



АПРИЛ/МАЈ 2012

СПЕЦИЈАЛИЗИРАН МАГАЗИН ЗА УГОСТИТЕЛСТВО

БЕСПЛАТЕН ПРИМЕРОК

ГАСТРОНОМИЈА  
**САЛАТИ**

РЕВОЛУЦИИ ВО ВЕЧЕРНИТЕ ИЗЛЕГУВАЊА  
**КОГА ВЕЛАМ**  
“ТОА БЕА ВРЕМИЊА”  
**МИСЛАМ НА 80-ТЕ**

TAKE A LOOK  
**БАРОВИ СО ПОГЛЕД**

УСПШЕНО УГОСТИТЕЛСТВО  
**10 ПРИЧИНИ ЗОШТО ДА**  
**КУПИТЕ ФРАНШИЗА**

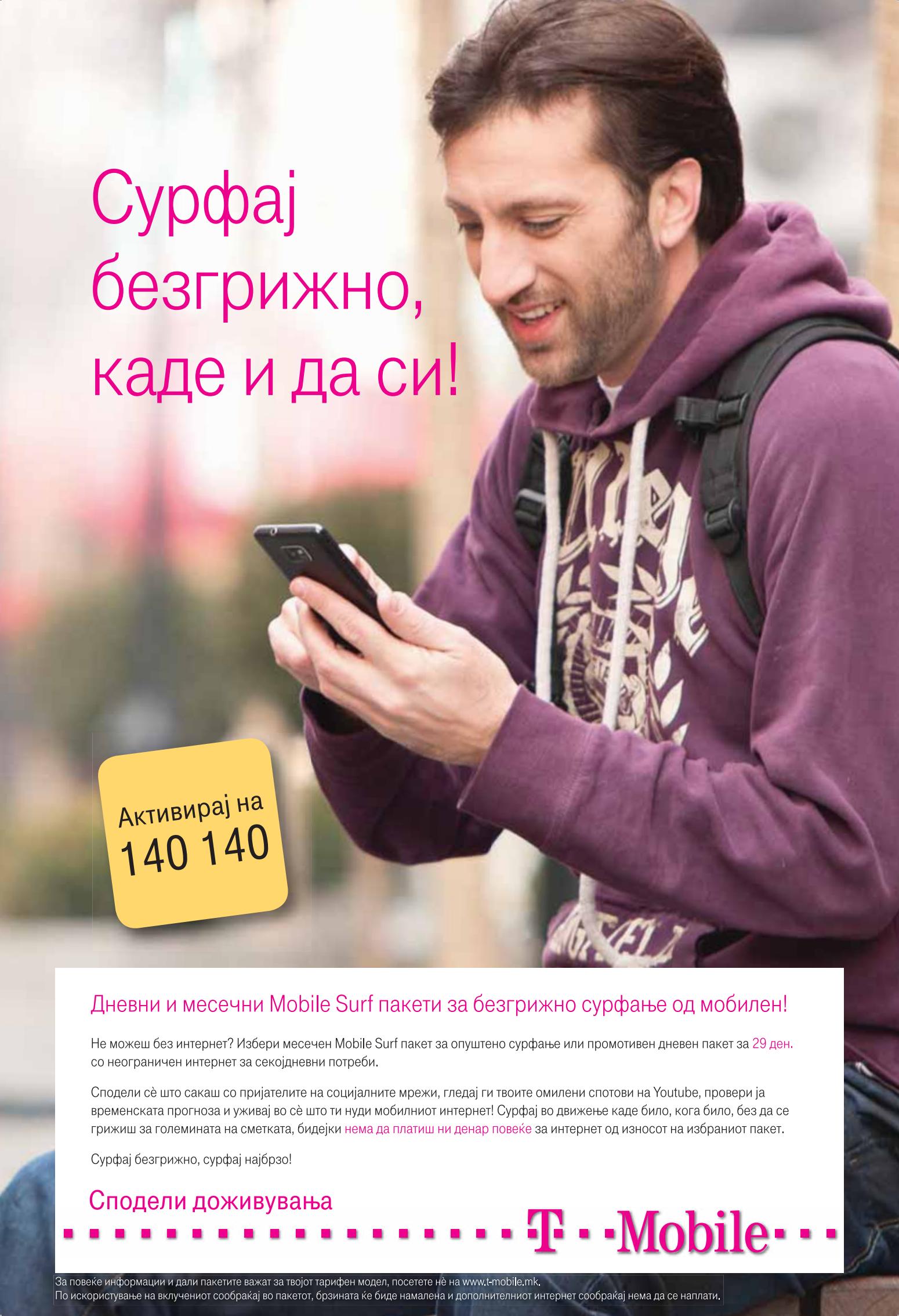
BEHIND THE BAR  
**ВОДКА**

[www.fb.me/BarcodeMagazine](http://www.fb.me/BarcodeMagazine)



[www.barcode.com.mk](http://www.barcode.com.mk)





# Сурфај безгрижно, каде и да си!

Активирај на  
**140 140**

Дневни и месечни Mobile Surf пакети за безгрижно сурфање од мобилен!

Не можеш без интернет? Избери месечен Mobile Surf пакет за опуштено сурфање или промотивен дневен пакет за **29 ден.** со неограничен интернет за секојдневни потреби.

Сподели сè што сакаш со пријателите на социјалните мрежи, гледај ги твоите омилени спотови на Youtube, провери ја временската прогноза и ужива во сè што ти нуди мобилниот интернет! Сурфај во движење каде било, кога било, без да се гришиш за големината на сметката, бидејќи **нема да платиш ни денар повеќе** за интернет од износот на избраниот пакет.

Сурфај безгрижно, сурфај најбрзо!

Сподели доживувања

**T-Mobile**

За повеќе информации и дали пакетите важат за твојот тарифен модел, посетете [nè на www.t-mobile.mk](http://www.t-mobile.mk),  
