

bar code

СПЕЦИЈАЛИЗИРАН МАГАЗИН ЗА УГОСТИТЕЛСТВО

ФЕБРУАРИ/МАРТ 2012

БЕСПЛАТЕН ПРИМЕРОК

CROSS CULTURAL

“КОГА СЕ ЈАДЕ
НЕ СЕ ЗБОРУВА!”
И НЕКОИ ДРУГИ РАБОТИ
КОИ НЕ СЕ ЗА НА АСТАЛ

CAFÉ ЛИНГВИСТИКА

ИМИЊАТА НА МАКЕДОНСКИТЕ
УГОСТИТЕЛСКИ ОБЈЕКТИ
ДОБРА ШЕГА ИЛИ СЕРИОЗЕН
СТАВ НА УГОСТИТЕЛИТЕ

КАФЕ

TIPS & TRICKS
FOR PERFECT ESPRESSO

MAN'S STYLE

ПРОФЕСИИ И СТИЛ

ГАСТРОНОМИЈА

SEA FOOD

BACK TO BASICS

MISE EN PLACE

www.fb.me/BarcodeMagazine



www.barcode.com.mk



Бела Вода црвено вино

Квалитетот доби светско признание!

Пристигна уште една потврда за квалитетот на вината на Тиквеш!

Ги одбравме најдобрите лозови насади, внимателно се грижевме за секој грозд и со љубов, трпение и многу емоции го создадовме нашето најдобро вино. Создадовме квалитет кој го освои светот.

Бела Вода црвено вино, беше оценето со неверојатни 94 поени, што го вбројува во редот на највисоко оценети вина во светот. Големината на ова признание е во исклучително високата оценка која и најдобрите светски винарници ретко ја добиваат. Дури и винарниците од Бордо кои поседуваат совршени услови за создавање врвно вино, добивањето вакво признание еднаш во десетлетието го сметаат за извонредно достигнување.

Тиквеш покажа дека и Македонија може да направи врвно вино. Успехот е уште поголем бидејќи оценувањето го изврши најпознатиот и најценет светски вински критичар Роберт Паркер.

Тој изјави: „Подготвувајќи ја извештајот за Јужна Рона, дејствујќи неколку вина за кои вреди да се зборува. Две извонредни вина од Македонија: Барово на винарница Тиквеш направен од вранец и краштица, сериозно бојано вино, комплексно и зрело на кое му треба стареење. И виното за кое дават неверојатни 94 поени, Бела Вода црвено вино на винарница Тиквеш, а добиено од вранец.“

Бела Вода црвено вино е вино кое дефинитивно вреди да се проба!“

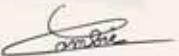
Среќни сме што сиот труд и љубов кои ги вложивме во создавањето на ова вино ја доби заслужената награда – вино со светски квалитет!

Продолжуваме и понатаму со љубов и посветеност да создаваме вина кои возбудуваат!

Тиквеш

Crno grozje beras
so noze bosi go gaz
vino crno kje se pi
magija so bosi noze f





the winemaker Philippe Cambie



~ 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

СОДРЖИНА

- | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>08 Cross cultural
“Кога се јаде не се зборува” и некои други работи кои не се за на астал</p> <p>12 Кафе лингвистика
Имињата на македонските угостителски објекти</p> <p>18 Behind the bar
Рум</p> <p>26 Behind the bar
Коктел трендови во 2012</p> <p>30 Man's style
Професии и стил 2</p> <p>32 Гастрономија
Sea food</p> <p>36 Кафе
Tips & tricks for perfect espresso</p> <p>38 Бифе носталгија
Паркур за среднове</p> <p>42 Back to basics
Mise en place</p> | <p>44 Bubbly
Француско или светско ужибање Шампањ</p> <p>46 Пиво
Секој прави пиво</p> <p>50 Само за вашите уши
Музиката во баровите</p> <p>53 Lifestyle
Што сака да јаде вашата кожа?</p> <p>58 Stilssimo
Made in Italy или Made in P.R.C.?</p> <p>69 Време е за...
Осврт кон изложбата на Филип Фидановски</p> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|





УВОДНИК

Бар импресум

ИЗДАВАЧ

BAR CODE Скопје

АДРЕСА

Франклин Рузвелт бр. 14,
1000 Скопје

ГЛАВЕН И ОДГОВОРЕН УРЕДНИК

Радмила Павловска

РЕДАКЦИЈА И СОРАБОТНИЦИ

Бујар Муча
Дарко Ангелески
Филип Арнаудов
Игор Пачемски
Маријан Костадиновски
Радмила Павловска
Ангела Стефановска
Матео Барбароса
Радмила Димовска
Цаци Паковска
Миа Костовска
Вангел Бурјаковски
Andrej Kiselechki
Николина Стојанова
Анета Коробкина
Аријана Коскарова
Синиша Станковиќ
Милена Арсовска
Филип Фидановски

ГРАФИЧКА ПОДГОТОВКА И ПЕЧАТ
арс ЛАМИНА, Скопје

wwwbarcode.com.mk
info@barcode.com.mk

Предвидувачите најавија дека 2012 година ќе биде тешка за сите, а особено за угостителите. Се сложувам со оваа констатација, но не дозволувам да ме депримира. Сакам да пронајдам нешто добро во сето тоа. Ако кaj Кинезите зборот за криза и за можност е еден ист збор, верувам дека и од оваа најавена криза може да излезе нешто добро. Можеби на пазарот ќе останат само квалитетните, можеби потрошувачите ќе почнат повеќе да ги ценат своите пари, па ќе бараат поголем квалитет за истите и со тоа ќе го подигнат нивото на услугата, кој знае... Најлошото што може да ни се случи е да западнеме во колективна психологија дека е се лошо и да го започнеме тркалото на движење од лошо кон полошо. А склони сме кон тоа, не велам не. Знаеме да бидеме задоволни со малку, да ни прогаќаме, и при тоа, што е најстрашно да си го губиме достоинството. Немам намера да осудувам, но за жал почетоците на ваквата масовна куку - леле и дај - што - даваш психологија почнав да ги забележувам околу мене. Па дајте ќе ве молам, ако веќе сте отишле во ноќен клуб, не нарачувајте узо на шанк, ако веќе сте излегле еднаш во месец дена, барем дотерајте се како што треба, ако сте се орасположиле после две три чашки, не му виснувајте на ди цејот и не го замарајте да ви ја пушти, ама баш вашата песна која патем речено, ниту одговара на атмосфера, ниту некој освен вас, ја знае во локалот... и така натаму...

Ова е и најмалку од она што го забележувам, но не сакам да продолжам со лоши примери.

Што сакам да кажам... Кризи постојат и ќе постојат. Прашањето е кој како се справува со тоа. Достоинството и големината на лубето се потенцира, а и се зголемува токму во тие моменти. Не си дозволувајте потешките моменти да избришат се што до сега е постигнато како ниво во нашето угостителство и начин на социјално живеење. Не, не, не сум размазена - на лубето да им нудам да јадат колачи ако немаат леб (читај - да нарачуваат шампањско ако немаат ниту за пиво), само сакам да ви укажам на фактот дека постојат многу паметни, духовити и достоинствени начини лубето да ги поминат тешките моменти. Во линија на ова размислување - ви соопштувам дека Бар Код никогаш нема да се приклучи кон гореспоменатите расположенија и никогаш нема да ве оправда, ниту како угостители, ниту како гости ако барате оправдание за било што, што е под стандардите и нивоата за кои се бориме, евве веќе пет години. Кај нас ќе може да најдете само ентузијазам, оптимизам и мноштво на убави идеи кои ќе ви го разубават животот. Се надевам дека се разбравме!

Contributors



Анчела Стефановска и Маттео Барбароса

Скопско/италијански кафе-група со невиден ентузијазам да ја прошират кафе културата во сите угостителски објекти во земјава. Исклени бармени и баристи во Италија со дипломи и сертификати добиени од ИНЕИ (Национален Институт за Италијанско Еспресо), но и значајно работно искуство, денес се увозници и дистрибутери на престижното италијанско еспресо кафе Attibassi преку својата фирма Инекс И.Т. Скопје



Andrej Kiselicchi

Сомелие, Готовач ... Непоправлив Винско-Гурмански ентузијаст, на кого ентузијазмот му преминува во опсесија па потоа во професија... Еден од основачите на првиот најменски, вински ресторант кај нас, а воедно и еден од основоположниците на винскиот угостителски тренд. Промотор и реализатор на трендот Food & Wine панинг во угостителството кај нас. Присуство и учество во организација на голем број вински дегустации, од кои повеќето за нови брендови или стилови на вино со посебен акцент на нивно вистинско презентирање и доближување до потенцијалниот потрошувач.



Анета Коробкина, дописник од Москва

Високо образован и искусен професионалец во областа на угостителството, хотелиерството и туризмот. Генерален менаџер и основач на СЕК Хоспиталити Тренинг и Консалтинг. Магистерската диплома ја има добиено како почесен студент на Универзитетот "С. Ritz" во Швајцарија, еден од десетте светски топ реномирани универзитети во оваа област. Работното искуство го стекнува во различни земји низ светот (Македонија, Турција, САД, Швајцарија, Русија и Индија) на различни позиции како што се: консултант, сервис тренер, кетеринг менаџер, менаџер на ресторант, ивент менаџер, келнер, администратор и туристички консултант.



Аријана Коскарова, дописник од САД

Издавач на електронската публикација 101 коктел. Студент на Универзитетот за туризам и менаџмент и на Филолошкиот Факултет Блаце Конески, моментално на работен престој во САД, добитник на Certificate of appreciation од Белата Кука за професионализам за време на нивниот хотелски престој за овогодинешниот одмор на претседателот Обама.



Бујар Муча

Познат критизер на се и сешто, не штедејќи се притоа себе си. Нескромно еден од најдобрите готвачи-аматери во Скопје. Професионален излегувач во град, моментално во куќен притвор по своја волја. Роден во Скопје во чесно граѓанско семејство. Архитект кој непрекинато работи како проектант во своето партнёрско студио Мегарон во Скопје, но и автор и коавтор на над 100 проекти во Македонија и во странство. Активно се бави со филмска и театралска сценографија кај нас и во светот, меѓу другото и на филмот Балкан-кан.



Вангел Бурјак

Енigmatisчар во него би рекол дека ако место оружја вкрстуваме зборови не би имало војни... Хумористот би рекол дека ако повеќе се смееме повеќе ќе живееме... Карикатуристот ведро го потсеќа на сите наши аномалии... Но, економистот во него вели дека сепак за да живее духовното, мора да постои материјалното...



Игор Пачемски, дописник од Лондон

Магистер по хемија едуциран во Велика Британија кој моментално работи како македонски креатор на марката на долна облека Yes Master која е една од најуспешните млади брендови во светот. Марката се продава во Велика Британија, Америка, Белгија, Холандија, Италија, Шпанија, Австралија и Јапонија. Игор соработувал со Ким Кардашијан, Дејзи Лоу, Скарлет Џохансен, Кира Најтли, Шарлин Спитери, Кортни Лове, Викторија Бекам... Неуморен ловец на сите нови трендови во угостителството во Лондон, редовен посетител на Хај Енд локалите и готов на кој и Џејми Оливер му симнува капа.



Маријан Костадиновски

По долгогодишно работење по електронските и печатени медиуми (Форум, Град, Урбан Магазин, Студентски Збор, Електронски весник "Секој Ден",

Студентско Радио, Канал 103, и Радио Равел) како новинар и музички соработник, во 2005 ја отвора првата специјализирана продавница за пиво во Македонија и со тоа да го носи пивскиот вкус на Европа и светот во Македонија. Од 2007 година, редовно со своите текстови во Бар Код се обидува малку и да едуцира, а од 2008 г е редовен учесник и на Пиволенд единствената пивска манифестација во Скопје. Повремено пушта музика и по одредени скопски локали. Позитивен атеист со возачка дозвола од Б категорија, регулирана воена обврска и личен профил на фејсбук, со лозинка *****.



Милена Арсова

Магистер по меѓународно право, долгогодишен работник во областа на Европски интеграции ангажирана преку УНДП во Владата на РМ. Како таква, редовно излегува на балкон да провери дали Македонија влегла во НАТО и ЕУ. Очигледно е дека има најмалку професионални допирни точки со угостителството, но ако треба да избереме дописник кој е од другата страна на приказната тоа е дефинитивно Милена. Има најдобар талент во уникатно свој стил да ги елаборира стандардите на угостителство, да критикува со аргументи и да сугерира промени кои звучат лесни како песна. За себе вели дека има уште неколку работи да заврши во овој живот за потоа да стане сопственик на ресторан. Кога ја читаме, сфаќаме дека соништата се оправдани. Меѓу другото, блондинка и многу добар човек!



Николина Стојанова

Преведувач во процес на подготовка на докторат од областа на компаративната книжевност, но пред се љубител на музика изложби и секакви други настани кои го прават Скопје урбано место за живеење. Стрелец со Водолија.. неуморен урбан скитач по улици... љубител на шанкови



Радмила Димовска

Доктор кој прв дипломирал во во својата генерација со највисок просек, со завршена специјализација по ортодонција и магистериум од областа на мултидисциплинарниот менажмент на расцепите, докторат кој следи, објавени над 100 трудови, студиски престои и обуки низ целиот свет, навлегува и во тајните на anti-aging

медицината, естетиката и ласерската стоматологија. Пишува за Bar Code, Нова Македонија, COSMO, Бебе магазин, 24 часа здравје... Член е на деловниот совет при универзитетот American Colledge Skopje, АДА- американската асоцијација на стоматолози, Светското здружение за анти-агинг медицина, Европското здружение на ортодонти итн... Член е Ротари клубот Камен Мост-Скопје. Работи во приватната стоматолошка ординација "КРУНА МС" успешно балансирајќи меѓу четирите најважни потреби: да живееш, да сакаш, да учиш и да оставиш трага.



Синиша Станковиќ

Постземјотресен Скопјанец, маалски човек, (за)пишувач..., за леб (читај: ќебапи & пиво) заработка како новинар, а во паузите напишал неколку книги. ("Тренирани сништа", раскази, "Мисирков", 1987, "Чашкомет" роман, "Матица македонска", 1997, "Земја на искривени огледала," есеи, "Матица македонска", 1998, "Балкански дневник" есеи, "Мисла", 2001, "Лица и опачини" интервјуа, "Култура", 2005 и Маалски прикаски, колумни, Прајм инфо, 2007). ..Зависник од носталгијата ..



Филип Арнаудов

Еден од основачите на Здружението на Бармени на Македонија и потпретседател на истото. Основач и инструктор во BARevolution Центарот за Обука на Бармени. Еден од основачите на Cock-tail Room првиот Mixology Bar во Македонија. Организатор на сите досегашни првенства на Бармени во Македонија, ЗБМ Барменска Лига 2010 и 2011, Vа-cardi Macedonia Flair Open 2011. Меѓународен судија на повеќе класични натпревари на Бармени како и на флертендинг натпревари. Учесник на повеќе меѓународни натпревари во класично спремање на коктели и во флертендинг. Победник на првиот Marie Brizard Cup во Македонија 2010 и учесник на Светскиот Marie Brizard Cup 2010 во Бордо Франција. Креатор на првиот Македонски коктел Белегзија.



Цаци Паковска

Уште еден неуморен критичар на се што нема стил во земјава. Со долгогодишно искуство по медиумите, од 2010 храбро настапува на македонскиот моден пазар со лансирање на сопствена модна марка- Стилисими. Претходно, на неколку наврати со своите пионерски чекори во модниот бизнис се покажала и како успешен бизнисмен.

Кога се јаде не се зборува! и некои други работи кои не се за на астал

“Кога се јаде не се зборува!” Така велеше дедо ми па после таа декадентна изјава секогаш преостанува само звуците на есцајгот, срканье на супа од коска и евентуално баба ми да принесе ракија ако тоа веќе го испуштила. Никогаш не ми беше јасно, зошто кога се јаде не се зборува?! Религиозните причини веднаш ги исклучувам бидејќи гospод не беше многу близок другар во повеќето наши домови (логично кога поблизок ни беше еден друг другар со очила и жена Јованка). Втора причина на која помислував е дека има веројатност да ни залетне во грло пашканат од супата и трета, дека не дај боже (односно не дај другар) ќе си кажеме нешто што не треба. Од тогаш минаа дваесетина години, се воведе парламентарна демократија, едношалтерски систем и триумфална порта, но мене се уште не ми е јасно зошто кога се јаде не се зборува.

Моето објаснување е поврзано со системските вредности на едно време. Наместо социолошките објаснувања на Маркс и Енгелс кои совршено го елаборираа овој, од нив втемелен систем на “другари и другарки”, ќе илустрирам со ликовите и делата на Драгиша Попадич од “Бољи Живот” и таткото Веселин од “Варљиво Лето 68ма”. Тие беа симболични херои на тоа време, вистински автократски глави на семејствата. Имаа кошула, мустаќи, работа во “предузеке”, редовна плата на први, членство во синдикат, секретарка за швалерка и обратно, одмор на море, Yassa тренерки, пењаар, телевизор во

Пишува:
М-р М. Арсова



боја, бормашина, ручек во три, две деца, хронична нервоза, го имаа последниот збор и секогаш велеа “Кога се јаде не се зборува”.

Ова беше еден совршен пример за обичај кој е резултат на одредени социјални контексти. Без оглед на тоа колку храбро чекориме кон унифицираноста на глобализмот, идеолошките и културните разлики се уште влијаат на многу аспекти од нашето живеење и како такви го прават подиверзивно и поинтересно. Храната како социјален обред е одличен примерок за културен релативизам.

Верувале или не, познатиот германски протестантски реформатор Мартин Лутер изјавил “Warum pfurzet und ruelpset ihr nicht, hat es euch nicht geschmecket? Или во превод “Зошто не подигнате, зарем не ви се допадна оброкот?”.

Денес оваа појава е сосема неприфатлива во некои од западните цивилизации, но истовремено во некои делови на Турција, Германија и северните држави на САД се смета за комплимент. Замислете колку би било сурово да ги побркate овие стереотипи?! Дали знаете дека Јапонците ретко велат “Не” или пак дека традиционалните оброци во Кенија се јадат исклучиво со лева рака? Недостатокот на познавање на културните кодови на однесување може да доведе до недоразбирање, а истото е исклучително важно кога сакате да покажете почит кон пријател, соговорник или деловен соработник од друга култура.

