТЕЛ МЕМЕТИ				РАЗУМ, УМ СПОСОБНОСТ ЗА РАСПОЗНАВАЊЕ	
БАР КОД	СРОДНОСТИ СЛИЧНОСТИ ВИД ИТАЛИЈАНСКА КРЧМА, МЕАНА										
ТОН	ИЛИЈА НАЈДОСКИ ВИД АЛКОХОЛЕН ПИЈАЛОК			ИРСКА РАКИЈА СПЕЦИЈАЛЕН МАГАЗИН ЗА УГОСТИТЕЛСТВО					МЕГУНАРОДНА КРАТЕНКА ЗА СЕВЕР ЗЕМЈИШНА МЕРА (МН)		
ГРАД И ПРИСТАНИШТЕ ВО ФРАНЦИЈА			СОЗДАВАЧОТ НА ТЕЛЕФОННИТ ГРАХАМ БИТОЛСКА МААЛА					КОЊ (ТУР) КИОСК, УЛИЧЕН ДУКАН			
ВАСИЛ ИЉОСКИ			ЈУГОСЛОВНЕ СКИ АЕРО ТРАНСПОРТ ТЕМПЕРАТУРА				ТРИ (ИТАЛ) 4 И 16 БУКВА				
КОМПЈУТЕРСКИ ПОИМ ТАСТЕР СО КОЈ СЕ ПОТВРДУВА КОМАНДА					СКАРА (АНГЛ) Ж. ИМЕ ОД ПЕСНАТА НА ШЕРБЕЦИЈА “НЕ ДАЈ СЕ...”						
ГРЧКА БУКВА		МАЈМУНЧЕТО НА ТАРЗАН БРИТАНСКИ УГОСТИТЕЛСКИ ОБЈЕКТ							ЕЛЕКТРОН ВИД “ЧОРБА”		
ЗНАК ЗА ЏУНТ ВО ФИЗИКАТА	ШАХОВСКА ФИГУРА ВИД РАКИЈА					ФУДБАЛСКИ ШКОЛСКИ КЛУБ ВИД РУСКО ВОЗИЛО					
ТУРСКИ ВЕЛИКОДОСТОНИК, БЕГ	Р.Б.П РАКИЈА ОД ШЕКЕРНА ТРСКА		ПРЕСТАП, ЗЛОЧИН (ПРАВНИЧКИ) КОМАТИ ГИБАНИЦИ		ЈАПОНСКИ АЛКОХОЛЕН ПИЈАЛОК ЈАПОНСКА ВАЛУТА				АРХАИЧНО (СКРАТЕНО)		
БАР КОД						ОТМЕНА ЖЕНА КОЈА ДРЖИ ДО СЕБЕ НАША НЕГАЦИЈА					
ЕГИПЕТСКИ БОГ НА СОНЦЕТО АМОН		ИЛИЈА ЈОРГО АВТО ТРАНСПОРТ									
НАСОЧЕНА УСМЕРЕНА ПРАТЕНА								БРОЈ ЦЕЛЗИУС			
ПРЕДПЛАДНЕВНА ЗАБАВА						СМЕТКА РАЧУН (ГЕР)					



THE SOUND OF SUMMER



COLOSSEUM
SUMMER CLUB



BACARDÍ®
TOGETHER

THE ORIGINAL
BACARDÍ®
MOJITO



THE ORIGINAL
BACARDÍ®
CUBA LIBRE



ENJOY TOGETHER RESPONSIBLY

©2011 Bacardi and the Bat Device are registered trademarks of Bacardi & Company Limited.