По искористување на вклучениот сообраќај во пакетот, брзината ќе биде намалена и дополнителниот интернет сообраќај нема да се наплати.



REDESIGN YOUR IMAGINATION  
**FINLANDIA** VODKA FROM ABOVE

## Содржина

- |   |   |
|---|---|
| <p><b>08</b> Гастрономија<br/><b>Салати</b></p> <p><b>12</b> Револуциите во вечерните излегувања<br/><b>Кога велам “Тоа беа времиња”</b><br/>мислам на 80-те</p> <p><b>18</b> Take a look<br/><b>Барови со поглед</b></p> <p><b>20</b> Man's style<br/><b>Професии и стил 3</b></p> <p><b>23</b> Трендови<br/><b>Што ли уште ќе не снајде?</b></p> <p><b>27</b> Behind the bar<br/><b>Водка</b></p> <p><b>38</b> La joie de vivre<br/><b>Пролетна инспирација</b></p> <p><b>42</b> Кафе<br/><b>ЗБМ Барменска лига</b><br/><b>1 Коло - Бариста</b></p> <p><b>44</b> Пиво<br/><b>Прохибиција на Американски начин</b></p> | <p><b>51</b> Успешно угостителство<br/><b>10 причини зошто</b><br/><b>да купите франшиза</b></p> <p><b>54</b> Back to basics<br/><b>Услугата и услугувањето</b></p> <p><b>50</b> Само за вашите уши<br/><b>Музиката во баровите</b></p> <p><b>58</b> Здравје<br/><b>Што е Дентал SPA?</b></p> <p><b>61</b> Бифе “носталгија”<br/><b>Фалбации</b></p> <p><b>63</b> Stilissimo<br/><b>Миланска мода за мажи</b></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 Kiselichki  
Николина Стојанова  
Анета Коробкина  
Аријана Коскаорова  
Синиша Станковиќ  
Милена Арсова  
Филип Фидановски