NESCAFÉ®

Верен пријател на секое добро дружење

НОВО ПАКУВАЊЕ ЗА ВАШЕТО КАФУЛЕ

(цврста амбалажа ● ја задржува аромата ● полесно се складира)



 **Nestlē**
PROFESSIONAL®



Бесплатен инфо број: 0800 00 200 • www.nestle.mk
Овластен дистрибутер: Хорека Дистрибуција дооел, тел. 02 / 31 73 644

Културните разлики се евидентни во повеќе сегменти од нашите различни животи, но можеби највпечатливи се оние кои се манифестираат за време на оброците. Подолу се неколку корисни примери:

Јапонија

Никогаш не ги забодувајте стапчињата во полна чинија со ориз. Така се служи ориз на погреби

Огромна грешка ќе направите доколку наздравите со американскиот израз за "на здравје" - "chin chin", бидејќи истиот на јапонски јазик значи машки полов орган

Почесниот гостин е седнат во централниот дел на масата и треба да е најдалеку од вратата. Тој го започнува оброкот

Најдобро би било доколку веќе знаете да ги користите стапчињата. Немојте да покажувате со нив кон некого или пак да се обидувате да ја дробите храната со нив. Кога правите пауза, оставете ги

Никогаш не подавајте храна на другиот со истите стапчиња со кои јадете. Барем превртете ги од другата страна

Атмосферата е тивка, но не се смета за неприфатливо доколку решите да бидете погласни

Не треба да сипате пијалок самите на себе. Вие го сипате пијалокот на другиот, а тој на вас

Оставете ја чашата полна доколку не сакате повеќе пијалок

Немојте да бидете премногу нападен кога ја нарачувате храната

Сосема е прифатливо да ја подигнете чинијата со супа, да ја приближите до вашата уста за да јадете од близку. Доколку јадете мисо, може и директно од чинија без лажица

Не заборавајте, во јапонскиот чај не се става шеќер

Јапанците не ставаат соја сос во оризот

Доколку ја ставите чинијата со ориз на вашата лева страна, значи дека барате уште

Не се остава бакшиш

Сметаат дека е некултурно доколку го броите кусурот од сметката, ова е општо правило кое не важи само за ресторантите



Турска

Соблечете ги чевлите доколку сте поканети на вечерва во нечииј дом. Без грижа, ќе добиете папучи

Тие ги сметаат ручеците како можност за дружба и социјална интеракција. Поради тоа, дозволете си да бидете гласни

Главата на семејството или пак почесниот гостин секогаш треба прв да биде послужен. Добар гест е доколку инсистирате на тоа

Се смета за комплимент ако побарате повеќе храна. Колку повеќе изедете, дотолку подобро

Правилото е дека оној кој кани на вечера, мора и да плати. Навредливо е ако воопшто се обидете да ја поделите сметката, наместо тоа следната покана нека биде ваша

Некои јадења се јадат со раце, на пример пилешко месо

Не оставајте впечаток дека се чувствуваате непријатно, тоа е навистина навредливо

Турците пушат за време на оброците, но бидејќи внимателни новиот закон не дозволува пушчење ниту на ресторантите



САД



Американците сакаат широки семејни гозби кои преферираат да ги организираат во дворови, салони или пак ресторани

Најчесто се неформални, без протоколи и строги правила на однесување

Распоредот на ножот и лажицата се обратни од европските правила. Вилушката е во десната рака, а ножот во левата. Но доколку имате чувство дека ова правило е неприкладно, опуштете се според вашите правила

Доколку сте го завршиле оброкот, поставете го приборот лево и десно од чинијата. Во спротивно, прекрстете го на самата чинија

Имате целосна слобода да одбиете одредени пијалаци или оброци доколку истите не ви се допаѓаат

Сосема е прифатливо да јадете со раце

Храната најчесто се служи во големи семејни чинии кои се подаваат на масата од еден на друг за секој сам да се послужи

Оставете малку храна во чинијата како знак дека сте готови со вашиот оброк

За крај, не ги заборавајте правилата за бакшиш: 15%-20% бакшиш оставате на келнерот, 10%-15% на барменот доколку сте на шанк и 1 долар бакшиш за вашето палто

Германија



Во Келн се навистина сериозни кога велат дека следи седум години незадоволителен еротски живот доколку при здравица не се гледате очи в очи

Никогаш не јадете со раце, дури ни парче пица.

Не седнувајте на маса додека не ви го укажат вашето место

Не почнувајте со оброкот се додека домаќинот не го поздрави оброкот "Гутен Апетит!"

Вилушката е на лева страна, ножот на десна, типично континентално

Во скотот треба да имате ставено салфета

Кога ќе завршите со оброкот, навалете го приборот на чинијата

Се наздравува со Прост или Зум Љохл (и двете значат "На здравје"). Здравицата најчесто ја прави



домаќинот, но доколку сте почесен гостин, возвратете ја подоцна во текот на оброкот

Не треба да одбивате да вкусите нова храна која е понудена на масата

Не седете со лакти потпрани на масата

Тајланд

Во Тајланд се јаде на ниски маси при што гостите седат боси на под, секогаш пониско од Буда

Почестени сте доколку ви се укаже прилика први да ја вкусите храната

Оризот е скоро секогаш главен дел од менито придружен со мали додатоци

Не се користат ножеви на масата бидејќи се симбол на агресивност. Храната се сече со страничиот дел од лажицата

Сосема е прифатливо да јадете ориз со раце

Во чинијата се става малку храна, тие не сакаат да фрлаат храна

Колку и да ги знаете сите овие правила на памет, имајте на ум дека конформизмот е понекогаш досадна појава. Имајте ги овие правила во предвид, но не заборавајте дека најважно е да бидете искрени, свои, отворени, пријатни и отмени за да бидете соодветно прифатени во било која средина.

За крај, пуштете си ја од мене "Седнав да вечерам младо пиле печено" од Мирко Митревски.

Моето објаснување е поврзано со системските вредности на едно време. Наместо социолошките објаснувања на Маркс и Енгелс кои совршено го елаборираа овој, од нив втемелен систем на "другари и другарки", ќе илустрирам со ликовите и делата на Драгиша Попадич од "Бољи Живот" и таткото Веселин од "Варљиво Лето 68ма". Тие беа симболични херои на тоа време, вистински автократски глави на семејствата. Имаа кошула, мустаки, работа во "предузеке", редовна плата на први, членство во синдикат, секретарка за швалерка и обратно, одмор на море, Yassa тренерки, пењоар, телевизор во боја, бормашина, ручек во три, две деца, хронична нервоза, го имаа последниот збор и секогаш велеа "Кога се јаде не се зборува".

Имињата на македонските угостителски објекти добра шега или сериозен став на угостителите

Македонците од секогаш биле познати по нивната инвентивност во именувањето на нештата без разлика дали тоа се однесува на семејни бизниси и имиња на локални гранапчиња, или пак големи разработени фирмии. Нашите сограѓани исто така се препознаваат и по мајтапот, како историска и културна придобивка на народите од овие простории. За македонските имиња, каде се' се простираат тие, од каде потекнуваат и што точно значат, треба да се говори на долго и широко, научно и улично, бидејќи имињата и традицијата на именување нешта говорат повеќе за менталитетот на народот отколку следењето на било каков тренд, кажуваат повеќе за способноста или не да се адаптираме на новонастанати ситуации, способноста да ги чуваме минатите вредности но и да ја согледуваме иднината. Имињата и именувањето не треба да се сфатат површно бидејќи се индикатори за општонародната состојба на умот и духот. Но, од друга страна, народната смисла за хумор, истрајна како и самиот Итар Пејо, секогаш ќе го покажува умеенето на Македонецот да се справи со најстршните моменти преку комичноста и сеирот.

Имено, она што прво го забележувам кога ќе пристигнам во Охрид е градежното претпријатие „Трум - Лум“ и тоа секогаш ме остава во прашалници бидејќи никако да си претставам на што се однесува „Трум - Лум“ и зашто такво име на градежно претпријатие. Меѓу другото, ако сакате да си го поправите велосипедот, тогаш доволно е да го најдете огласувачкиот знак, нормално поставен на 5 метри од дворот-работилница и да прочитате „Ристе ТО-

Николина СТОЈАНОВА



ЧКАРО“ и стрелка десно. Понатаму, во скопската чаршија има јувелирница со прилично звучно име - „Буши Голд“, но има и продавница на свадбарски женски фустани - „Буши Текс“. Значи г-дин Буши е голем манга во чаршискиот еснаф. Во Куманово една од позначајните меани се викаат „Батко Ѓорѓија“ и „Баба Цана“. Со ова Кумановци покажуваат извесна почит кон локалното културно наследство и повторно потврдуваат дека никој не готви како нивната баба. Кумановци и Прилепчани во мојата ранг листа се „јадат“ во однос на креативноста, но сепак мислам дека Прилепчани се потврдокорни. Тие, со сиот здрав разум, имаа (не знам дали уште) радио „Мајмун“ каде одеше реклама за погребално претпријатие со следниов текст: „Вие само умрете си, останатото е наша работа“. Дали е ова добро смилен маркетиншки трик преку кој давателот на услуги ги теши неговите сограѓани и ги уверува во добра и брзопотезна услуга, или пак е уште едно губење во лавиринтите на мајчината ни синтакса? Дилемата останува.

За потребите на ова издание на Баркод, решив да отворам „Златна книга“ и да погледнам во регистарот на националното и номиналното богатство на моите сограѓани, со цел да дојдам до некаков заклучок. Како што реков, Прилепчани и Кумановчани се на првите две места, Стружани и Тетовчани исто така се косат, Битолчани и Скопјани се „губат“ во претпоставениот гламур и „западен“ звук, а Крива Паланка, Кавадарци, Свети Николе едноставно се неповторливи во изненадувањето. Имињата на угостителските објекти можат да се наредат во неколку категории. Читајќи ги, веднаш се дознава кому децата му се гордост во животот, чија амбиција е силна па неговиот ресторон добива име кое треба да асоцира на сила, снага и да не' потсети на Крали Марко, на цар Самоил, или на некој мафијашки дон. Веднаш се знае кој колку внимание обратил на часовите по македонски јазик и правопис, и исто така веднаш се знае кој бил во странство, што видел и што се труди да постигне тука. Ќе се потдурим да ги сместам имињата во неколку категории иако категориите често се поклопуваат. Најпрво би ги ставила рестороните, сендвичарите и меаните со странски имиња: „Аванти“, „Авек Плезир“, „Адриатик“, „Алтеа плус“, „Амарена“, „Амбрела“, „Андора“, „Банкок ориентал“, „Беверли Хилс“, „Босфорд“, „БравоС“, „Гран Центар - Хилтон“, „Елдорадо“, „Енерџи клуб“, „Лаки џоб“, „Лајт“, „Лускор“, „Мак Викинг“, „Регент клуб“, „Резиденс инн“, „Рекорд Сенатор“, „Фет бој“, „Твиги“, „Харизма“, „Хит дизајн“, „Њу вилиџ“, „Џет сет - Иле“. „Аванти“ на италијански

значи „влези“; „авек плезир“ на француски значи „со задоволство“, но „Алтеа плус“ звучи како да се работи за внатрешен ентериер; „Босфорд“ ми е срам да го коментирам со тоа непотребно, туку-така-додадено „д“, а овие останатите со имиња на големи хотелски ланци и ресорти едноставно можам да ги замислам како изгледаат одвнатре. Сигурна сум дека се наменети за свадби и веселби, и само можам да им ги замислам турските пластични елаборирани лустери а ла Луи 16ти. „Банкок ориентал“ ме буни - прво Банкок се наоѓа во Тајланд, а под „ориент“ подразбираам Близки Исток и Северна Африка. Второ, таи храна се уште не сум пробала во Македонија, а мистеријата дали сопственикот сака да ни каже дека ги нуди кујните од блиску, средно и далекуисточните земји, останува неразрешена. „Фет бој“ и „Твиги“ ми се лични фаворити во оваа категорија. Како и „Харизма“ кога веднаш си го поставувам прашањето „зашто“. Си претпоставувам дека има сопственичка со харизма со романтична наклонетост кон убави нешта. „Мак Викинг“ е уште еден куриозитет, каде потврдува спремноста на Македонецот да јаде дур не му пукне копчето на пантолоните, но овој пат спореден со Ерик, тој храбар Викинг кој со мал брод успеал преку север да стигне дури до денешен Њу Џорк. Зар сличноста не е очигледна? „Њу вилиџ“ најверојатно доаѓа од Ново Село а не од љујоршкото вилиџ, а „Џет сет - Иле“ - мислам дека од сега па доживотно, поимот „џет сет“ ќе го врзувам со името Иле зашто само Иле знае што е џет сет.





STOBI
WINERY

кожи
такво
шино
пиеш
ти кафеди
каКов
СИ* таму
каде што
нема
вимс
чим **ЛУБОВ**
***ша**
секогаш
е полна
ако јо имам
вистинското
вино се
покрај с
ьбо вина
е от
вистината
и сирасаша

ако носиш
нешто
неизречено
нешто што
ТЕ хришиска
напушта **чаша**
вино от
с друго
гребе



Понатаму, имиња кои навистина звучат чудно се делат на уште две поткатегории. Оние кои звучат чудно и се смешни и оние кои едноставно звучат чудно и толку. „Гроф - МММ”, „Хамби”, „Цуна”, „ПрециЗ стил”, „Акторс”, „Алф”, „Аражок”, „Акстра фуд”, „Ас Оил”, „Ас соле”, „Ајчо”, „Алби ААБ”, „Б.А.Д.”, „Бага”, „Бизи”, „Бип Бип”, „Боб - Ден”, „Бутринт”, „Вимпи”, „Витамин Ага”, „Вотра”, „Детлово”, „Ди - ко- та”, „Довлецик”, „Електра”, „Икс - Миледи”, „Кохиба”, „Слив ќос”, „Спанџа”, „Спиноф”, „Србаков”, „Фра Џорџо”, „Ципо”, „Цуфи Ли”. Добро, зарем навистина некој ставил вакво име на угостителски објект и очекува клиентот да поверува во квалитетот на храната? „Гроф - МММ” звучи сомнително, каков гроф, и зошто три МММ? „Аражок” дури и ми се доаѓа бидејќи објектот е сместен во старата битолска кожара, па кога ќе прочитате „којара” наопаку го добивате името на ресторанот. „Биб бип” - најверојатно сопственикот претходно имал или такси компанија или вршел пејџер услуги. „Боб - Ден” - мистерија. Или можеби се имиња на ликовите од омилениот филм на сопственикот. „Вимпи” - ме буни, ме тера да претражувам по етимолошките фолдери во мојата глава и пак ме остава во недоумица. Од каде ова? Дали има врска со вампирите? Можеби е само некој лошо даден прекар и не треба толку да се заморувам... „Витамин Ага” - па јас би му дала оскар на оној кој го измислил името! Тоа му доаѓа вака: јадете, пијте и чувствувајте се како ага, а витамините е наше да ги обезбедиме. Нудиме широк спектар салати, домашно сирење, грав и туршија. „Ди - ко- та”, „Довцелик”, „Кохиба”, „Слив ќос”, „Спанџа”, „Ципо” - само нови збунки и неразрешени проблеми. Слогови и согласки ставени во некој космички ред неразбиралив за мене. Универзумот крие уште нешта кои мојот скромен ум не е кадар да ги сфати. „Икс - Миледи” - ова е по-добро дури и од Агата Кристи. Непознатата дама. Секако, баш кај нас ништо не се дознава на време и дискрецијата е секогаш загарантирана! „Цуфи Ли” - девојката на сопственикот е многу слатка, ја викаат Цуфи, а Џет Ли и' е омилен странски глумец. Останатите споменати имиња едноставно звучат, како поетски стапки од времето на модернизмот. Гласови едни до други кои немаат друга функција освен да звучат. Овие сопственици се прогресивни ликови, напредни умови со креаторска способност, тивки интелектуалци, или??

Следна категорија, имиња на ресторани и гостилини кои порано служеле како имиња на фирмии од мешовито потекло. „Ваго петрол”, „Бане комерц”, „Буковче комерц”, „Г-компани”, „Ден трејд”, „Дукат стил”, „Жито Прилеп”, „Златен клас”, „Клекачкоски Комерц”, „Кооп -инг”, „Лемо -Компани”, „Металопромет”, „Нина - комерц 2002”, „Нова страна трејд”, „Парфор кам”, „Салида Петрол 2”, „Техноалат комерц”, „Буковче комерц” - фамилијата на сопственикот е позната по собирање печурки, ова е потомокот, т.е. Џуниор, затоа и името е во деминтив. „Дукат стил” - стара турска парва искована елегантно?? Или ви ги земаме парите со стил? „Жито Прилеп” и „Златен клас” среќа што сега не се имиња на мелници за кафе. Но најомилено ми е „Техноалат комерц”. Еј, ајде вечер на прасечко во „Техноалат” бидејќи ги имаат сите видови ножеви, алати за сецкање, дробење, мелење, пасирање, рацете на тато, метални лажици за ставање сладолед?!?! Како вие би поканиле некого на вечера во „Техноалат комерц” а при тоа да звучите сериозно и навистина заинтересирани за остварување средба?



Следно, имиња кои содржат цифри. Тука списокот е нависитна голем. „Боти 96”, „Гоце 2000”, „2 златника”, „2 ловци”, „2 пантера”, „2 буриња”, „2 елена”, „2 ангела”, „Куќа за храна 109”, „Маестро км 2003”, „Миго 13”, „Мирко - 919”, „32 Вил Инфинити - СНВ”, „Сендвичара 7”, „Сендвичара 23”, „3 Брата”, „3 седумки”, „3 фазани”, „Тоок 200”, „4 сезони”, „6 чешми”. Во ред, овие со ловечки епитети ќе ги разберам. Сендвичарите со имиња броеви исто така. Бројот може да се однесува на улицата каде што се наоѓа истата. „Гоце 2000” се рекламираше на Шутел и слоганот беше: „Ова не е ресторан Гоце 2000 ова е ресторан џабе! Џабе слики од младоженците, џабе торта, џабе ракија...” Но што со „32 Вил Инфинити - СНВ”. Погледнете какво зачудувачко име. Ем бројка, ем странски збор, ем некоја енigmатична кратеница. Што ли сакале да кажат, каква бесконечност? Во „Автостоперски водич низ галаксијата” одговорот на прашањата кои сме, што сме и се’ останато е една цифра - 42. Авторот решил да игра на ироничната карта на човековото размислување и човечка, ниска амбиција па наместо големи полемики ставил обичен број. Но ова е 32. Дали 32 е поврзано со 42? Или можеби се бројот на годините на сопственикот кога го отворил локалот; или пак 32 има некое скриено, метафизичко значење за него бидејќи потоа го додал тој толку загадочен збор - бесконечност??

Потоа, конкретни имиња чиј референт ја погодува во целта смислата и намената на угостителскиот објект. „Балкан лукс”, „Биг фуд”, „Чили Вили” (ова се наоѓа во Штип, а памтите ли колку сакам самба да играм јас во Штип?), „Американо”, „Анатолија”, „Баже Пити”, „Борец ПИОМ”, „Буцко”, „Елегант”, „Златна вилушка”, „Златно буренце”, „Златно грне”, „Златно петле”, „Златно пиле”, „Касни порасни”, „Нано експрес”, „Печено пиле”, „Гостијница братство”, „Твин Пикс”. Луксуз на балкански начин би подразбирало огромни парчиња месо фрлени на скара, ем по балкански ќеф, ем големината зборува за дозата луксуз која гостите во оваа кафеана ја добиваат. „Биг фуд” - ми се допаѓа - кратко, јасно и во с'ржта; па ние си јадеме. Сите златни епитети исто така ми се јасни, златото е најценетиот од сите материјали, ок. Но „Касни порасни” дали е локал наменет само за мали деца? Или служат храна од која се расте? „Нано експрес” - демек добивате услуга побрза од секунда, брза колку еднаnano секунда? „Борец ПИОМ” - зар бранителите од 2001 сега имаат и свој ресотран? „Печено пиле” - немам коментар, совершенство во давање имиња! А, гостијницата „Братство” е како некој далечен спомен од некое време кога меѓучовечките односи, а и пиењето беа другарски, кога сите сем разбираа и си пиеја по многу достапни цени...