ГРАФИЧКА ПОДГОТОВКА И ПЕЧАТ  
арс ЛАМИНА, Скопје

[www.barcode.com.mk](http://wwwbarcode.com.mk)  
info@barcode.com.mk

Се е поинаку во пролет. Особено за угостителството. Токму поради ова, овој број на Бар Код е „лесен“. Преовладуваат лајфстајл теми, убави примери за барови со поглед, текстови за вотката како основа за пролетни коктели, салати... Со пролетта доаѓа и желбата за излегување. Отворени тераси, убави облеки и расположени лубе. Какво е излегувањето денес, а какво беше низ декадите? Што ги радува, а што ги онерасположува излегувачите? И за тоа има по нешто во овој број. Има и информации за неодамнешните случаувања како што е првиот натпревар за баристи во Македонија и за претстоечкиот национален натпревар за бармени. Се на се, позитивни нешта. Се надевам дека оваа позитивност ќе ги избрише тмурните расположенија кои ни ги донесе студената зима која, секоја среќа остана зад нас и ќе не држи во убаво расположение што подолго. Се надевам и дека угостителите, толку погодени, не само од лошото време во изминатиот период, туку и од економската криза која толку се чувствува, ќе изнајдат сили да понудат нешто ново и интересно и дека конечно ќе бидат задоволни од својата работа. Уживајте во пролетта и бидете позитивни!



# 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 топrenomирани 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**

Има завршено Машински факултет со ниту еден ден стаж по струката. Првите чекори во медиумите ги има почнато во Студентското радио уште во далечната 1992 година. Мигрира во неколку локални радиостаници, а најдолго се задржува во „Канал 103“ и две години во Радио „Равел“. Од печатените медиуми има соработувано и пишувано за „Зрак“, „Тротоар“, Студентски збор, „Град“, „Урбан магазин“, „Форум“, најчесто прилози за музика. Уредник е на првиот електронски медиум на македонски и албански јазик „Секој ден“. Од 2005 година ја отвора првата специјализирана продавница за пиво и целосното внимание го посветува токму на таа тема, иако не ја запоставува музиката и понатаму. Од 2007 година е стручен соработник во специјализираното списание за угостителство „Бар Код“, каде што пишува на темата пиво.

### **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 угостителството, 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 подготовкa 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.

# Салати

Салата! Шопска, грчка, пролетна, руска. Препорачувана, фалена, здрава, корисна. Традиционална, модерна. Не сте далеку од вистината. Иако по дефиниција, класификација и историјат, има и нешто повеќе. Еве најкратко што е салата.

Било која чинија со мешавина од намирници како што се зеленчук, бобинки, јајца, месо, морски плодови, овошје и зачини е салата. Единственото нешто што мора да го содржи салатата е свежиот зеленчук или овошјето.

Пишувач:  
**Радмила ПАВЛОВСКА**



Салатите, според редоследот на послужување се поделени на

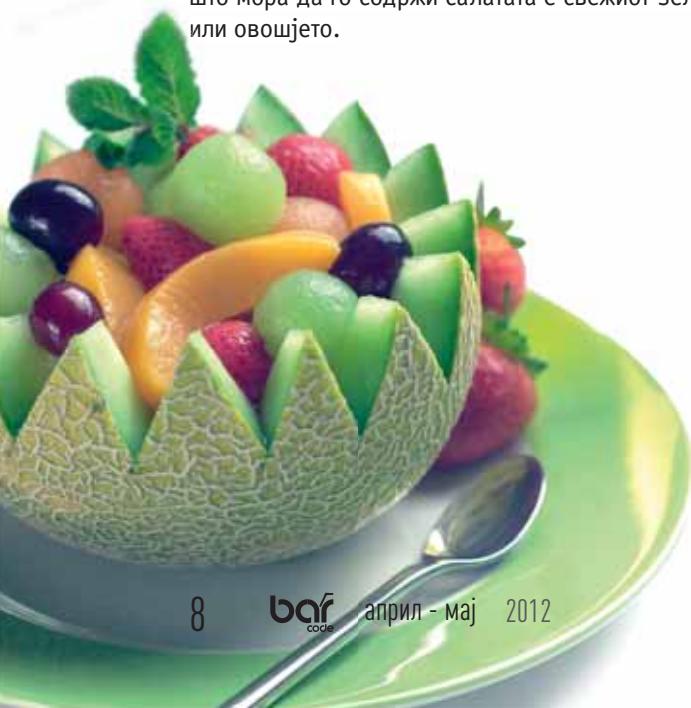
- салати за предјадење (апетизери)- лесни зеленчукови салати кои го стимулираат апетитот

- салати како додаток на главното јадење- за потенцирање или комплементирање на вкусот на главното јадење

- салати како главно јадење- обично содржат месо или морски плодови, односно покрај зеленчукот имаат и протеини

- салати за после главно јадење (за смирување на желудникот)

- десертни салати- овошни или други салати со шлаг или крем



# 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](http://www.nestle.mk)  
Овластен дистрибутер: Хорека Дистрибуција дооел, тел. 02 / 31 73 644

Според содржината на намирниците салатите можат да бидат

- зеленчукови

- мрсни (во терминологијата како пример се користи- американска салата од компир со јајце и мајонез, а ние ги знаеме како руска, телешка, пилешка или било која варијанта од овие)

- салати со зеленчук и месо или морски плодови кои се користат како главен оброк

- овошни салати

Неодминлив дел од салатите е дресингот односно зачините. Постојат три главни видови на дресинг- винагрете (емулзија со основа од масло, оцет или лимон и понекогаш и други зачини), кремаст дресинг (најчесто со база од мајонез, но и од јогурт и павлака) и готовен дресинг (сличен на кремастиот, но затворен со згуснувачи како јајце или брашно).

Салатите имаат уште еден елемент кој се става одозгора на врвот од салатата и се нарекува топинг или додаток. Тоа може да бидат ореви, крцкава сланина, пармезан, дробен дволек, рендано сирење или било кој рендан зеленчук.

Кај нас најпопуларни салати се- мешана, шопска, капрезе, македонска, цезар, шеф, грчка, табуле, руска, туна, телешка, од цвекло, таратор, малиџано, од макарони, српска и слично. Дресинзите кај нас, освен основните не се многу популарни, ниту креативни. Најпознати дресинзи се- винагрет, цезар, ранч, мед и сенф, италијански, француски, илјада острови, плаво сирење, хумус и слично.

Ова беа основните факти за салатите. Поинтесниот дел од оваа тематика е креативноста во смислувањето и подготовката на салатите. Иако по традиционалните од нас ќе се држат до основните рецепти, повеќето споменати погоре, оние пољубопитните, во кои се сметам и јас, ќе експериментираат со намирниците така што ниту една подготвена салата нема да им наликува на претходната. За таквите похрабри готвачи, еве неколку совети за успешна салата

- Размислувајте за текстурата на салатата- најдете го балансот помеѓу крцкавото и кремастото, мекото и тврдото, лесното и тешкото. Што повеќе разноликот- тоа подобро. Салатата не смее да биде ниту пресмачкана, ниту претешка за џвакање. Потребно е да обезбеди богатство на сензации во устата, при што секој залак ќе биде возбудлив и стимулирачки.

- Комбинирајте свежо и готвено- свежиот зеленчук не одговара само со готвено месо или морски плодови. Користете и сушен домат од тегла, сварен зеленчук (брокула, карфиол или пченка), свежи печурки, варен ориз и месо или сирење во сите форми.

- Играјте со боите- одете или на варијанта само со една боја (омилени ми се бела, зелена и црвена) или на виножито од бои. Салатата освен на вкус треба да биде убава и наоко (бои, изглед) и на допир (гореспоменатата текстура)