Според мене, посебна категорија се имињата кои просто и едноставно ги сметам за најголемите лапсузи и неверојатни семантички комбинации! Сепак, ова е најзабавната од сите категории: „Агрополог”, „Астра клуб”, „Бате”, „Бато лѓ Липа”, „Баџо”, „Ва - Ку”, „Вејв Гиро”, „Гого монд”, „Дајт Дам”, „Драганче и Јовче”, „Качунка”, „Крал Џо”, „Кумановарја” (инаку сместено во Тетово!), „Кратер”, „Магерос”, „Мамли”, „Мариј Блаж”, „Марфи”, „Матранч”, „Мериџен”, „Мис Стон”, „Мр. Шмек”, „Нарциз”, „Лемис Лесковац”, „Ник Универзум”, „Пивце”, „Прле”, „Унион Империјал”, „Тровта”, „Укус”, „Шведски0” и „Шумски фенери”. Гиро на бранови, имиња на браќа, чудни слогови, имиња на пеачки и историски личности, намерни, поетски печатни грешки - инвентивноста на нашите сограѓани вистина нема граници! Морам да го споделам мојот омилен радовишки ресторан - Мериџен, кој морам да кажам дека храбро си го носи името бидејќи означува термин кој во популарните рокенролски песни од 60тите значи марихуана. Каква смелост во какво мало место!

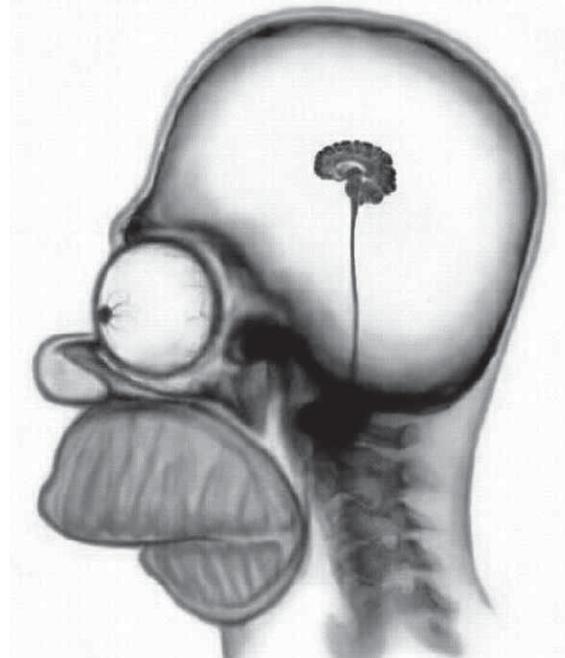
Пред да го завршам овој текст, би сакала само да ги напоменам имињата на угостителските објекти кои тежнеат кон евроинтеграцијата и се свесни за значењето на европскиот пазар во однос на угостителската индустрија. Впрочем, доколку сте „западно, лево и прогресивно” ориентирани, тогаш вие и вашите партнери, пријатели и познаници треба да ручате во: „Евро”, „Европска скара” (Прилепчани повторно се надминаа и во овој случај!), „Евро актива” и „Евро лукс”. Но запаметете, само еден е „Капо ди тути капо”.

Што ни говори ова? Дека сме махери во смислувачките имиња!



ње интересни имиња кои сигурно ќе ни го привлечат вниманието без разлика од каква причина. Дека не си го познаваме сопствениот јазик и сме прилично неписмен народ. Дека покрај држењето до традициите, си имаме ние и наш начин да и се приближиме на Европа, но и на подалечниот Исток. И дека во суштина, ние сме далеку од народ кој се опира на промени и дека со што и да се зафатиме, и од каде и

да ни е дојдена идејата, ние си имаме наш начин, од баба ни дури, кој ни потврдува дека ние си знаеме најдобро. ■



Кумановци и Прилепчани во мојата ранг листа се „јадат” во однос на креативноста, но сепак мислам дека Прилепчани се потврдокорни. Тие, со сиот здрав разум, имаа (не знам дали уште) радио „Мајмун” каде одеше реклама за погребално претпријатие со следниов текст: „Вие само умрете си, останатото е наша работа”. Дали е ова добро смислен маркетиншки трик преку кој давателот на услуги ги теши неговите сограѓани и ги уверува во добра и брзопотезна услуга, или пак е уште едно губење во лавиринтите на мајчината ни синтакса? Дилемата останува.



СВЕТЛОСНИ информативни
РЕКЛАМНИ ПАНЕЛИ

МОЌНА УЛИЧНА РЕКЛАМА!

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

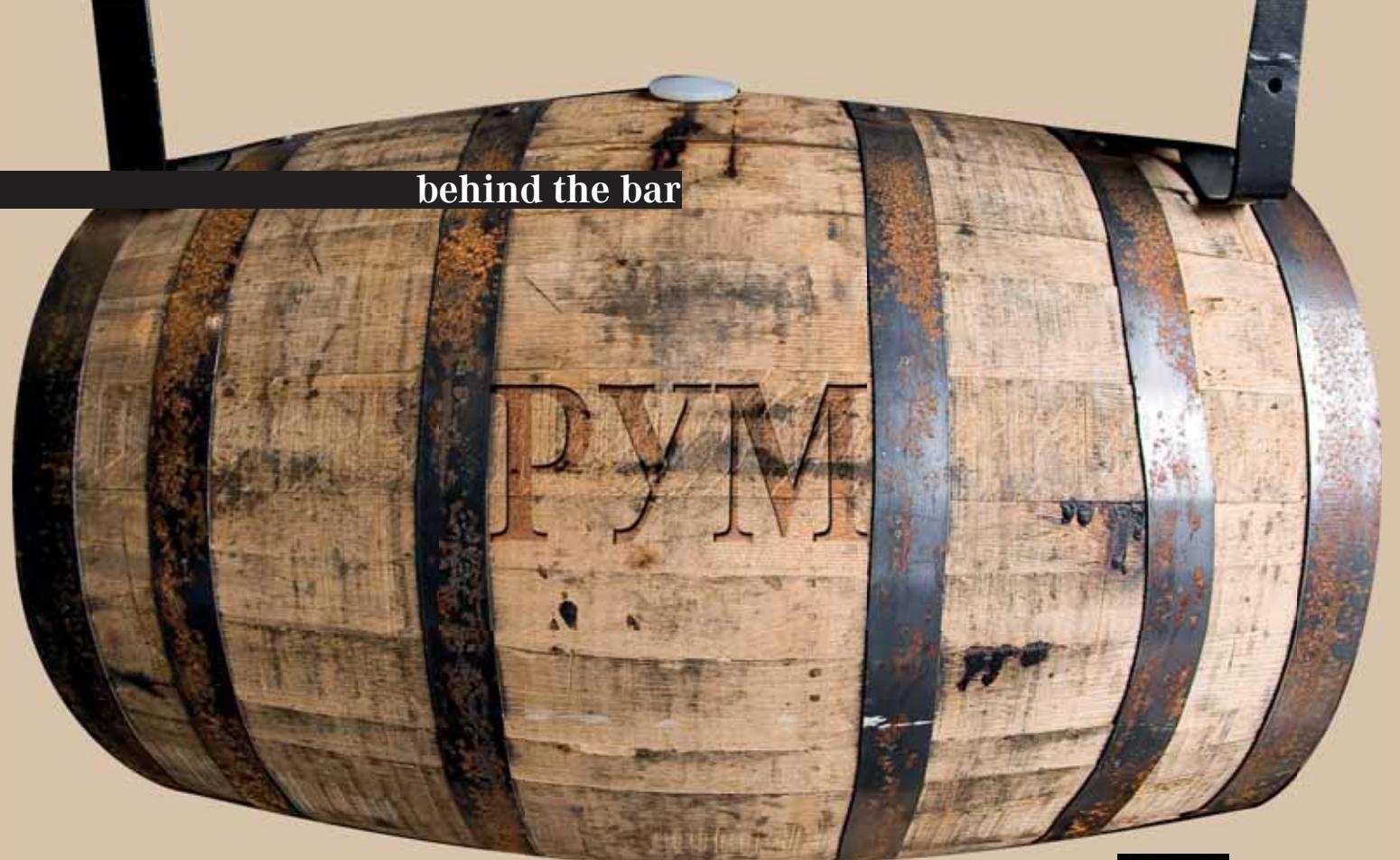


STREET OUTDOOR РЕКЛАМИРАЊЕТО СЕ ПРИМЕНУВА ВО СИТЕ СВЕТСКИ МЕТРОПОЛИ И ПРЕТСТАВУВА НАЈУСПЕШЕН НАЧИН НА РЕКЛАМИРАЊЕ.

ул. "Васил Главинов" 16/6, Бизнис Центар Палома, 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

behind the bar



РУМ

Пишува:

Филип АРНАУДОВ



здружение на бармени на Македонија

Дестилација на Рум

Румот се дестилира на начин како што веќе описувавме погоре во текстот. Изборот на казан за дестилација има големо влијание врз конечниот вкус на румот. Сите румови кога ќе излезат од казанот за дестилација се чисти и безбојни алкохолни пијалаци. Со одлежување во буриња и употребата на карамел се добива нивната финална боја. Бидејќи карамелот е прегорен шеќер, може да се каже дека само боенето се прави по природен пат.

Повеќето румови се доста корегирани (прочистени и измешани помеѓу себе) и се произведуваат во казани за дестилација во колони или за континуирана дестилација. По тоа обично се филтрираат со јаглен, а понекогаш и одлежуваат во стари дабови буриња по неколку месеци за да се добие помазен вкус. Повеќето светли румови имаат малку вкусови и ароми и се многу слични на вотка, освен оние брендови кои се филтрирани со јаглен. Потешките румови се обично дестилирани во rot stills казани, слични на оние што се користат за производство на Коњак или Скоч Виски. Некои брендови на Рум се направени со мешање на pot stills казани и казани за дестилација во колони на начин сличен како производството на Армањак.

Рум за колачи или рум за во чај. Тоа се првите асоцијации за рум во нашата земја. За жал тој рум што се користеше според начинот на производство воопшто и не може да се нарече рум. Со трендот на мешани пијалаци и коктели конечно и луксузот кај нас ја добија вистинската слика за еден од најпродаваните алкохолни пијалаци во светот Румот.

Румот и неговиот брат близнак дестилат од шеќерна трска, се направени со дестилација на ферментиран шеќер и вода. Овој шеќер доаѓа од шеќерна трска и се ферментира од сокот од трската, концентриран сок од трска, или меласа. Меласа е слатка, леплива смеса од остатоци што остануваат откако сокот од шеќерна трска ќе изврие и ќе се издвои кристализиран шеќер.

Повеќето румови се направени од меласа. Меласа содржи над 50% шеќер, но исто така има и значајни количини на минерали и други елементи во трагови, кои можат да придонесат за конечниот вкус. Румовите направени од сок од шеќерна трска се карактеристични за Хаити и Мартиник и имаат природно мазен вкус.

Во зависност од рецептот, "миенето" (сок од шеќерна трска, или меласа и вода) ферментира и користи културни вештачки добиени квасци или дики квасци, за периоди кои се движат од 24 часа за светли румови до неколку недели за тешки, полни сорти рум.



GOT A LITTLE CAPTAIN IN YOU?

УЖИВАЈТЕ ВО АЛКОХОЛОТ ОДГОВОРНО

Класификации на Рум

Белите румови обично се светли со лесно тело (иако постојат неколку светли румови со потешко тело добиени на француските острови). Тие се обично бистри и имаат многу суптилен вкус. Ако се одлежани во дабови буриња за да се создаде помазен вкус обично се филтрираат да се отстрани било каква боја. Белите румови првенствено се користат за микс, а особено добро се совпаѓаат со овошни вкусови.

Златен рум, исто така познат како Amber (килибарен), обично имаат средно тело. Повеќето одлежале неколку години во дабови буриња, од што добиваат даваат мазен, мек вкус.

Темни румови традиционално се со полно тело, богат вкус каде што доминира карамелот. Најдобрите се произведуваат главно во пот стилс казани и често одлежуваат во дабови буриња подолг период. Најдобрите од овие румови се конзумираат чисти.

Зачинетите румови можат да бидат бели, златни или темни. Тие се инфузираат со зачини или овошни вкусови. Рум пунчеви (како planters punch на пример) се мешавини на рум и овошни сокови и се многу популарни на Карибите.

Аñejo (одлежани) румови со точна година на старост се румови од различна берба или буриња во кои одлежуваат и се мешаат за да се осигура континуитетот на вкус на брендовите на Рум од година во година. Некои одлежани румови, на пример, 10-годишниот Рум содржи мешавина од румови во кои најмладиот е одлежан 10 години (останатите се 10 години и повеќе).

Региони на рум

На Карибите е епицентарот на светот за производство на рум. Буквално секоја голема група острови произведува свој посебен стил на рум.

Барбадос произведува светли и благи румови од pot и column стил на казани. Дестилацијата на рум овде започнала во Mount Gay дестилеријата која датира од 1663 година, и е веројатно најстариот производител на рум во светот кој се уште работи.

Куба произведува светли, со лесно тело, свежи и чисти румови од column стил казани. Моментално е забранет извозот на овие румови во САД.

Доминиканската Република е позната по румовите со полно тело, одлежани и произведени во column стил на казани.

За сите читатели на Bar Code **10%** попуст

Гвајана е позната по своите тешки и со богат вкус Демерара румови именувани по локалната река, произведени во pot и column stilts казани кој не одлежува. Демерара румовите може да лежат во буриња и подолг период (на пазарот може да најдат и 25-годишни сорти) и често се користат за мешање со полесни румови од други региони. Соседните Суринам и Француска Гвајана произведуваат слични румови со полно тело.

Хаити ја следи француската традиција на потешки румови кои се двојно дестилирани во pot stills казани и одлежуваат во дабови буриња три или повеќе години за да се произведе рум со полн и исклучително мазен вкус.

Јамајка е добро позната по своите богати, ароматични румови, од кои повеќето се произведени во pot stills казани. Јамајка има официјална класификација на румот, почнувајќи од светли до румови со многу богат вкус. Јамајка румовите често се користат за мешање.

Мартиник е француски остров со најголем број на дестилиерии во Источните Кариби. Се користат pot и column stilts казани за производство на румот. Кајко и во други француски острови како Гвадалупе, и rhum Agricole (направени од шеќерна трска сок) се произведуваат и rhum industriel (направени од меласа). Овие румови често одлежуваат во буриња во кои лежело француско бренди најмалку три години. Rhum Vieux (одлежан рум) често се споредува со високо квалитетно француско бренди.

Порторико е позната првенствено по светлите, многу суви румови, произведени во column stilts казани. Според закон, сите бели Порторикански румови мора да одлежат во буре минимум една година додека темните румови три години.

Тринидад произведува главно светли румови во column stilts казани и има широк извоз и трговија.

Девствени Острови (поделени се на Американски Девствени Острови и на Британски Девствени Острови). Само Американските Девствени Острови се уште произведуваат рум, претежно светол рум за мешање произведен во column stilts казани иако постојат и некои добри темни и одлежани румови направени од најзначајниот производител Cruzan. Овие румови и оние од околната Гренада, служат како основа за Bay Rum, класичен лосион за после бричење.

Гватемала и Никарагва од Централна Америка, произведуваат рум со средно тело во column stilts казани кои ако одлежат во буриња имаат добар вкус. Тие неодамна почнаа да добиваат меѓународно признание.

Бразил произведува огромни количества, главно бел рум во column stilts казани кој не одлежува. Cachaça (КА · ША · СА) е најдобар познат пример.

Венецуела произведува голем број познати одлежани златни и темни румови.

САД има неколку рум дестилиерии на југ, произведува широк спектар на светли и румови со средно тело кои обично имаат имиња поврзани со Карибите.

300-години старата традиција на Канада на тргуваче со рум за сушен бакалар риба продолжува во Атлантикот. Поморски провинции на Њуфаундленд и Нова Шкотска, каде што златните румови од Антигва, Барбадос и Јамајка се увезуваат и одлежуваат до 5 години. Како резултат се добива рум локално познат како Screech.

Во Европа првенствено се мешаат увезените румови. Велика Британија и Франција увезуваат рум од нивните поранешни колонии на Карибите кој потоа одлежува и го флашираат. Тежок, темен Јамајка рум се увезува во Германија и се меша со неутрачен алкохол во однос 01:19 за производство на рум наречен verschnitt. Сличен производ во Австрија се нарекува Инландер Рум.

Австралија произведува значителна количина на бел и златен рум, двојно дестилиран во column stilts казани. Румот е вториот најпопуларен алкохолен пијалок во земјата после пивото. Светли румови се произведуваат на некои од островите во Јужниот Пацифик, како што се Тахити.

АЗИСКИТЕ румови имаат тенденција да го следат регионалното производство на шеќерна трска, се произведуваат бели и златни румови во колумн stilts казани првенствено на Филипините и Тајланд.

Рум: историја и значење

Историјата на румот е историја на шеќерот. Шеќер е сладок кристален јаглен хидрат кој природно се појавува во различни растенија. Едно од тие е шеќерната трска (*Saccharum officinarum*), висока густа трева која има потекло од островите на денешна Индонезија во Источна Индија. Кинеските трговци го рашириле одгледувањето во Азија и во Индија. Арапите пак, го донеле на Блискиот Исток и Северна Африка, каде го привлекло вниманието на Европејците за време на крстоносните војни во 11 век.

Здравје



Труд
Лудов
Етологија



Како што Шпанците и Португалците го истражувале Атлантскиот Океан, тие засадиле шеќерна трска на Канарските и Азорските Острови. Во 1493 година Кристофер Колумбо земал шеќерна трска од Канарските острови за време на неговото второ патување во Америка и ја пресадил на Хиспаниола, остров на Карибите, кој сега го делат Хаити и Доминиканска Република. Португалските истражувачи го направиле истото во Бразил.

Карибите имаат идеална клима за одгледување на шеќерна трска и производството на шеќер брзо се шири низ островите. Ненаситната побарувачка во Европа за шеќер наскоро ќе доведе до формирање на стотици насади со шеќерна трска и многу мелници во разни англиски, шпански, француски, португалски и холандски колонии. Во овие мелници се собира и се гмечи шеќерната трска за да се извади сок. Со вриење на овој сок се добиваат парчиња кристализиран шеќер. Тоа што ќе остане после овој процес се нарекува мелазас (од "miel" на шпанскиот збор за мед) или меласа.

Меласа е леплив сируп кој содржи значителна количина на шеќер. Луѓето кои работеле на мелници за шеќерна трска забележиле дека ако меласата се помеша со вода и се остави на сонце таа ќе ферментира. До 1650с овој поранешен нус се дестирирал во алкохол. Во англиските колонии бил наречен Kill Devil (од неговата тенденција да предизвика непријатен мамурлак или неговата восприемена медицински моќ) или rumbullion (непознато потекло), збор чија скратеница го носи модерниот назив РУМ. На француски јазик rhum, а на шпански ron.

На локално ниво, румот се користи како лек за многу болести на луѓето кои живеат во тропските предели. Сопствениците на плантажите со шеќерна трска го продавале румот по намалена цена на морнарите од поморските бродови чија крајна станица биле Карибите, со цел да се поттикне нивното присуство во локалните води и на тој начин обесхрабри вниманието на пиратите. Британската морнарица во 1730 година усвоила закон за дневна доза од половина пинт или 80% рум за своите морнари. Оваа доза беше подоцна изменета со мешање на еднаква количина на вода за да се добие пијалок наречен грот. Дневната доза на грот им следуваше на Британските морнари се до 1969 година.

Овој поморски Рум е врската која го доведе румот во надворешниот свет и од крајот на 17 век се разви и трговијата со рум. Од Британските острови се испраќал Рум во Велика Британија (каде што се мешал како Rum punch и го заменил цинот кој бил доминантен алкохолен пијалок во 18 век) и во британски колонии во Северна Америка, каде станал многу популарен. Овој извоз на Рум во Северна Америка, во замена за графа и сушен бакалар од Нова Англија, наскоро ќе се смени со извоз на меласа за

дестилериите во Нова Англија. Ова било направено за да се избегне законот на британскиот парламент со кој се заштитени британските дестилатори со забрана на трговија со алкохолни пијалоци директно помеѓу колониите. Овој закон често бил прекршување и криумчарењето наскоро станало неконтролирано.

Транспортот на меласата за производство на рум во Нова Англија стана дел од неславниот "триаголник на робови". Првата пратка е носењето на меласата во Нова Англија за да се произведе рум. Втор чекор бил транспортот на румот до западна Африка каде што го менувале за робови. Последната пратка била транспортот на робовите до плантажите со шеќерна трска на Карибите и Јужна Америка каде што многу од робовите биле принудени да работат на полињата со шеќерна трска.

Прекинот на трговија предизвикан од страна на Американската револуција и подемот на виски производството во Северна Америка резултираше со бавно намалување на доминацијата на румот како пијалок на нацијата. Производството на рум во САД полека се намали за време на 19 век, со затворање на последните дестилерии во Нова Англија со донесување на законот за прохибиција во 1920 година. Познатите rumrunners во времето на прохибицијата првенствено шверцуваат виски во САД.

Во Европа, со пронаоѓањето на начинот на добивање на шеќер од шеќерна репка се намали побарувачката за карипски шеќер. Со тоа се намали и производството на меласа и на рум кој се добива со нејзината дестилација. Многу мали насади и нивните дестилерии беа затворени. Производството на рум опадна, најмногу во земји каде што се одгледува шеќерна трска.

Модерната историја на рум се должи и на растот на туризмот. Во втората половина на 20 век, модерните климатизери овозможија голем број луѓе да миграат во региони со топло време каде што румот останал доминантен алкохолен пијалок. Покрај тоа, експлозивното зголемување на бројот на туристи од Северна Америка и Европа во региони каде што се пие рум доведе до стабилен пораст на популарноста на мешани пијалоци со база на рум. Денес Белиот Рум е сериозна конкуренција на вотката.

Постарите румови станаа интересни кај потрошувачите на малт виски, коњакот и армањакот и лимитираните серии на бурбон кои почнаа да ја ценат суптилната комплексност на овие румови. Румовите произведени во pot still казани од Гвајана и Јамајка станаа желба на скоч виски консументите (тоа не е случајно што шкотскиот виски трговец и производител Cadenhead, исто така во своите дабови буриња чува и флашира Демера-ра Рум), додека суптилните и сложени румови од Мартиник и Гвадалупе им се допираат на луѓе кои ги консумираат врвните француски Cognac и Armagnac. ■

Три познати класични коктели со рум

Daiquiri

Во шејкер ставете
4,5цл бел рум
3цл сок од лајм
2 кафени лажици шејкер
мраз

Добро исшејкајте и
сипете во изладена
мартини чаша.



Cuba Libre

Во висока чаша ставете
мраз и додадете
4,5цл темен рум
Сок од пола лајм
Дополнете со Кола

Промешајте и декорирајте
со парче лајм.



Planter's Punch

Во шејкер ставете
4,5цл темен рум
1,5цл сок од лајм
1,5цл сок лимон
8цл сок од портокал
1 кафена лажица шејкер
0,5цл Гренадин сируп
мраз

Добро исшејкајте и сипете во
висока чаша со мраз.



НАЈДОБАР CATERING & PARTY SERVICE ВО ГРАДОТ



Ресторанот Далма нуди врвен кетеринг за Вашите деловни и приватни забави. Без разлика на големината на настанот, ние секогаш ги надминуваме Вашите очекувања. За разлика од други кои што имаат утврдени менија, ние го прилагодуваме на Вашите потреби и буџет. Ги следиме најновите светски стандарди во кетеринг сервисот и нудиме разновидни менија и цени. За сите настани, по желба се обезбедува и детско мени.

ул. Петар Поп Арсов 22, 1000 Скопје
тел. (+389 2) 3246 616 • моб. 078 260 410
contact@dalma.com.mk • www.dalma.com.mk




www.skoda.com.mk
ŠKODA Fabia Green Power

Биди „грин“, вози на „плин“!

ЕКОНОМИЧНО ПАТУВАЊЕ
100 км / 270 ден.


**со вграден
плински уред
9.250 €
(571.650 ден.)**

PORSCHE
MACEDONIA



Подгответе се за најекономичното и најколошкото возење досега! Не пропуштајте ја можноста да возите **ŠKODA Fabia Green Power 1.2** со вграден плински уред кој ќе ви овозможи да заштедите со секој поминат километар. Со **ŠKODA Fabia Green Power** поминете **100 километри за само 270 денари** и станете пријател на природата, затоа што овој автомобил значително го намалува загадувањето на животната околина!

За уште полесно да се одлучите за овој автомобил ви подготвивме одлична лизинг понуда од Порше Лизинг со учество од само 972 евра, рата од 149 евра и период на отплата од 72 месеци.

Посетете го најблискиот Шкода партнер и уверете се во неверојатните можности кои ги поседува **ŠKODA Fabia Green Power**.

Коктел трендови за

2012

Веќе влеговме во новата 2012 година, и како во модата така и во миксологијата веќе се највуваат трендовите кои ќе ја одбележат годинава. Cocktail Room, единствениот mixology bar во Македонија, ви ги претставува пијалоците со кои бармените ширум светот ќе се потрудат да креираат нови коктели. Интересни ќе бидат пивото и виното, вермутот ќе се употребува многу повеќе од вообичаеното, но најинтересни ќе бидат мескалот и битерите како Becherovka и Amaro. Еве неколку коктели препорачани од Cocktail Room - mixology bar.■

Пишува:

Филип АРНАУДОВ

здружение на бармени на Македонија



Red Moon

Becherovka 4 cl
Currant Juice 15 cl
Soda water 5 cl

Сипете ги сите состојки во висока чаша со мраз.
Промешајте со барска лажица и декорирајте со
парче портокал.



Dolce Amaro

4cl Amaro
2cl Orange Curacao
1 shot espresso
Dash simple syrup

Сипете ги сите состојки во шејкер со мраз,
силно исшејкајте и сипете во мартини чаша.
Декорирајте со кора од лимон.



Salsa Verde

5cl Mezcal,
4cl ounces cucumber juice
1,5cl fresh lime juice
1,5cl oz agave syrup
1 small sprig cilantro

Сипете ги сите состојки во шејкер со мраз, силно
исшејкајте и сипете во рок чаша со. Декорирајте со
гранче циландро.





behind the bar

2011 беше најуспешната година за Здружението на Бармени на Македонија (Барменската лига 2011, Четвртото Државно Првенство на Бармени на Македонија, првиот интернационален флер натпревар организиран во нашата земја - Bacardi Macedonia Flair Open). Успешното учество на наши бармени на меѓународни натпревари кое го заокруживме со најголемиот успех досега - третото место на Светското Првенство на Бармени во Полска на нашиот шампион Методи Перунковски.

За 2012 ЗБМ најавува уште повеќе активности - ЗБМ Барменска Лига 2012 во сосема нов формат, повеќе различни натпревари и дисциплини кои ќе го одлучат најдобриот Бармен за 2012 година. Овој пат натпреварувачите ќе се натпреваруваат во дисциплините: Barista, Mixology, Flair, Speed Round... Јубилејното Петто Државно Првенство на Бармени од кое победниците во класичен стил и флербартендинг ќе ја претставуваат нашата земја на Светското Првенство во Шангај, Кина. Ќе имаме наши претставници на повеќе интернационални натпревари.

ЗБМ е во план да организира голем број на семинари и обуки на Бармените ширум Републиката, промоции на нови коктели и пијалаци се со цел да се промовира професијата Бармен и Коктел Културата во нашата земја. ■

бъреволюция

КОКТЕЛ ШКОЛО ЗА ОБУКА НА ПРОФЕСИОНАЛНИ БАРМЕНИ



• ИЗВОНРЕДНА МОЖНОСТ ЗА ВРАБОТУВАЊЕ ВО БАРОВИТЕ НА СВЕТСКИТЕ МЕТРОПОЛИ

• ЗА САМО 3 (ТРИ) НЕДЕЛИ ОБУКА НАУЧЕТЕ ГИ НАЈПОЗНАТИТЕ СВЕТСКИ КОКТЕЛИ СО ИНТЕРНАЦИОНАЛНИ РЕЦЕПТИ

• ДОБИВАТЕ ДИПЛОМА КОЈА ВАЖИ ВО СИТЕ ЗЕМЈИ НА СВЕТОТ

• ЧЛЕН НА ИНТЕРНАЦИОНАЛ БАРТЕНДЕРС АССОЦИАЦИОН (ИБА)

• НАЈПРОФИТАБИЛНА И НАЈЗАБАВНА ПРОФЕСИЈА ВО УГОСТИТЕЛСКИОТ БИЗНИС

Mixology Bar "Cocktail Room" ул. Теодосије Гологанов бр.39 лок.14 Скопје

www.barevolution.mk
www.facebook.com/koktelskolo



www.badel1862ad.com.mk

man's style



Професии И Стил

2

Пишува:
Бујар МУЧА



Додека во минатиот број се бавевме со трите античко македонски професии и стилот на нивните протагонисти, кои ги одбележаа последниве дваесетина години, во овој број ќе направиме сериозно полукружно свртување и ќе се позанимаваме со архитектите, дизајнерите и графичките дизајнери. Намерно ги одбрав во пакет овие три професии бидејќи имаат најмалку два заеднички именители: првиот е, дека сите овие се убедени дека се пред се, уметници, а вториот е, дека според балканскиот барометар за мажественост, овие луѓе се движат по острот раб помеѓу сировата машкост и нешто сосема друго. Се надевам дека затекнатите нема да ми се лутат со оглед на тоа што и самиот сум по професија еден од нив.

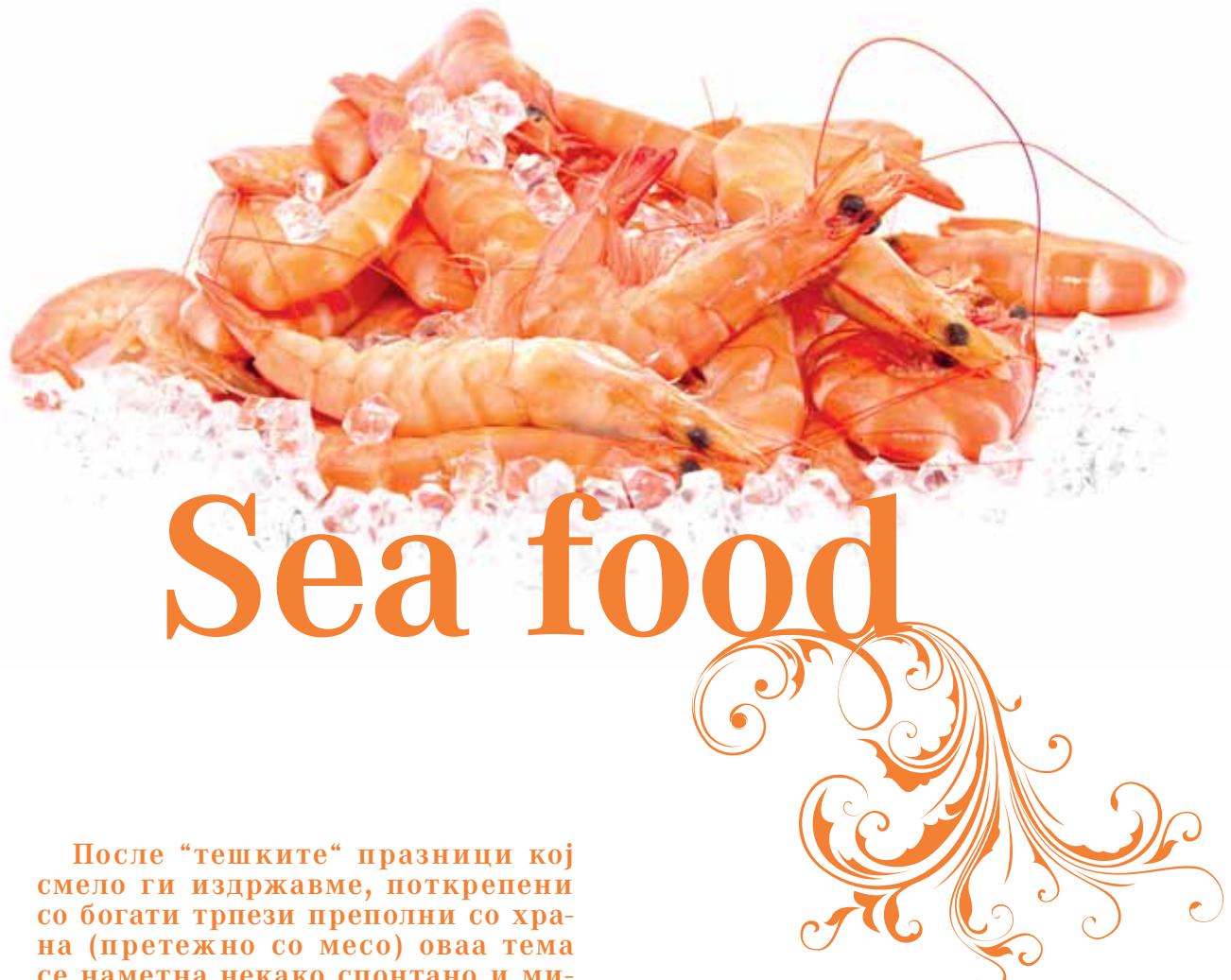


За архитектите знам најмногу, па природно е да започнам со нив. Ќе стартувам со една група од околу дваесет насто од архитектонската популација, која со индигнација одбива да се приклони кон мнозинството. Тоа се личности кај кои е доминантен инженерскиот аспект и стилски им припаѓаат на нивните колеги градежни, машински и електро инженери, групација со која ќе се позанимаваме во некој од следните броеви. Останатите осумдесет насто, веднаш ќе ги забележите по добро осмислената лежерност и ноншалантност, божемната неурдност и расеаност во изразот која што всушност е мислена и подготвувана со денови. Тие се секогаш нешто малку со расчешлана фризура, со неколку дена несредена брада (демек од многу креативна деноноќна работа), со пола- тренди, пола- интелектуални наочари, со кобајаги спортска пуштена кошула, ни ваму-ни таму скапи панталони или џинс, со сако или јакна во чиј џеп секогаш стои скапо моливче за скицирање. Околу вратот на овие луѓе, секогаш ќе најдете некое шалче, марамче, шарпа или слична ткаенина. Вознесени се од удобни тренди чевли кои кокетираат помеѓу спортски и елегантни. Особено се внимава на аксесоарот сочинет од дизајнерски ташни, новчаници, колани, тефтери, лап-топи и останати гацети, но сето тоа мора да биде дискретно и ноншалантно како да не е мислено туку да паднало од небо. Секој архитект што држи до себе е беспрекорен во одбирот и комбинирањето на бои при себедизајнирањето. Иако се прават дека ништо не знаат, за секоја модна промена во светот се правовремено информирани. Одат дотаму да и сопственото возило го бираат спрема дизајнот, а не спрема квалитетот или економичноста.



Дизајнерите и графичките дизајнери се слична категорија на луѓе како и архитектите во смисла на односот према самодизајнирањето. Разлика-та меѓу овие и претходните е во комуникацијата со надворешниот свет. Додека архитектите се во постојано движење, опсервација и сознавање, дизајнерите се обично заглавени крај своите бироа и компјутери и во поголем дел од денот светот го осознаваат преку интернет. Оттука произлегува и погрубата, а некогаш и погрешна интерпретација на она што во моментот е тренди во светот. Овие луѓе скоро секогаш имаат некоја фризура која отскокнува од шаблонот и на која и е потребен гел или крем за моделирање. Наочарите кај нив обично оддаваат откачена интелектуалност, на главата носат тренди качети или некоја си рачно плетена капа од братучетките на шерпасите од Непал. Не носат кошули, туку маици и дуксери на кои што секогаш има некој мноогу јак принт или слоган, при што се очекува да бидат прашани - је пеер од кај ти е, а они појма да немаат бидејки нели, не им е битно. Панталоните и џинсот им се без исклучок со низок струк и смкнати кај газот. Носат екстремно модерни патики или некакви деривати на спортски чевли врзани за необични или екстремни спортивни. Најголемото помрачување по мене, им е во делот на горната облека. Кај тие луѓе сум се изнагледал безброй варијанти и подваријанти на модерни виетнамки со многу џебови и неретко во комбинација со некакво шушкаво елече одоздола. Веројатно поради слабиот крвоток од недвижење, меѓутоа овие личности се секогаш преоблечени во лето.

Следниот прилог го најавувам уште од сега и гордо го посветувам на лекарите, stomatologите и фармацевтите. Ќе морам да бидам прибран со нив да не ме подбере накој. А вие колеги архитекти, немој да ми се лутите, такви сме си, помалку геј, ама си сакаме девојки. ■



Sea food



После “тешките” празници кој смело ги издржавме, поткрепени со богати трпези преполни со храна (претежно со месо) оваа тема се наметна некако спонтано и мислам дека добро ќе ни дојде како освежување.

Во минатото, водените површини како морињата и океаните, биле извор на основна и лесно достапна храна за човекот кој ја користел во секојдневната исхрана. Во принцип тоа бил евтин извор на исхрана, а бил погоден и за стокова размена со други животни намирници.

Денес морската храна, процентуално во светски рамки, можеби се уште е најексплоатирана, но веќе подолго време се развива еден тренд кој дополнително ја издига на врвот на гастрономската листа како луксузен и високо ценет сегмент. За овој тренд најзаслужни се готвачите од високите школи кој ја користат морската храна за уметничко и иновативно изразување во кулинарството, со што се добива денешниот краен луксузен производ.

Зошто е тоа така? Та нели месото си е највкусно и треба да биде луксуз? Ајде да тргнеме по редоследот на логиката - месото кое се употребува како прехрамбен продукт, глобално се сведува на само четири основни видови (пилешко, свинско, телешко

и јагнешко). Но како и да е фактички месото се дели на бело и црвено во зависност од концентрацијата на миоглобин во мускулните влакна и се разликува во структурата, количината на маснотии и протеини итн...

Ако направиме споредба со морскиот свет, таму опстојуваат стотици видови живи суштества кој се сосема различни во конструкцијата, структурата, составот и вкусот, а кој се конзумни за човекот. Од друга страна пак, истите изобилуваат и со раскошна колоритна палета.

Овие карактеристики на морската храна формираат сериозна основа за манипулација со вкусовите боите во модерното и напредно гастрономско изразување.

Ке се обидам да го дефинирам општо прифатениот израз СЕАФООД или на нашки Морска Храна - Секоја форма на живот во морето, која се конзумира како храна од страна на човековиот род. Е сега, ин-

тересно и важно е да кажам дека во поново време Американците па и Британците овој израз (Сеафоод) го користат за сите водени површини кој се извор на храна, вклучително и слатководните.

Рибата, како вид, е најконзумиран во оваа посебна гранка од гастрономијата. По логика на нештата, таа има најголем дел употреблива површина која се конзумира од сите видови кој живеат во водените пространства.

Постојат повеќе од триесет илјади видови на риби, но само мал дел од нив се користат во широко прифатената исхрана.