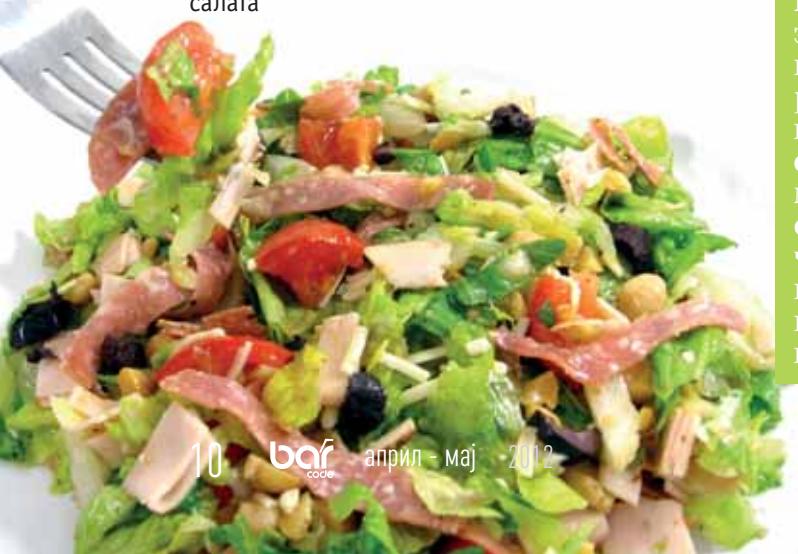
- Не го заборавајте топингот- при ова треба да внимавате топингот или да го засилува или да го задушува вкусот на салатата ако е тој премногу силен. Топинзите обично имаат силен вкус (пржена сланина, ореви, инчуни) и мора многу вешто да се вклопат во композицијата на вкусови на салатата. Во секој случај топингот треба да биде пандан на јаготката над шлагот- да дава и изглед и вкус.

- Слободно користете ги остатоците од другите оброци во кујната. Не сакајќи ќе откриете нови креативни но и вкусни рецепти. И секогаш користете доволно голем сад за да може салатата убаво да се измеша.

- Последно- не заборавајте дека салатата е пред се здрав, диетален и креативен оброк. Користете ја за освежување, прочистување, слабеење, како извор на енергија, како игра или како уметничко дело. ■

### Зборот салата потекнува од францускиот збор

Саладе, латинското салата но и сал (сол). Гастрономската историја вели дека старите Римјани, но и Вавилонците мешале зеленчук и зачински додатоци уште пред 2000 години. Шкотската кралица Мери обожувала корен од целер прекриен со дресинг од сенф и тартуфи. Несомнено салатите се конзумирале во сите делови на планетата од самиот почеток на постоење на човештвото. Салатите стануваат популарни во 19-от век во САД, за денес да претставуваат посебна гранка во гастрономијата.







револуциите во вечерните излегувања

# Кога велам „Тоа беа времиња“ мислам на **80s**



## 80

80-те донесоа време во кое вечерните излегувања не беа дел од светот на излегувачите- тие беа посебен свет. Каќо да постоеја неизлегувачи и професионални излегувачи. Едноставно двата света беа толку посебни и со свои огромни барања, да не можеа да се спојат во едно.

Или си посветен на едното, или на другото. Стјлингот и музиката беа основа на овој чудесен нереален свет. Луѓето беа посветени на својот стил и го промовираа преку се што правеа- начинот на танцување, жаргонот што го користеа, системот на вредности. Бликаше енергија и креативност.

## 90

Следната револуција, онаа на 90-те беше траума за протагонистите на 80-те. Музиката се смени на тој начин, што на место во група, луѓето навечер почнаа да играат сами со себе. Новите drogi само ја потенцираа интровертноста и дистанцираноста од околниот свет. Шареното постана сивило.

## 00

Неминовно беше следната револуција, со почетокот на новиот Милениум, да донесе омекнување на овој неприроден систем на забавување. Но со тоа дојде и дезориентацијата. Секој почна по свое, светот и покрај забревтаната глобализација и идеалистичките идеи за њу ејмот, почна да се сегментира се повеќе и секој да си го бара својот идентитет, буричак ќе по своите корени, традиции и визии за иднината. Повеќе не беше можно, во неколку реченици да се формулираат сите параметри на една декада. Светот на вечените излегувања повторно се смени!