Општо познато е дека рибата се вбројува во здравата исхрана и штити од многу болести посебно на срцето и мозокот. Таа содржи висок процент на Омега 3 масни киселини кој наспроти заситените масти во месото ја прават природен заштитник на мозокот и срцето. Искрено не сум некој голем поборник на здравата исхрана, но ако е таа вкусно подготвена - зошто да не?

Геостратешки, нашата положба, во минатото не опструирала да конзумираме голем дел од морскиот свет, кој е специфичен на вкус и облик. Но денес оваа храна ни е се подостапна па дури и во свежа форма (нормално малку поскапа варијанта). Навиките на исхрана и вкусовите се менуваат во текот на годините во зависност од потребите на организмот

и во зависност од потребите за истражување и експериментирање кој секој човек би требало да ги носи во себе. Сакам да кажам дека вкусот и покрај генетските предиспозиции се менува и се "штелува" со постојано пробување и истражување на храната при што се пронаоѓаат скриени вкусови и ароми кој нашите сетила ги регистрираат.

Ова го говорам со искрена намера да ги "испровервам" (во позитивен смисол) оние малку по-конзервативните во однос на изборот на храна. Да бидам искрен, во почетоците на мојата угостителска дејност, и јас имав отпор кон морската храна поради специфичноста на мирисот и вкусот, но како угостител природно е да се проба и експериментира, па така "миризбата" на морската храна полека се прелеа во пријатна арома на морскиот свет.

Покрај рибата (која е општо прифатена) терминот Sea food опфаќа голем број водни суштества и организми кој опстојуваат во водените површини и се делат на четири групи.

- 1.Мекотели (Октопод, Школки)
- 2.Черупкари (Шкампи, Ракови, Јастог)
- 3.Ехинодерми (Морска краставица, Морски еж)
- 4.Алги и Микроалги

Шпански ресторант и пиано бар

Azafrán

*За сите оние кои уживаат во медитеранската магија на вкусови!!
Ленинова 33-а, Скопје; тел.: 02/32 21 907*

*Best Restaurant
Year 2010*

Понеделник, вторник и среда
Пиано вечери
20h - 23.30h

Секоја недела
"BRUNCH TIME"
& "LATINO PARTY"
12h-16h

JAZZ

Четврток и петок
Оскар Салас и Тони Китановски Трио
Чез вечери
20h - 23.30h

Влез само со консумација
(600 денари по особа).
Износот може да се искористи за пијалок или храна.
Задолжителни резервации на телефон: 070/ 274 173

Последните две групи најчесто се конзумираат во Азија, која е воедно и најголемиот пазар за морска храна во светот. Но не е за потценување и Јапонската "институција" СУШИ која вртоглаво брзо го освои светот со својата ултра-гастрономска прецизност на формата и вкусот. За овие ситни и до перфекција ускладени уметнички форми се користат морски алги за моделирање и нијансирање на вкусот (како лозов лист за нашите сарми, само малку попрефинето).

Но да се вратам на она што ни е барем малку попознато - обидете се да дегустирате поединечно (секој со своите можности) шкампи, школки, ракчиња...ќе се уверите во фактот дека изобилуваат со различни но секогаш хармонични приказни кој ги содржат сите можни вкусови на морето.

Затоа при нивната подготвока нема потреба од премногу зачини, на пример шкампите си имаат природна блажина и соленост која е сосема доволна и природно избалансирана во однос на аромите. Единствено нешто со што вистински би се ускладиле е Белото Вино кое само ќе го надополни и потенцира и онака богатиот комплекс на вкус и арома. За пример, обидете се, наместо традиционалниот почеток на оброкот со шопска и лозова ракија да започнете со шкампи во сорбе од портокал поддржано од свежо и крцкаво просеко. Убеден сум дека оваа комбинација ќе ви ги разбуди сите сетила...

Но да се вратам на она што ни е барем малку попознато - обидете се да дегустирате поединечно (секој со своите можности) шкампи, школки, ракчиња...ќе се уверите во фактот дека изобилуваат со различни но секогаш хармонични приказни кој ги содржат сите можни вкусови на морето. ■

Но не е за потценување и Јапонската "институција" СУШИ која вртоглаво брзо го освои светот со својата ултра-гастрономска прецизност на формата и вкусот. За овие ситни и до перфекција ускладени уметнички форми се користат морски алги за моделирање и нијансирање на вкусот (како лозов лист за нашите сарми, само малку попрефинето).





ЛОТУС БАД | Ø75 x 55 см
флексибилна столица | водоотпорна
гаранција 1 година | достава бесплатна
ПРОИЗВЕДЕНО ВО МАКЕДОНИЈА

www.lotuss.com.mk
hello@lotuss.com.mk
078/070 382 902
twitter.com/lotuschair

кафе

Tips & Tricks for perfect espresso

Многу пати досега наша главна тема на пишување беше правилната подготовка на италијанското еспресо и капучино, притоа потенцирајќи дека главна алка во овој комплексен синцир кој започнува со избирање и берење на зrnата кафе па се до неговата подготвока и послужување е самиот БАРИСТА.

Неговото познавање и стручност се есенцијални за правилна подготвока на еспресото. Затоа во овој текст издвоивме совети и трикови кои ќе им ја олеснат работата на професионалните баристи и ќе им помогнат секогаш да подготвуваат одлично еспресо и капучино.

КАФЕМАТ - за да работи правилно, параметрите на кафематот треба да се правилно одреди - притисокот во бојлер да биде од 0,9 - 1,1 бар, а притисок на пумпата 4 бар во мирување на кафематот и 8 - 9 бар во екстракција (додека во кафематот се подготвува кафе). Неговото секојдневно чистење е уште еден услов за добро еспресо. Без чист и одржување кафемат не е возможно да се подготви квалитетно кафе. Постојат повеќе трикови кои помагаат во секојдневната работа.

Првите кафиња наутро ги фрлате секогаш затоа што не се добри? Да заборавиме на овој мит: преку цела ноќ водата во кафематот собира метални вкусови и мириси од бојлерот и цевките па затоа ни се чини дека првите кафиња наутро горчат и дека

Пишуваат:

**Анџела СТЕФАНОВСКА,
Матео БАРБАРОСА**



Attibassi cafe

е логично се фрлат. Искористете го следниов совет: наутро отворете ги цевките за пареа, цевката за чај и истовремено пуштете да тече вода низ главите и раките за кафе. Оставете да тече вода околу 30 секунди. Потоа подгответе го вашето прво утринско кафе (не заборавајте дека треба да биде свежо мелено).

Чашите на кафематот редете ги секогаш со отворот свртени нагоре. Според ИНЕИ (НАЦИОНАЛЕН ИНСТИТУТ ЗА ИТАЛИЈАНСКО ЕСПРЕСО), тоа е правилно од следнава причина: чашите наредени нагоре не го затвораат протокот на топол воздух од кафематот кон надвор и на тој начин не се презагреваат туку секогаш имаат оптимална температура.



МЕЛЕЊЕ НА КАФЕТО И МЕЛНИЦА

Точниот степен на мелење на кафето е фундаментален елемент за да може да се подготви добро еспресо. Но, постојат и други клучни работи со чие примена резултатот ќе биде совршен:

-Во силосот за кафе во зrna ставете онолку кафе колку што ви е потребно за 8 часа работа. Останатото кафе оставете го во опаковката и чувајте го во фрижидер. Кафето во зrna кога е во допир со воздух оксидира и постепено го губи својот квалитет. Него-вото чување на ладно место ќе овозможи тоа да ги задржи аромите, маснотите и да остане свежо.

-Мелете онолку кафе колку што ви е потребно за максимум 4 часа работа. Најдобро би било кафето да се меле постепено, онолку колку што е доволно за подготвка на 6-10 кафиња. Меленото кафе го губи квалитетот 4 пати побрзо од кафето во зrna. Пет часа откако е измелено кафето ги има изгубено скоро сите мириси и ароми. Најголема грешка која што еден бариста може да ја направи, е да остави мелено кафе во мелница преку цела ноќ и следното утро да го послужи истото.

-За да се оддржат вистинските мириси и ароми- силосот за кафе во зrna и силосот за мелено кафе треба да се чистат најмалку еднаш во две недели. Кафето кое што е во нив испушта масла кои се лепат за сидовите и доколку останат може да го расипат вкусот и аромите на новото кафе кое ќе биде во мелницата. Силосите се чистат со сува хартија, а силосот за кафе во зrna може да се исчисти и со алкохол.

МАТЕЊЕ НА МЛЕКОТО-за совршено капучино потребно е совршено изматено млеко. Како најлесно да се постигне перфектна крема од млеко?

-Идеално млеко за подготвка на капучино и макијато е високопротеинското млеко. Спротивно од верувањата дека високомасленото млеко овозможува при матењето да се направи одлична крема, тајната е во протеините кои ги содржи млекото. При термичкиот шок кој доаѓа од топлата пареа протеините се разбиваат и се создава пената. Затоа секогаш користете високопротеинско млеко со над 3% протеини.

-За да можете правилно да го изматите, млекото треба да биде секогаш ладно. Чувајте го во фрижидер и никогаш не го матете истото млеко 2 пати. Изматеното млеко треба да биде на температура од околу 65 степени. Доколку температурата е повисока, ќе се униши целиот вкус на капучиното.

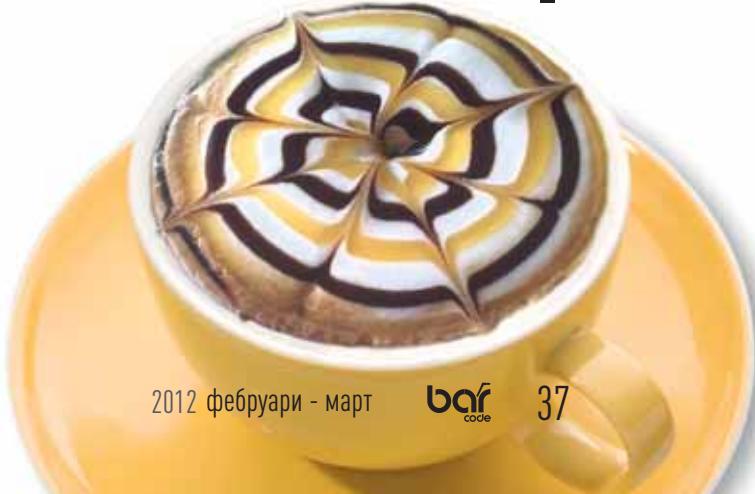
-Идеалната крема (пена) од млеко треба да биде компактна и сјајна, без меурчиња. Што доколку се згреши? Без паника. Доколку изматеното млеко има воздушни меурчиња и не е компактно направете го следново: удрете го нежно лончето неколку па-



ти на дното (на тој начин ќе исчезнат меурчињата) и ротирајте го лончето во насока на стрелките на часовниковит (на тој начин ќе се компактизира кремата). Повторете ги овие движења се додека не добиете компактна и сјајна крема од млеко.

-Пропорциите за вистинско капучино се :25-30 мл еспресо кафе и 125 мл матена крема од млеко. Тоа би значело едно нормално до долго еспресо и остатокот од шолјата млеко. Често пати кај нас при подготвка на големо макијато или капучино се практикува шолјата да се наполни скоро до половина со кафе. Со тоа се менува целото вкус на капучиното или макијатото: ќе биде водесто, без тело и без хармоничен вкус. Обидете се да ги користите горе наведените дози и пропорции и сигурно ќе забележите разлика.

И за крај, подготвката и конзумирањето на еспресо и капучино е стогодишна италијанска традиција. Тоа е уметност, а баристата е уметникот. Бидете професионални бидејќи нема позадоволен клиент од овој кој штотуку се напил едно одлично кафе. ■





бифе насталгија

Паркур за средновечни

Пишува:

Синиша СТАНКОВИЌ



На неодамнешната седенка во маалската кафеана, вториот топол дом на целото наше друштво, имавме жестока дебата на последната тема која ни остана заедничка (откако и онаа, неисцрпната - жените како нужно зло во животот, ја сведовме на озборување на поубавите ни половини и на патетично блаќање низ воздишки за се поубавите нови генерации, откако спортот стана смртно здодевен, а за и околу политиката се зајадовме и закрвивме до балчак, две колена напазад и едно колено напапред), елем, темата за - нашето здравје. И за грижата за него. За загубените нерви и снижените прегради на толеранција и за повишените притисок и зголемениот број на килограми и сантиметри на половините.

Полемиката ја започна дежурниот хипохондар, кој мавтајќи со своите најсвежи лабораториски резултати, меѓу два залка салата од цвекло и морков, му се закануваше на остатокот месождери на масата дека ќебапите и ребрата ќе ги (не) дотепале. А зависта му капеше, море се лееше од влажните очи со кои ја швенкуваше софратата и свежо забранетите му килограми скара... Сега, никој од нас (некогашните „најбољи фраери у маало“ - според сопствените насталгични навраќања на младоста, или барем, некогашните фини момчиња од соседството, кои според пореалните евоцирања на комшиите, знаеја и баскет и сервис да заиграат, се додека сопругите не им спискаат од балконите) никогаш не кревал тегови по подруми и не бил некој „six pack“ билдер со бисерна насмевка, ама не сме биле, пу, пу, пу..., ни како таа најдебелата Американка, некоја си Су-

зан. Според весниците, таа има 300 килограми, се чувствува секси, и, горда и „полна самодоверба“ сака да стане светски рекордер и да тежи цел тон! Мислам, жената може е и OK со умот, особено што со габаритот и волуминозноста и заработкала и можеби таа со дневното гнетење илјадници калории и ќе си го оствари сонот, ама, далеку е Америка од нашето маалско кафеанче.

Не сме ние гломазни како Американците, Канаѓаните или Австралијанците кои од нога, како пеликан голтаат пластифицирани сендвичи со месо од непознато потекло. Нема кај нас екстреми. Ние сме си обични маалски луѓе, едни од илјадниците простосмртници кои прејадени од колбасите покрај паганските огнови и засипнати од недугавото вре-скање на мрсните песни, си постарат само на Бадник, се така, замислувајќи си ја утрешната божиќна софра. И си сакаме здраво да се храниме. Оти здравјето нели, на уста влегува. (Некои велат и дека патот кон секое машко срце води преку желудникот - ова како упатство само за млади моми пред мажење). И сите до еден, (освен оние, добро признавам: се побројните предавници на делото и на маалската кауза, кои индоктринирани од тоа докторите, уште нестапнати во средните години, почнаа да ги ески-вираат кафеанските средби и да штрапацираат по Инфарктштрасе покрај Вардар), го поддржува(в)ме мотото на некојси американски комичар кој тврди дека: „Фанатиците по здрав живот, еден ден ќе се чувствуваат многу глупаво, лежејќи во болница и умирајќи од - ништо“.

И се тешиме меѓусебно дека Западот (а, кога подобро ќе размисли човек, и тоа Истокот, изгледа) нас Балканците никогаш не не разбирали. Со нивните веганства и макробиотики, фитнеси и пилатеси, йогија и зумби, медитации и духовни акробации, животот им има вкус на... соја. Замаскиран со вештачки засладувачи! Бљак! Добро, не се ра-

справам за вкусовите, некои и во оризова водичка си уживаат, ама бе, да не ја спомнувам ич скарата, еве: пача, цимиринки, кавурма, шваргла, прженица или јунешки јазик и бели бубрези (колку да шарам малку)... И се, залиено со вино ем ракија. Тоа се „нашите“ вкусови, барем додека предвелигденски не се појават јагнешките глави и дроб-сармите и кукуреците и крезлите, како мезе пред јагнешкото печено... А сето тоа не врви со „дајет“ газирани сокови кои докажано го уништуваат црниот дроб на човекот. Како што често може да се чуе во берберницата кај Агим или пред маалското гранапче, духот на традицијата, културното наследство, семејните вредности и маалските правила на игра не дефинираат како сладокусци, и тоа ти е. Па, не можеме сега ние, стабилни маалски личности, паркур да вежбаме по дворовите и терасите. Ние корпулентните, пречките со убав збор, низ муабет ги совладуваме. Компромисно, со здравица. За нас и шеш-беш и бриџ се физички активности и кондициони тренинзи! Се во духот на еквидистантата кон Истокот и кон Западот. Иако ние сме си цврсто закостенчени тута, на Балканот. И не ни треба никаква уметност на премествување...

Од друга страна, некои научници од австралискиот универзитетот Дикин, ми се чини, читав во берберницата некни, откриле дека луѓето си имаат и посебно шесто сетило за мрсно (освен оние за за слатко, кисело, солено, горчливо и богато со протеини) кое со време можело да ослабне, па така сме станувале склони кон конзумирање мрсна храна. Во нашето маало, изгледа и се раѓаме без таквото чувство за осет... И, со засилена склоност кон мрсното, си мезиме и демонстративно одбиваме да бидеме посочувани како „лежи-лебу“ кочничари на промените и противници на новото ни, набрзина наметнато „џанк-фуд“ време. Лангзам...

Затоа, кога било кој од нас ќе прочита или ќе чуе некое ново сознание за предностите на аеродинамичниот изглед, веднаш на кафеанска маса ги спротивставуваме аргументите со конвертитите кои се дрогираат со треви, па и со оние кои не скршнаа дотолку, ама се префрлија само на риба и пилешко бело месо. Така, и на последната, гореспомната дебата, на цвекло и зелка воведничарот - провокатор, му контрираме со податоците од берберницата - за истражувањето на тимот турски научници, „кои по повеќемесечно набљудување дошле до заклучок дека дебелите мажи се подобри љубовници“, и дека сексот со нив трае подолго. Не дека ние тоа не го знаевме, одамна сме влезени во маалските легенди кои ги пренесуваме од колено на колено, ама еве и научно да потврдиме. Дебелите мажи, нормално, си имаат масно ткиво - таканаречената „љубовна резерва“, поради кое, според истражувањето, не се истручувале на јуриш пред партнрката. Тајната на неколкуте минути фазла во однос на оние другите де, оние со шест плочки, била некако поврза-

на со женските хормони кои наводно влијаеле врз рамнотежата на хемикалии во мозокот што ја контролираат ејакулацијата... Ама тоа е нешто со што ќе се занимаваат научниците. Поедноставено: елегантно пополнетите си имаат напластено резерви. За се.

А кога ваквата контрола ја засиливме со уште едно научно истражување, овој пат, американско, од универзитетот од Мисури, дека избирачите во западните земји имаат повеќе доверба во подебелите политичари, ептен ги долносавме тревопасните ни опоненти. По повод студијата, некојси д-р Милер елаборирал дека според критериумите на просечниот граѓанин на Запад, „дебелото лице се доживува како чесно, сигурно и инспирира со повеќе доверба, отколку по slabите“. Па, народната мудрост и кај нас е дека - стопан без мев не го бива! Резиме: ги растураме опонентните на сите полиња. Строго научно им ги затнуваме устите. И кутрите, ем им иска - ем им стиска, залудно се обидуваат со по некој контрола-напад да се доближат до чесен пораз. Па, наведуваат дека сме забегале во балканштината, дека дошло крајно време и во нашето маало да се отвори некој ресторан како оној „Срцев удар - грил“ од Аризона кој им нудел бесплатна храна на бабачко-гостите со над 158 килограми. Некојси познат американски нутриционист, кој имал синџир центри за слабеење, сакал да влијае на поинаков начин, па ги облекол келнерките како медицински сестри и вработил промотор тежок 300 килограми, а гостите на грилот бесплатната висококалорична храна ја заслужуваат така што мораат да јадат облечени во болнички мантили?! Бре, бре, голема работа, демек, сети се снао... Не врви ни тоа кај нас.

Зашто, ние сладокусците, ние сме си светски шампиони во инает и во меѓусебно тешење. Какви сме - такви сме, ама сите ние, учесници во маалските дебати за водење грижа за здравјето, да не бевме среќно женети, и денес ќе бевме речиси идеален избор за млади моми пред мажење. И тоа според американски терк! Исполнуваме дури две третини од условите за брачен сопатник од сочиштата: имаме и доволно години, имаме и проблеми со срцето и притисокот... Единствено, пари немаме, за потоа, нели, да ги направиме младите моми - богати наследници. Ама, на Балканов и така не се сонува американскиот сон. ■





HOSTESSES AND MODELS
DINAMODELS@GMAIL.COM



Jägermeister

DRINK IT
ICE COLD

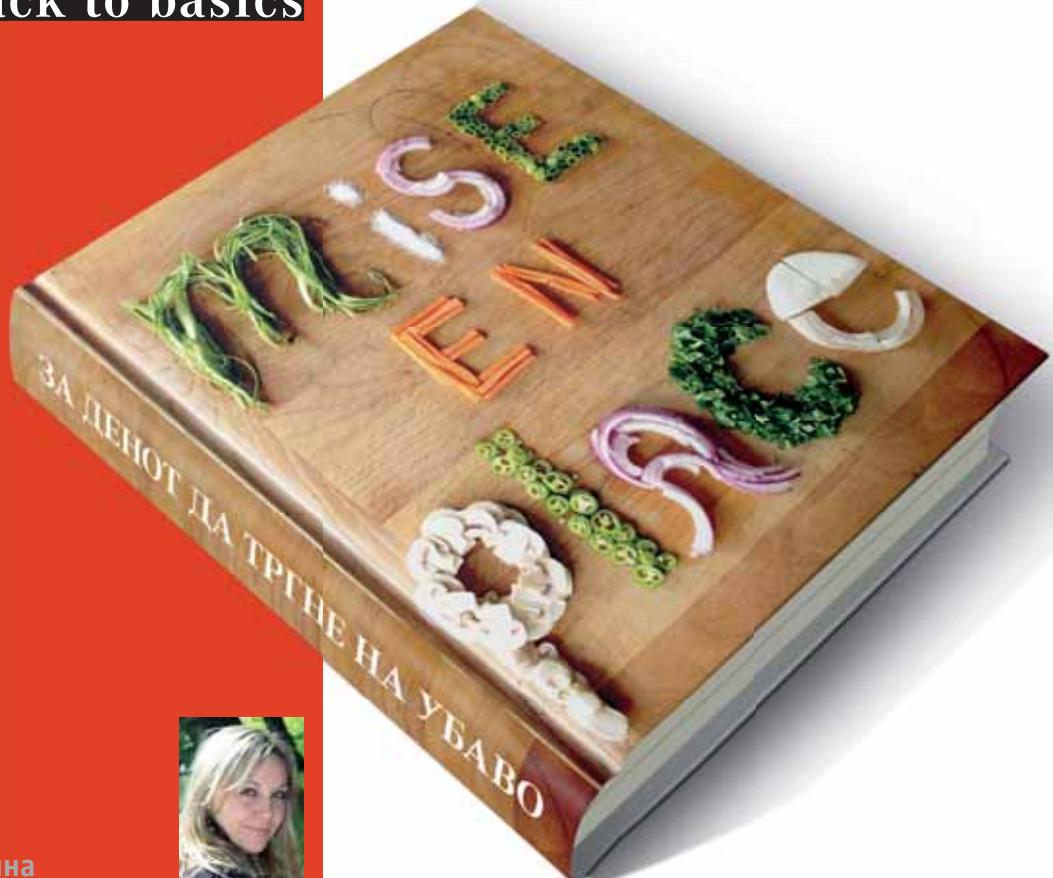
Jägermeister

Produced and Bottled by
Mast-Jägermeister AG
WOLFENBÜTTEL
GERMANY

70 cl
700 ml
35% vol

Drink Responsibly
jagermeister.com

back to basics



Пишува:

М-р Анета Коробкина

дописник од Москва

За денот да тргне на убаво, мора да се подгответе за истиот. Задоволството на гостите ќе расте ако персоналот е целосно посветен на нив и нивниот комодитет, а не зафатен со чистење на масите и подготовкa на истите, диплење на салфетки, редење чинии, полирање чаши или чистење прибори оставајќи ги присутните гости во втор план. Во меѓувреме најнеподнослив за гостите ќе биде оној иритирачки звук на удар метал со метал, стакло со стакло или керамика со керамика. А при тоа, персоналот воопшто да не погледнува кон масите дали е потребна некаква услуга за гостите да се чувствуваат пријатно (замена на прибор, чаши, дополнителен пижалак или понуда на менито). Мене неколку пати ми се има случено во ресторант да забележам дека овој важен момент во текот на работниот ден е пропуштен. Еднаш замолив да заменат чаршав кој беше изгорен од цигара, вторпат масата не беше на рамна површина, а келнерот ми рече "сега ќе свиткаме хартија".

За да не дојде до тоа гостите да се почувствуваат неважни и да забележат дека вашиот ресторант и персонал не е подготвен за работа, работниот ден треба да започне со "Mise-en place" или во директен превод "се на свое место". Ова е процес во кој секој ден пред работната смена персоналот го подготвува ресторантот за беспрекорна работа. Ако подготовката е завршена правилно персоналот нема да има потреба да трча низ ресторант во текот на услужувањето.

Што вклучува "Mise-en place"

- Проверка дали сите електронски апарати работат (клима, парно, светло, музика)

- Подготовка на просторот- се проверуваат масите и столиците дали се во ред (можеби некој стол е потскршен или масата не е на рамна површина па не е удобно да се јаде на неа)

- Ако ресторант има платнени чаршави и салфетки се проверува секоја маса дали истите се чисти и доколку не се, истите се заменуваат

- Ако на масата има свежи цвеќиња се проверува дали цвеќињата се сеуште свежи, дали треба да се отстранат или пак доволно е само водата да се замени

- Сите додатоци кои се наоѓаат на масата треба да се чисти и полни (свека, пепелник, држач за салфетки, сол, бибер, масло, киселина, кечап, сенф, шеќер)

- Приборот кој е поставен на масата (чинии, чаши и прибор за јадење) треба да е кристално чист

- Менијата треба да се разгледаат и да се потврди дека секое од нив е чисто и во добра форма. Доколку се употребува додатокот "дневно мени" треба да го има во секое мени. Менијата кој се искинати или нечисти треба да се отстранат.

Откако просторот ќе биде подготвен за пречек на гости, се подготвуваат помошните маси за келнерите или "Sideboards". Тоа е специјален мебел со многу прегради кој овозможува одлична организација. Во тој дел келнерите би можеле да најдат се што дополнително им е потребно за услугата да оди брзо.

Помошните маси треба да се подготват пред отворањето на ресторанот, а тоа вклучува:

- Чисто исполиран прибор за јадење, зависно од типот на ресторанот. Приборот може да биде различен зависно од менито (од прибор за морска храна до прибор за дивеч);

- Чисти исполирани чаши. Чашите што се користат мора да бидат кристално чисти, измиени и исполирани;

- Чисти дополнителни чинии. Чиниите во кои се служи храната откако ќе се измијат треба да се испо-

лираат за да се потврди дека се чисти;

- Салфетките на масите треба секогаш да бидат здиплени;

- Чепкалки за заби да има во доволен број;

- Чисти пепелници;

- Шеќерници, секогаш подготвени со бел и кафеав шеќер;

- Сол и бибер;

- Филтрирана вода;

- Сите сосови што се нудат (сенф, кечап, табаско, соја сос и т.н.) да бидат достапни;

- Послужавници;

- Зависно од ресторанот (чисти и убаво здиплени чаршави за маси, хартиени, платнени или дрвени подметачи);

- Пенкала и принт хартија (доколку гостите побараат, секогаш треба да сте во можност брзо да ги понудите);

- Отворач за вино;

Подготовката за работниот ден е многу важна и ќе овозможи да се зголеми брзината на услугата, а концентрацијата на персоналот ќе биде насочена кон услуга на гостите наместо кон барање чисти чаршави или чистење чаши. Исто така со правилна подготовка би се намалил и стресот на персоналот во услови кога ресторанот е полн и целиот тим заеднички работи на услуга на гостите. Поради тоа, препорачливо е секој работен ден или пак смена во ресторанот да започнува со Mise-en Place. ■



bubbly

Француско или светско уживање Шампањ

Да бидеме искрени, ретко кои поголеми прослави поминуваат без овој познат светски алкохолен пијалак за уживање. Велам за уживање, затоа што по традиција овој пијалак се пие во најубавите моменти од животот кога треба да ужivate а ако се обидете да го искористите шампањското за опивање нема да ви врати со убаво. Сите оние прослави на кои јас сум била шампањското било знак на "Yes, we did it!"

Првите записи за постоењето на шампањското датираат од петтиот век од нашата ера. Наспроти ве-рувањата дека монахот Dom perignon го пронашол шампањското, други записи покажуваат дека Римјаните се оние кои случајно го пронашле методот на производство каде втората ферментација на алкохолот се одвива во самото шише. Dom perignon е оној кој го унапредил производството меѓу кое и металната жица која ја држи тапата за истата да не излезе од преголемиот притисок во шишето.

Шампањското е пенливо вино со географско потекло од регионот Шампањ во северниот дел на Франција. Поимот "Шампањско" е заштитено со закон и само пенливите вина од овој регион произведени под контрола на "Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne" е Interprofessionnel du Vin de Champagne смеат да го користат поимот.

Основните видови грозје кои се користат за производство на шампањско се: Pinot Noir, Pinot Meunier (црвено грозје) и Chardonnay (бело грозје).

Пишува:

М-р Анета Коробкина

дописник од Москва



Методот на производство на шампањско се користи до ден денес во Франција, каде после првата ферментација, втората настанува во самото шише со додатокот на квасци и шеќер.

Видови на шампањско според составот на гро-зјето:

Prestige cuvee - ова е врвот на производството на шампањско, производителите на куве престиж постојано се обидуваат да го добијат врвниот вкус на еклузивниот пијалак кој ќе се покаже во цената на пазарот. Ова шампањско ги содржи трите сорти на грозје.

Blanc de noirs - во директен превод "бело од црно" Ова е шампањско каде за производство на истото се користи само црвено грозје (Pinot Noir, Pi- not Meunier или двете во комбинација).

Blanc de blancs - во директен превод "бело од бело" Ова е шампањско каде за производство се користи само грозјето од типот Chardonnay.

Rosé Champagne - розе шампањското се добива на два начина. Кај првиот се остава лушпата од црвено грозје некое време со сокот од грозјето, за да

се добие бледо розева боја или пак се додава мала количина на чисто Pinot Noir вино во шампањското.

Според додатокот на шеќер шампањското може да биде:

Ultra Brut/Extra Brut/Brut Nature/Brut Sauvage:
Нема додаток на шеќер.

Brut: Содржи не повеќе од 1, 5% шеќер.

Extra Dry/Extra Sec: Содржи до 2% шеќер.

Dry/Sec: Може да содржи до 4% шеќер.

Demi-Sec: Може да содржи до 8% шеќер.

Doux: Слатко шампањско, кое може да содржи до 10% шеќер.

Ова лето имав можност да направам одлична тура во регионот Шампањ. Ги посетив скоро сите поголеми произведители на шампањско и учествував во собирањето на грозјето (харвестот) и верувајте ми, да имав можност ќе останев да поживеам малку таму, не за друго тук за мирот и спокојот што овој регион го има. Нешто што го нема на друго место во Франција а не верувам дека и некаде во светот тоа е најстаратата кука за шампањ “Gosset” која започнала со работа во 1584 година. Куката “Moët & Chandon” со преку 28 км визби за чување на шампањското на длабочина до 25 метри, со константна температура од 10 степени.

Оваа кука годишно произведува 30 милиони шишиња. “G.H.Mumm” со шампањ од 1911, 1945, 1961 година кои не се за продажба туку до ден денешен се користат за споредување на квалитетот. Ова е шампањското кое се отвора на победите на Формула 1 трките. Куката “Pommery” која се смета за пронаоѓач на длабоките подземни визби, со прекрасна историска градба која привлекува 120,000 туристи годишно.

Куката “Круг” можеби за многу не толку позната но нивното шампањско влегува во 10те најдобри во светот. Куката “Bollinger” со своите незамениви вкусови како официјално шампањско на Џејмс Бонд. Куката “Veuve Clicquot” 30 шишиња шампањско од оваа кука беа најдени на дното на Балтичкото море кои се смета дека датираат од времето на Француската револуција (1782-88). Потврдено е дека ова е најстарото шампањско во светот кое е сеуште добро за пиење. Што ми преостанува да кажам, единствено уживање во Шампањ со шампањско во рака.

Шишињата во кои може да се најде шампањското се следниве:

Вид на шише	Литри	Број на шишиња
Half-Bottle	375 ml	½
Bottle	750 ml	1
Magnum	1.5 l	2
Jeroboam	3 l	4
Rehoboam	4.5 l	6
Methuselah	6 l	8
Salmanazar	9 l	12
Balthazar	12 l	16
Nebuchadnezzar	15 l	20



Интересни факти за шампањското

Во едно шише од 750 мл има 49 милиони меурчиња.

Притисокот во шишето е три пати поголем од притисокот во гумите на колата.

Тапата на шампањското лета со брзина од 60 км на час а најбрзата што е измерена е 120 км на час.

Во Франција има околу 260 Шампањ куки, преставувајќи 70% од светското производство и 90% од светскиот извоз на шампањско.

Постојат 50,000 различни етикети за шампањското.

Во минатото шампањското било нарекувано “Вино на ѓаволот” поради многуте распукани шишиња поради притисокот во истите.

Најскапото шампањско е Louis Roederer, Cristal Brut 1990, Millenium 2000, Methuselah (6L) цена: \$17,625.

Треба да знаете

Шампањското се пие на температура од 8-10 степени.

Се пие како аперитив и истото се пие полека.

По правило шампањското треба да се отвори без летање на тапата.

Колку се помали меурчињата во шампањското толку истото е поквалитетно.

Поголемиот број од шампанската се микс на трите сорти грозје. ■



ПИВО



Не постои земја на планетата во која денес не се произведува пиво. Германија, Америка, Канада, Британија, Белгија, Чешка и Ирска ни се многу добро познати, но што е со оние други земји кои немаат никаква поврзаност со пивото, а сепак го произведуваат. За некои од тие земји не сме ни чуле дека постојат, што е причина од некаде да започне ова наше патување. Во прилог е еден мал избор на земји кои се обидовме да ги откриеме во нашите пиварски авантури. Ако сте љубител на оваа течна храна, ќе се уверите дека секоја земја има свои карактеристики на пивските вкусови.

АНТИГА>Antiqua Brewery
www.antiquabrewery.com

Антига е мала островска земја. Пиварницата била создадена за да произведе врвно квалитетно локално пиво, ст兜t и некои безалкохолни пијалоци. Била изградена од страна на локални инвеститори под надзор на меѓународна компанија од Германија- "Brauhaase" која нудела и техничка експертиза. "Wadadli" е нивното врвно и често пати наградувано пиво - светски шампион! Тие денес произведуваат голем број на познати лиценцирани брендови вклучувајќи го и нивното локално пиво во количина од 50000 хектолитри со висок квалитет. Станува збор за освежително лагер пиво именувано според amerindискиот збор на нивниот остров. Пуштено е во промет во 1993 година.

Пишува:

Марјан КОСТАДИНОВСКИ



BeerShop

БАРБАДОС>BANKS BREWERY
www.banksbeer.com

Пиварницата е формирана во 1961 година во Барбадос, едно од најубавите места на Карибите. За тамошни туристи пиварницата Banks го создаде пивото Banks Beer, темно еjl пиво оригинално произведено во 1956 година.

ДАЛИ СТЕ ЗНАЕЛЕ на Барбадос, како и во повеќето други места во светот легално дозволена граница за пиење алкохол е 18 години, но постојат и исклучоци од ова правило- децата на возраст од 10-17 години може легално да конзумираат алкохол, доколку има некој родител со нив!

КАМБОЦА>KINGDOM BREWERIES
<http://www.kingdombreweries.com/>

Камбоца не е земја позната по производство на пиво, но ситуацијата сепак се менува. Пиварница-та Кингдом е формирана во 2009 година, а првото истоимено лагер пиво селектирано најдобриот германски и чешки хмель и врвна квалитетна вода од нивни извори е произведено во 2010. Првото официјално отворање било за јавноста да може да го следи процесот на производство.

КУБА>CERVESERIA BUCANERO S.A.
<http://www.cerveceriabucanero.com/>

Cervecería Bucanero S.A. (CBSA) е најголем производител на пиво во Куба. Лоциран е во Хавана. Пиварницата се наоѓа во Холгин кој е типичен Кубански град лоциран на источната страна на острвот. Карактеристично за овој град е што овде ќе ја најдете најдобрата квалитетна вода во светот. "Bucanero Fuerte" е нивниот локален бренд- херој кој името го добива според старата легенда на пиратите кои крстосувале по морето. Пивото е направено од природни и свежи состојки, со супериорен слад се меша со најдобриот кубански шкер. Ова 100% оригинално Кубанско пиво е со темна боја и алкохол 5,4 %.

ЕГИПЕТ>AL AHRAM BREWERY
<http://www.alahrambeverages.com>

Пиварницата е формирана во 1897 година и денес е водечки производител на пиво во Египет со наследство кое потекнува уште од 19-тиот век. Но, дури и пред тоа пивото не било непознато за Египќаните. Се верува дека било секојдневен пијалок на бегот Озирис уште во 2000 год п.н.е. но под строга контрола на власта. Денес пиварницата има широк спектар на пивски брендови за домашниот и меѓународен пазар, под експертиза и надзор на Хајнекен.

ДАЛИ СТЕ ЗНАЕЛЕ ДЕКА
Пивото е откриено во Египет.

ИСЛАНД
<http://www.olgerdin.is>

Пиварницата Ölgerðin Egill Skallagrímsson ehf е лоцирана во главниот град Исланд, а формирана е во 1913 година. Започна со производство на пиво, но денес има и голем спектар на други високо квалитетни пијалоци. Денес, целата дистрибуцијата оди преку овој гигант. Пиварницата е именувана според еден викиншки поет и авантуррист- Егил Скалагримсон. Денес произведува, полни и дистрибуира

широк ранг на странски и локални производи: , 7 ап, грејпфрут сода, локалното пиво Egils Pils, Premium и уште многу други брендови.

ДАЛИ СТЕ ЗНАЕЛЕ ДЕКА:
Пивото било забрането во Исланд во периодот од 1915 до 1ви Март 1989 година токму поради тоа, тој ден во Исланд се прославува како ден на пивото.

ЛАОС>LAO BREWERY COMPANY
<http://www.beerlao.la>

Lao Brewery Co.Ltd. е формирана во 1973 година како заедничка инвестиција на странски инвеститори и бизнисмени во Лаос кои го создале Лаос пивото и фабриката за мраз. Во тој период компанијата имала годишен капацитет на производство од 3 милиони литри пиво, 1,5 милиони литри на газирани пијалоци и дневен капацитет на производство на мраз од 120 тони. Beerlao е името на нивниот спектар на пива (од лагер до светли и темни пива) произведени во оваа компанија. Направено е од квалитетен слад со уникатен вкус и сеуште е најдобар пивски бренд во земјата. Добитник е на многу награди, а се извезува во 13 земји низ светот.

ДАЛИ СТЕ ЗНАЕЛЕ ДЕКА
Лаос е трет по големина производител на опиум во светот.

MALTA
<http://www.farsons.com>

Островорот Малта е домот на независната пиварница Sajmon Farsons Cisk формирана во 1929 година. Таму се произведуваат неколку пива вклучувајќи го и интересното Farsons Lacto Milk Stout кое што се произведува од 1946 година. Тие исто така произведуваат и еден поголем спектар на британски ејлови и мешавина на лагери-Farsons Pale Ale - од 1928, Cisk Lager, Cisk Export, Farsons Strong Ale.

ДАЛИ СТЕ ЗНАЕЛЕ ДЕКА
Се верува дека на Малта бил лоциран легендарниот град Атлантида.

НИГЕРИЈА>Nigerian Breweries
www.nbplc.com

Пивото и пиварската индустрија се меѓу најголемите растечки индустриси во Нигерија. Пивото е најпопуларен пијалок со опфака околу 96 % од продажбата на сите алкохолни пијалоци. Пиварници има речиси низ целата земја. Nigerian Breweries Plc, е пионер и најголема пиварница во Нигерија. Првото пиво кое што го произведоа од Лагос пиварницата е пивото Стар лагер во 1949 година. Сите други помали компании се понатаму превземени од оваа пиварница, вклучувајќи ги и Aba Brewery од 1957, Kaduna Brewery од 1963, и Ibadan Brewery од 1982. Во нивното портфолио има многу високо квалитетни брендови како: Star Lager Beer, Gulder Lager Beer (1970); Maltina (1976), кое што денес има три варијации (Maltina Classic, Maltina Strawberry, и Maltina with Pineapple); Maltina Sip-it (2005), кое што се пакува во тетрапак; Legend Extra Stout (1992); и Amstel Malta (1994).

ДАЛИ СТЕ ЗНАЕЛЕ ДЕКА > Во Нигерија има најголем број на родени близнаци, споредено со други земји во светот.

ПАЛАУ>Palau Brewing Company
<http://www.redroosterbeer.com/>

Пиварницата своите врати ги отвори во 1998 година во Короркој што е еден од најголемите градови на овој остров. Пиварницата произведува еден поширок спектар на пивски брендови кои се сосема различни по вкус: Palau Dark, Red Rooster Amber Ale, Red Rooster Amber Pale Ale, R.R. Light Blonde ale, R.R. Rockjet Booster Barley Wine.

ДАЛИ СТЕ ЗНАЕЛЕ ДЕКА
Земјата има околу 300 илјади острови од кои само осум се населени.

CAMOA>samoa breweries limited
www.vailima.ws

Samoa Breweries е главната пиварица во Самоа каде се произведува германскиот тип на лагер пиво, кое што се нарекува "Vailima" според истоименото село во Самоа. Од 1999 е во сопственост на групацијата Fosters. Годишно се произведуваат приближно 8,500,000 литри пиво и 6,500,000 литри безалкохолни пијалоци. Ориентирани се на домашниот пазар, додека извозот 12 %.

ДАЛИ СТЕ ЗНАЕЛЕ ДЕКА
Познатиот шкотски писател Роберт Луис Стивенсон последните пет години од својот живот ги поминал на овие острови.

ШРИ ЛАНКА
<http://www.lionbeer.com>

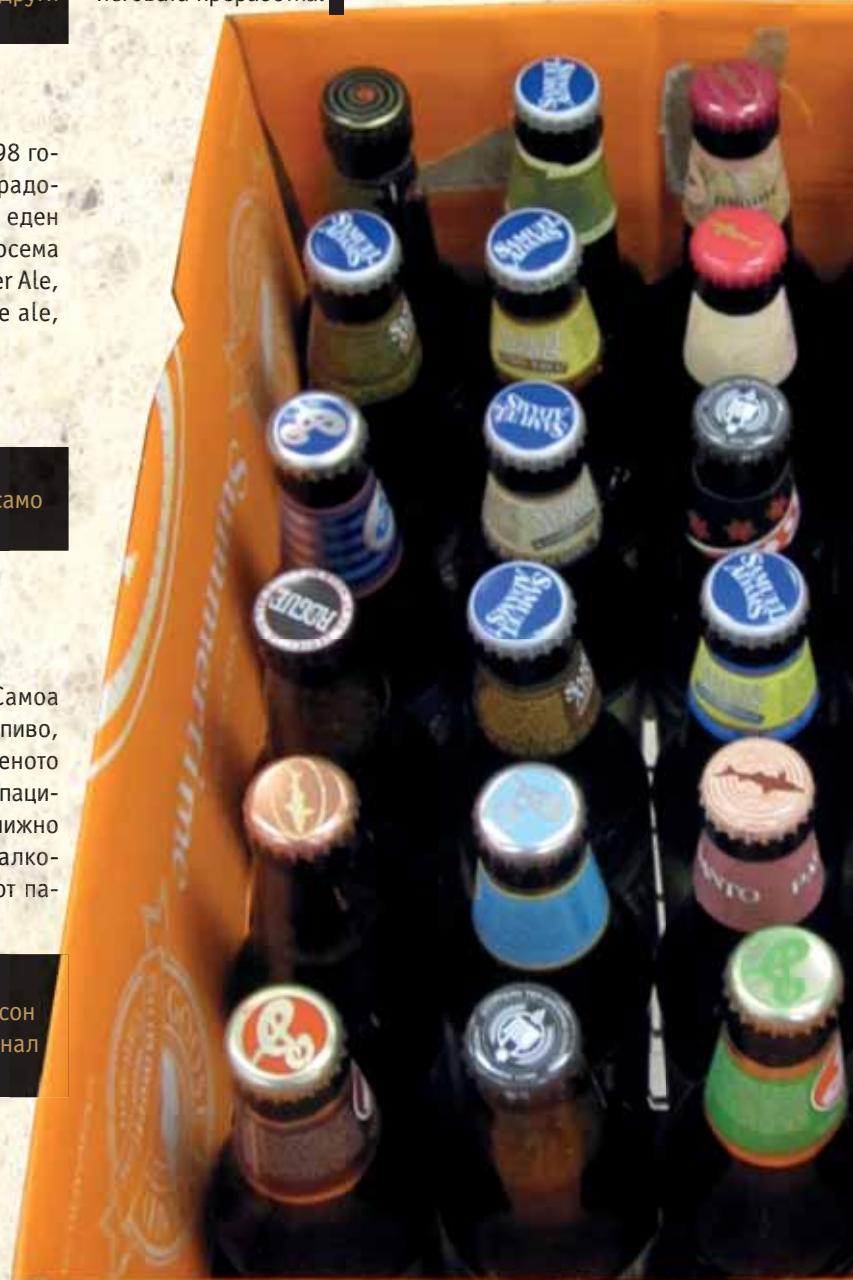
Денес оваа пиварница е во сопственост на Карлсберг, но се уште го произведува своето оригинално пиво Lion Beer во три верзии: Lion Lager, Lion Stout, Lion Strong Beer.

ДАЛИ СТЕ ЗНАЕЛЕ ДЕКА

Зачинот цимет потекнува од Шри Ланка, а откриен е од Египќаните.

ТИБЕТ>THE LHASA BREWERY
<http://www.lhasabeerusa.com/>

Lhasa Beer е единственото пиво во светот од јачмен од сопствено производство. Ова е во производството на пиво и е иновација на главниот пиварски мајстор Алан Корнхаусер, добитник на повеќе златни медали. Ласа пивото е внимателно направено за да ги користи уникатните предности и карактеристики на Тибетскиот јачмен, при што ги минимизира проблемите кои се јавуваат во текот на неговата преработка.



ОПРЕМА ЗА СИТЕ ВИДОВИ УГОСТИТЕЛСКИ ОБЈЕКТИ



always a step ahead of others



секогаш чекор пред останатите

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

само за вашите уши



Музиката во баровите и ресторантите

Причината за посетеността на барови во голема мера зависи од видот на музиката што се слуша таму. Угостителската индустрија денес „пати“ од тоа да измисли нешто ново, да воведе некој нов тренд на музика, за да привлече што поголем број на клиенти. Меѓутоа, во светот се покажало дека алтернативните форми не се секогаш најуспешни, напротив, ресторантите и баровите каде се слуша комерцијална музика се главниот извор на профит. Во Скопје, одамна се отворија ирски, кубански, мексикански, шпански, италијански, кинески, индиски и јапонски ресторани за кои би помислиле дека главната причина за нивното опстојување на пазарот е храната. Тоа е воглавно точно, но кога подобро ќе размислим, гостинот може да јаде шпагети и да пие мокито во било кој ресторант, со оглед на тоа што денес ресторани нудат разновидна храна во менито, а баровите голем број на коктели. Поради тоа, она што го привлекува гостинот да влезе во ресторантот е амбиентот создан од музиката и клиентелата.

Пишува:

Аријана КОСКАРОВА

дописник од САД



Освен храната, музиката е главниот виновник за нашето расположение, може да не стимулира да останеме или што побрзо да го напуштиме ресторант или барот. Понекогаш се случува да влеземе во некој бар, да видиме дека е празно, музиката не одговара на нашиот план за вечерта и да го напуштиме барот. Иако на прв поглед неважен, овој детал игра огромна улога целокупната слика што гостинот ја добива за просторот и никако не смее да биде занемарен. Еден бар или ресторант што има тенденции да се развие како угледно место, не смее да ја занемари музиката ниту пак да има шаренило од тонови. На почетокот на создавањето на самата идеја мора да се утврди типот на музика што ќе се слуша во ресторант или барот и истиот да се придржува до неа. Ако сме се одлучиле за современ бар кој преку ден служи како место за добро кафе, а навечер и преку викендите за добра забава, треба да се создаде музичка програма која понатаму ќе служи како препознатлив симбол за барот или ресторантот.

Морам да напоменам дека скоро сите ноќни клубови во Скопје работат по една музичка шема, која иако на моменти изгледа „досадно“, на долг период изгледа препознатлива за самиот локал. Баровите, во борбата за клиенти често пати експериментираат со изборот на музика. Секоја чест за исклучоците кои се држат до својот имиџ, но доколку станува збор за место каде што се слуша рок музика, не смеете во сабота после полноќ да пуштите музика од Аца Лукас само затоа што малку повеќе сте се расположиле. Исто така о-не ги разбираам свирките во кафеана започнуваат со Ангелс на Роби Вилијамс. Е мора да постои категоризација која музика каде се слуша.

Еден интересен факт што неодамна го прочитав вели дека кога атмосферата ќе се опушти во барот се случуваат две работи: се намалуваат светлата (па добиваме една зачадена атмосфера) и се попушта музиката. Намалувањето на светлата го сигнализира започнувањето на вистинската ноќна забава. Со задимување на светлата и алкохолот започнува да ја прави својата магија и еуфоријата може да започне. Но, со пуштањето на музиката погласно, луѓето почнуваат да викаат еден на друг и настанува проблем при самата интеракција. Бидејќи сите викаат, барот почнува да станува прегласен и насекоро луѓето започнуваат да се откажуваат од обидите да комуницираат при тоа се фокусираат на пиењето. Повеќе погрешни чекори во барот, повеќе каење на утро.

Секако, ова се очекувањата на сопствениците на баровите и не се добри за профитот. Барем така вели мудроста во оваа индустрија.

Во два различни бара во Франција, една саботна вечер, неколку истражувачи се обиделе направат едно интересно истражување. Нивото на музика било манипулирано за да создаде услови за вистински експеримент. Било вклучено или на нормален волумен од 72 децибели или до 88 децибели. За споредба, 72 децибели е како звук на гужва во сообраќај додека 88 децибели е како звук кој се слуша при косилка. Едно е сигурно, кога музиката била поглъната, пивата се испиле побрзо. За просечни клиенти во бар, потребни се 14.5 минути за да се испие чаша од 250 мл пиво, кога музиката е на нормалното ниво.



Но минутажата се намалила до 11.5 минути кога музиката била пуштена гласно. Исто така, додека биле во барот секој клиент нарачал уште еден пијалок за време на гласната музика.

За разлика од баровите каде гласната музика е добредојдена во вечерните часови треба да се знае дека во ресторантите музиката помага при варење на храната и предизвикува убаво расположение, но само кога е тивка и пријатна. Треба да се направи дистинција на музиката според местото, гласен бенд во ресторант е неприлика. Неговата бучава без оглед дали станува збор за класична или популарна музика го спречува разговорот кој е неопходен за да имате еден пријатен оброк. ■





HOTEL PORTAL



Hotel Portal
Apartments- rooms

+389 2 309 5227 +389 70 226 543 +389 75 226 543

e-mail: hotelportalskopje@hotmail.com web: www.hotelportalskopje.com

facebook: <http://www.facebook.com/HotelPortal>

Што Сака да Jade вашата кожа

Моркови

Овој крцкав зеленчук е полн со витамин А, што помага за одржување на pH рамнотежата на површината на кожата (ја прави доволно кисела за да се одбрани од штетните бактерии). Истражувањата покажале дека лицата кои најповеќе консумираат каротеноиди - пигменти кои природно ги има во морковите, се изложени на шест пати помала опасност од рак на кожата, отколку лицата кои консумираат помали количества каротеноиди.

Боровинки/бобинки

Високото количество антиоксиданси во капините, боровинката и јагодите нуди безброј поволности за здрава кожа. Не сакате ваков тип на овошје? Артичоката, гравот, сушените сливи и оревите се преполни со антиоксиданси исто така.

Лосос, ореви и ленено семе

Општите состојки во оваа храна кои го потпомагаат здравјето на кожата се есенцијалните масни киселини, кои не само што ги блокираат штетните иританси, туку и ги спроведуваат хранливите материји кои влегуваат и излегуваат од телото и отпадокот што влегува и излегува од клетките. Колку е појака оваа бариера, толку повеќе клетките од кожата можат да ја задржат кожата влажна.

Пишува:

Д-р Радмила ДИМОВСКА,
МСц, спец. по ортодонција,
лазерска ортодонција и anti-aging
Круна МС



Здрави масла

Квалитетните масла - оние кои се ладно цедени, добиени со преса или необработени (extra virgin) ја подмачкуваат кожата и и даваат добар изглед и добро чувство. Но, внимавајте, дури и здравите масти имаат високо калорична вредност, па затоа ограничете го вносот на две супени лажици дневно.

Леб од цели зрна, мафини и житарки; мисирка, тута и ореви

Можеби ова изгледа како случаен список за купување, но се од него е богато со минералот селен, што игра главна улога за здравјето на клетките на кожата. Всушност, истражувањата покажуваат дека дури и кожата оштетена од сонцето може да претрпи помалку оштетувања доколку нивото на селенот е повисоко.



Освежете го вашето лице

ЧЕЛНИ ЛИНИИ

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

ОЧНИ КЕСИЧКИ/ТЕМНИ КРУГОВИ

Предизвикани од: изложеност на сонце, лоша дренажа, токсини, процес на стареење, диета, пушење, 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, смеене, мижуркање, пушење, 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, микрордермоабразија.

УМОРНА КОЖА

Предизвикани од: изложеност на сонце, пушење, 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, микрордермоабразија, козметички режим за нега на кожата што исто така има медицинско дејство

ПАДНАТИ ВЕГИ

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, микрордермоабразија, козметички режим за нега на кожата што исто така има медицинско дејство.



Најдобро: Лосос

Рибата како лосос, која е богата со омега масни киселини или есенцијални масни киселини е исто така од клучно значење за општото здравје на кожата. Омега-3 масните киселини од лососот приднесуваат за здрави клеточни мембрани и општо здравје на разни клетки во телото. Колку се подобри сидовите на клетките, толку клетките се повеќе способни да зачуваат повеќе вода, при што кожата изгледа витална, пополната и помлада,

Најлошо: Бонбони

Бонбоните се полни со шеќер. Преголемото количество на шеќер предизвикува брчки и губење на сјајот на кожата. Како? Ги оштетува колагенот и еластинот кои ја одржуваат цврстината и младешкиот изглед на кожата, при што кожата се суши и се јавуваат предвремени брчки и свиснување.

Најдобро: Јогурт

Млечните производи содржат витамин А, којшто е важен фактор за здравјето на кожата. Се додека консумирате јогурт без или со мал процент ма-снотии и без додаден шеќер (и секако во умерена количина), ќе внесете многу протеини и витамиини, од кои сите помагаат во подобрување на имуниот систем, а следствено на тоа помагаат и во добивање на чиста и витална кожа.

* Внимавајте колкава количина млеко консумирате, бидејќи е докажано дека млекото приднесува до појава на акни и затнување на порите (поради шеќерите и додатните хормони кои ги содржи). Пијте млеко во умерени количества.

Најлошо: Бел леб

Било која храна со високо ниво на шеќер, како тестенини, бел леб и торти/тортици се поврзува со зголемена појава на акни, па затоа, консумирајте житарки. Пченицата и овесот се преполни со антиоксиданси и се успешни во борбата со инфекциите.

Најдобро: Боровинки

Храната богата со антиоксиданси, како боровинките, кои содржат најголем процент антиоксиданси, значително влијае на кожата. Слободните радикали предизвикани од загадувањето и УВ зраците ги напаѓаат клетките на кожата и приднесуваат до оштетување на ДНК. Ова вкусно овошје е моќна одбрана од предвремено стареење.

Најлошо: Сол

Солта приднесува до отекување на ткивата и му дава на лицето отечен и нездрав изглед. Јодизираната сол е особено лоша во високи дози, бидејќи е докажано дека ги воспалува акните. Проверете го количеството сол во секој готов производ и измијте ги сите конзервирани зеленчуци, меса и грав пред консумирање за да им го намалите нивото на сол што го содржат.

Најдобро: Бадеми

Бадемите се преполни со витамин Е, а богати се и со монозаситени масти, т.е. добри маснотии кои го снижуваат нивото на холестеролот и го одржуваат здравјето на клетките, кое е клучно за младешкиот изглед на кожата.

Најлошо: Алкохол

Добро, ова и не е храна, но се најде на овој список бидејќи го консумираме. На кратко, преголемата консумација на алкохол ја оштетува кожата. Алкохолот екстремно ја дехидрира кожата и приднесува до проширување на крвните садови, што може да предизвика цревенило.

Најдобро: Спанак

Овој зеленчук чии листови имаат темно зелена боја содржи бета каротен - многу јак антиоксиданс што помага за регенерација на клетките на кожата и ги забавува клетките од рак на кожата. Исто така, на кожата и дава младешки сјај и го спречува стареењето. Богат е со лутеин, калиум, влакна и фолна киселина, од кои сите ја потпомагаат ДНК регенерацијата која понатаму ги лечи клетките од кожата оштетени од сонцето и ги штити од рак.

СКОПСКИ ПРИКАЗНИ

Скопска

Успешноста на современиот свет се темели на длабоката традиција пренесувана со генерации и генерации низ вековите и децениите. Скопје, денес е голем и модерен град, но сепак низ сокачите на старата Скопска Чаршија сеуште се прераскажуваат старите приказни од познатите скопски маала, за кои модерното време се уште копнеш.

Старите скопјани добро го познаваат терминот Бирарија. Тој веднаш асоцира на некаква поврзаност со пивото, а сите добро знаеме дека Бирарија е една од најскопските стари населби. Талкајќи по тоа маало, можеме да наидеме на приказна која што објаснува како е настаната Бирарија.

Скопјаните се надалеку познати гурмани, желни за добра скара, традиционален пијалак, чалгии и чаршиски муабет. Познато е дека помеѓу омилените пијалоци на старите скопјани биле лимонада, газоза, клакер, салеп, кафе, чај, боза, вино, ракија и бира. Освен бирата, останатите пијалоци се служеле во сите предели на Македонија. Не многу далеку од центарот на старо Скопје, во подножјето на планината Водно, а во близина на црквата Св.Петка, некаде во 19тиот век од страна на фамилијата Арсовски била изградена Првата Парна Пивоварна, прва и единствена на територијата на Македонија. Со тој чекор, фамилијата Арсовски започнала да го произведува магичниот пенлив пијалак со златно-жолтеникава боја, а со вкус на денешното пиво. Старите Скопјани ја имале честа први да ја пробаат бирата, а старото Скопје било единственото место каде што можело да се пие истата и секој кој што посакал да го проба тој жолтеникав и пенлив пијалак морал да дојде во Скопје. Како и во минатото, така и во денешно време, кога Скопјаните сакаат да се освежат, велат „Дајте да се напиеме по една бирка“. Терминот пиво на оваа територија почнал да се употребува многу подоцна.

Со цел да го доближат вкусот на бирата до сите обожуватели на алкохолот, фамилијата Арсовски во рамките на пивоварната направиле ан, кој претставувал збиралиште на сите Скопјани како и можност секој трговски патник кој поминувал низ Скопје да може да преспие и да си ја исполни желбата да го проба вкусот на бирата.

Индустриското пиво Аловина, Арсовски го подготтувале на уникатен начин. Рецептот е едноставен, само треба да се биде мајстор како Арсовски. Овој посебен вид на алкохол се приготвува со набабру-

БИРА

вање на јачмен или овес, потоа се оставал истиот да се исуши, за подоцна да се измеле и да се добие брашно. Од добиеното брашно се замесувало тесто со студена вода и се ставало на дното на некој сад. Врз него се поставувал влажен камен и веднаш потоа садот се полнел со врела вода, по што доаѓало до вриење, односно ферментација. Така се добивал жолтеникав пијалак со 2,5-4% алкохол, и со вкус на денешно пиво.

Пивото било чувано во големи дрвени буриња, сместени во подрумите на алот кои помагале да се задржи подолго време оригиналниот вкус на домашното индустриско пиво Аловина, а истото било послужувано во големи кригли од 300мл, што представува доказ дека пивото отсекогаш било меѓу омилените пијалоци на скопјаните.

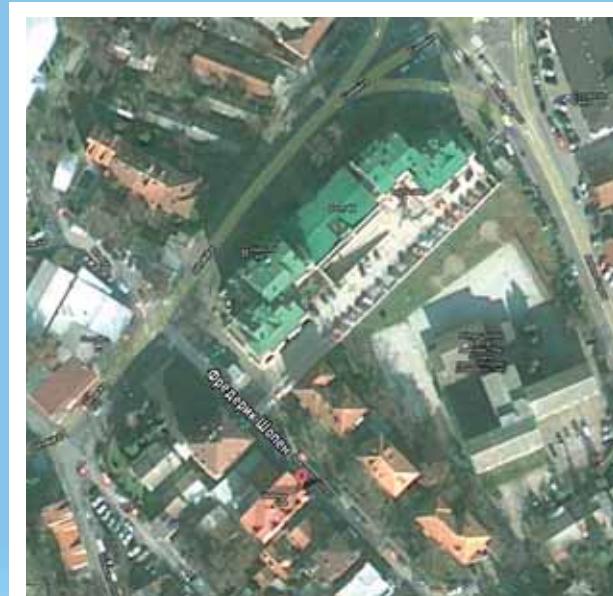
Сакајќи да се доближат до вкусот на бирата, а истовремено да се релаксираат во сопствен дом и мирисот на шумскиот предел на Водно, старите Скопјани почнале да ги градат своите викенд куки во непосредна близина на Првата Парна Пивоварна.

Со текот на времето на ова место се изградиле толку многу викенд-куки, што местото почнало да личи на населба. Инспирирани од бирата, сопствениците на викенд кукит ова место го нарекле населба Бирарија, за истата да прерасне во општина Бирарија која самостојно делувала до 60тите години од минатиот век, за подоцна да делува само како урбана заедница и да е дел од населба Џрниче.

Во животот се тече и се се менува, но коренот се- пак останува. Ако денес отидете на местото и ја побарате старата Пивоварна, нема да може да ја најдете, туку ќе наидете на станбено деловен објект од 8600м² со 70стана и 514м² деловен простор, а го носи името Бирарија.

Овој станбено деловен објект е сплот на традицијата и модерното време. Секој оној кој сака да биде дел од магијата наречена бира е човек создаден за да живее таму.

Во него ќе биде сместена и Урбаната заедница Бирарија, чија што единствена цел е да ја одржува и негува традицијата, а да ја пренесува во модерниот свет.



Модерна традиција - Бирарија

Ул. Фредерик Шопен 5Б

Продажба на станови со Имотен лист за предбележување и кредитирање со повластени каматни стапки од НЛБ Тутунска Банка

**Инвеститор
Констракшн Груп**

**По одобрение за градба
УП. 12-2068/5 од 01.10.10
Контакт телефон: 02 311 22 37
076 26 18 20 076 26 18 23**



Пустински ветер дува низ отворениот прозорец на една фабрика во Каиро која ја крие една од најголемите тајни на италијанската висока мода- египетските шнајдерки.

Пишува:
Цаци Паковска

стилист



Жени со марами на главите ги зашивават нарамениците, ја пеглаат свилената цеповина и ја лелеават италијанската ткаенина под дигиталните машини за шиење. Тие изработуваат костум од 1300 евра за Валентино, едно од најпознатите имиња во италијанската луксузна мода. Занаетот го учат од видео касета на ТВ, кој е поставен околу подот на фабrikата.

Со години, европските компании за луксузни облеки ги произведуваат маиците и фармерките во источна Европа и северна Африка, а на своите модни колекции им ставаат премиум цени само затоа што се со етикетата "Made in Italy."

Сега, притиснати од растечката вредност на производствената цена, девалвацијата на валутите и конкуренцијата од евтините брендови, Валентино и другите модни компании од Италија и Франција го кршат едно од најстриктните правила во високата мода: ексклузивни колекции изработени во земјите во развој.

Селин, модниот бренд кој е дел од групацијата LVMH (Lui Viton Moet Henesi), произведува чанти од цинс и кожа кои се продаваат за износ од 500 евра. Компанијата „Цорџо Армани“, тврди дека произведува 18% од својата „Armani Collezioni“ (чији волнени панталони чинат 1500 евра) во Источна Европа.

Дури и пионерите на етикетата "Made in Italy", како што се Прада, Гучи и Тодс тивко се селат во странските фабрики.

Групацијата Гучи почна да шие некои од своите патики во фабрика во Србија, додека пак компанијата за кожени работи Тодс, ги произведува своите Хоган патики во Унгарија, а размислува производството да го префрли во Кина.

"Што ви е грижа каде ги изработувам моите чевли?" вели Патрицио Бертели, извршниот шеф на групацијата Прада. Доколку дозволуваат локалните

СО ИНТЕНЗИВЕН МИРИС НА ПЛАНИНСКА СВЕЖИНА

PANORAMA ICE

SNOW ΔΟ -21° C

SNOW ЧИСТИ И ОДМРЗНУВА

PANORAMA ICE можете да ја најдете на сите поголеми бензиски пумпи во Македонија и продавници за авто козметика.

НАРАЧАЈТЕ НА: 077/819 262
ПОСЕТЕ НЕ НА FACEBOOK.COM/MK PANORAMA
ПИШЕТЕ НА MAIL: EONMK@YAHOO.COM

НЕ ГО ОСТАВАЈТЕ АВТОМОБИЛОТ ЖЕДЕН
КУПЕТЕ ПАНОРАМА!!!



Магазин за вино и животен стил

wine spirit



закони, г-нот Бертели вели дека тој би претпочитал на своите продукти да ја стави етикетата "Made by Prada". Во Словенија, Прада изработува некои модели на чевли, а деловите за чанти ги произведува во Турција.

Преселбата на производството од Франција и Италија е на својот почеток. Извршните директори на модните марки велат дека само некои од нивните продукти никогаш нема да се произведуваат во земјите со евтина работна сила, бидејќи ништо не може да се спореди со италијанското занаетчичество. Софистицираните артикли изработени во мали серии, како на пример рачно изработените кожени чанти, се уште се "Made in Italy", но можеби е само прашање на време.

"Ќе бидат потребни уште 15 години додека производството на главните колекции на луксузните брендови потполно се делокализира, но тоа ќе се случи"- вели Тонино Перна, извршен шеф на IT Holding SpA, што произведува релативно достапни колекции за марките како што се Версаче, Долче&Габана и Фере. IT Holding SpA, 30% од своите облеки и модни додатоци ги произведува во странство. Извршниот шеф на оваа компанија вели дека има многу брендови кои ги произведуваат своите облеки надвор од Европа, а сепак не го признаваат тоа.

Компаниите кои произведуваат патики, но и автомобилските гиганти одамна ги открија Кина и Мексико како локации за производство. Но брендовите за луксузна роба отсекогаш беа приврзани за италијанското и француското производство поради нивното луксузно искуство. Ознаката "Made in Italy", со својата вековна историја на занаетчичество ги потврди своите претерани, но оправдани цени. Ако нивните облеки се произведуваат во фабриките со евтина работна сила, како на тоа ќе реагираат конзументите? Дали луксузните брендови треба да попаднат под притисокот и пониските цени за да бидат профитабилни?

Многу италијански модни куки стравуваат од пад на прометот доколку признаат дека нивните производи не ги произведуваат во италијанските текстилни фабрики.

Повеќе од еден век, овој сектор помогна да се зајакне италијанската економија, четврта по ред во Европа. Како што компаниите го пренасочуваат производството надвор, продажбата на италијанскиот текстил е опадната за повеќе од 10% во изминатите три години, со изгубени повеќе од 24000 работни места во текстилната индустрија. Како и да е, многумина од оваа индустрија признаваат дека е само прашање на време кога Кина ќе биде дел од сечие производство. ■

АРМАНИ (Armani): 18% од Armani Collezioni се произведува во источна Европа

СЕЛИН (Celine): Линијата на чанти Мацадам се произведува во Кина

ФРАНЧЕСКО Биазиа (Francesco Biasia): 80% од производството на овие чанти е во Кина и источна Европа.

ГУЧИ (Gucci): Некои од нивните патики се произведуваат во Србија.

ХУГО БОС (Hugo Boss): Костимите од 550 евра се произведуваат во Кина.

ПРАДА (Prada): Некои од нивните чевли се произведуваат во Словенија, а некои делови за чантите се прават во Турција.

ВАЛЕНТИНО (Valentino): Машки костим кој чини 1300 евра се произведува во Египет.





PLAYBOY
MACEDONIA

2012 февруари - март

bar
code

61



START A PARTY

HOWEVER YOU START A PARTY
PLEASE ENJOY IT RESPONSIBLY





STARTAPARTYHERE.COM

city
radio
94.7





2012
SEASON

club  colosseum





GOOD

—



KEEP WALKING
JOHNNIE WALKER 



Најдобрите брендови
лесно се препознаваат

www.superbrands.mk



Време е за...

Осврт кон изложбата на Филип Фидановски

На 27.11.2011 година, во прекрасниот амбиент на кафе-галеријата Осум, лоцирана во Безистенот на најеснафскиот дел на Скопје - Старата чаршија, реализирана е еднодневната изложбата на керамичарот Филип Фидановски.

Пишува:
Гордана Кнежевик

Историчар на уметност и археолог



Кога ќе го здогледате делото на Филип Фидановски првично се наметнува прашањето зошто делото е конципирано како круг- часовник, дали е истиот илустрација на кругот на пријатели, или пак е начин за геометриска артикулација во просторот... Прашувате која е крајната цел?

На темното пано поставени дваесет и четири керамички плочки, „коцка по коцка“, траги на еден интимен круг.

Керамичките плочки со ликовите, кои го сочинуваат кругот на пријатели на Фидановски, се изведени во црно-бел колорит, во техника сито печат. Во средината е поставен механизам на часовник, чии што стрелки вперени кон 12/24 часот ја започнуваат приказната проектирајќи го самиот автор. Приказни кои се пресретнуваат и одминуваат.

Плочка со неговиот лик ја завзема позицијата на почеток и крај, симболичен центар на часовникот.

Изразувајќи го концептот на ваков начин, визуелна импресија поткрепена со танго- POR UNA CABEZA од Carlos Gardel, авторот вклучува и пантонимичар кој низ движења, гестови, фацијална експресија ги доближува односите со неговите пријатели.

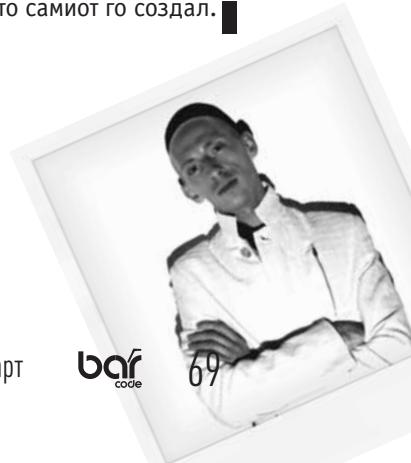
Следејќи ја изложбата создадена за ре-валоризација на пријателството, се забележува спонтаноста на авторот кој е без тенденција да имплементира определена психолошка вредност. Тој твори во релација со илустративноста на фотографијата, преку која ја конципира и презентира субјективната приказна. Механизмот на часовникот, поставен во средишниот дел, само ја нагласува неговата посветеност и определеност да им даде „бесконечно“ многу време на оние кои ги вреднува и ги сместува во конечниот и затворен круг што самиот го создал.



2012 февруари - март

bar
code

69



БУРЈАК		ШКОТСКО ВИСКИ	ЕНЕРГИЈА	КИЛОВАТ ЧАС (ЕДИНИЦА ЗА ЕНЕРГИЈА)	ШКОТСКО ВИСКИ	РИМСКИ ПОЗДРАВ	ЖЕНСКО ИМЕ НАГАЛЕНО	АНГЛИСКИ ФИЗИЧАР МАТЕМАТИЧАР АСТРОЛОГ ФИЛОЗОФ АЛХЕМИЧАР	ЕЛЕКТРОН	ГЛАВЕН ГРАД НА ЗАМБИЈА	АТМОСФЕРСКИ ТАЛОГ
АМЕРИКАНСКИ БУРБОН											
КИСЛОРОД		ШКОТСКО ВИСКИ ИЗЛОЖБЕН ПРОСТОР							УЛИЦА ПИВО ПРОИЗВЕДУВАНО ВО ПРИЛЕПСКА ПИВАРА		
17 И 31 БУКВА			ГРЧКО БРЕНДИ ТЕАТАР, ФИЛМ ТЕЛЕВИЗИЈА								
ИНСТИТУТ ЗА ТЕХНИЧКО ТЕХНОЛОШКИ ПАТЕНТИ					ДЕЛ ОД ТЕЛЕВИЗОР СЛИКА НА СВЕТЕЦ						
ВИД СЛАТКИ, ИСПОЛНЕТИ СО КРЕМ, ЧОКОЛАДО И СЛ.						ИТАЛИЈАНСКА ТЕСТЕНИНА РИБО НУКЛЕИНСКА					
ОНТАРИО (КРАТЕНКА)			ПОРАНЕШНО ПРИЛЕПСКО ПИВО ПРИМОРСКИ РЕСТОРАН								ФРАНЦУСКИ ПРИСТАНИШЕН ГРАД
КИРО ДОНЕВ			БЛАГОРОДНИЧКА ТИТУЛА ШКОТСКО ВИСКИ						АНГСТРЕМ ЉУБОВЕН СОСТАНОК		
СЕДМА БУКВА ОД КИРИЛИЦАТА		ШУМ НА ЗВУЦИ ОД ОКОЛИНАТА ВОЛТ				ННРФ ГЛАВЕН ШЕФ НА МАФИЈАТА					
БУНАР СТУДЕНЕЦ							НОКЕН ЛОКАЛ ДИНАР				
БАР КОД	ИРСКО ВИСКИ	НЕ (АЛБАНСКИ)			МЕСО БЕЗ КОСКА, КРТИНА ВНАТРЕШНА (ИТАЛ)						КОКТЕЛ ОД ВОДКА, ПОРТОКАЛ И ЗЕЛЕН ЛИМОН
АМЕРИКАНСКИ БУРБОН НОМАДСКИ АРАПСКИ ПЛЕМЕНИЊА							ЕДК КОН				
						МАКЕДОНСКА РОК ГРУПА АЛУМИНИУМ					
ДА (АНГЛИСКИ)			ПРОПАДНАТА БИТОЛСКА ШТЕДИЛНИЦА ДВЕ ИСТИ БУКВИ					БОЛТ МЕТАР ФУДБАЛЕР НА РЕАЛ МАДРИТ ЛАСАНА			
ШПАНСКИОТ ПИСАТЕЛ ДЕ СЕРВАНТЕС							АЛБАНСКА ПОЛИТИЧКА ПАРТИЈА ВИД БРЕНДИ				
ИМАГИНАРЕН БРОЈ		ИНДУСТРИСКА ОБЛАСТ ВО ГЕРМАНИЈА СКИТА, ШЕТА ТАЛКА, ОДИ			ТАА (АНГЛ.) АВТОМАТСКА ТЕЛЕФОНСКА СТАНИЦА				КЕЛВИН ПОСЛЕДНАТА БУКВА		
СВЕТ, СВЕТИ (ПОРТУГАЛСКИ)			ПЛИВАЧКАТА МЕШКОВСКА ПЕТАР АРСОВСКИ								
ОСВОЈУВАЧ НА ТУГИ ТЕРИТОРИИ									ДЕВЕТТАТА БУКВА РАДИУС		
АМЕРИКАНСА ВСЕЛЕНСКА ПРОГРАМА					РЕШЕТКА ЗА ПЕЧЕЊЕ МЕСО						

Зошто мојот бренд да е присутен на социјалните мрежи?

Почетокот на 21-виот век ни го донесе феноменот - интернет-маркетинг. Во последните две години со Facebook, Twitter и Youtube започнува нова маркетинг ера.

Мојот бренд не е присутен на социјалните мрежи, но сакам да биде?

Честитки! Преземавте голем чекор и се придруживте на повеќе од 300.000 успешни бизниси што се веќе присутни на социјалните мрежи.

Имам фан-страница на социјалните мрежи, но сакам да биде повеќе популарна?

Честитки! Вие веќе сте ја откриле моќта на социјалните мрежи и свесни сте за нивниот потенцијал, но не можете да најдете начин целосно да го искористите потенцијалот. Ние ќе ви помогнеме...

www.imam.mk

Успешен пример

Canon Macedonia

Предизвици

Креирање на база на фанови на Canon што ја сакаат фотографијата, професионални фотографи и Canon Brand Loyalties.

Решение

Креирање на официјална фан-страница и стартирање на апликација „Цело лето со Canon фотки“

Резултат

За многу краток период бројот на корисници на оваа апликација се искачи на 10.000



LUXURY ON THE ROCKS

roberto cavalli VODKA



ЕКСКЛУЗИВЕН УВОЗНИК ЗА МАКЕДОНИЈА

ИТА ПРЕМИУМ

070 28 26 02

www.robertocavallivodka.com