## 10

Што имаме денес? Луѓе излезени навечер со носовите залепени на своите смартфони. Повторно револуција- вечерното излегување иако реално се случува вечерта, вистински се доживува следниот ден преку сликите и фејсбукот. Виртуелноста на излегувањето ви овозможува да бидете и таму каде што не сте биле вистински. А се уште сме на почетокот. . .

Радмила Павловска

По што се разликуваат декадите?

Секоја декада е обележана со посебни, квалитативно и социјално различни карактеристики на вечерните излегувања. Според мене, после првата возбудлива планетарна промена на овој план во 60-те со се што носеше ослободувањето, секулулното будење, музиката и новата ера на Водолијата, сепак 80-те се најголемата револуција во начинот на излегувањето.

86 година ја паметам по тоа што на нашиот балкон ја чекавме да прелета Халеевата комета. И навистина прелета над градски сид, брза и со опашка. Сите бевме наредени низ балконите. Јас бев сигурна дека ќе ја видам пак, во осумдесеттите моите видувања за животот беа исти како и за универзумот - тој е бескраен. Не

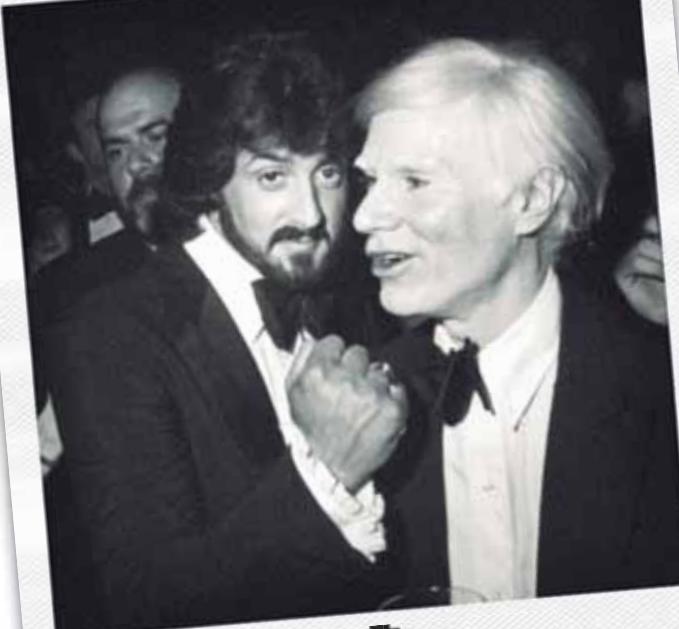
е до мене-до осумдесеттите е. Сега се уште мислам дека ќе ја дочекам пак Халеевата комета, единствено се плашам да не не дојде... чудни времиња доаѓаат, губам верба и во неа... Таа иста година мајка ми купи два капути од "Громби" и скоро сум сосема сигурна дека имаше направено и сите минивал кај Бина.

Седумдесеттите некако беа далеку, деведесеттите се многу модерни, а осумдесеттите си се таман. Единствена мана е што прерано завршија и што ме немаше мене во Диско 54, секако од оправдани причини. Затоа Енди Ворхол бил редовен гостин. Осумдесеттите беа години на Комодоре 64, Нинтендо, ВХС, вокмен, Јамаха синтисајзери, рачен часовник со дигитрон, Мел Гибсон, Семи Џо, гринго, базука мастики, бронхи, рубикова коцка, пекмен и секако Фреди Кругер. Набројувањата немаат крајниту една декада досега не била толку недекадентна.

Во осумдесетта година почина Тито, а со него пополека почна да умира и фанатизмот на сирените од четврти мај. Во оваа декада Ленче Смилевска од вестите на МТВ 1 ги одбележи своите почетоци во кариерата презентер на вести со високи потпунки и кремче. Во студиото имаше и телефон кој никогаш не засвоне. Време на два телевизиски канали и третиот експериментален свечено отворен некаде кон крајот на осумдесеттите.



На големото платно најфраер од сите беше Индијана Џонс, Патрик Свејзи и Џонтра Волта можеа вода да му носат. Кетлин Тарнер беше дефинитивно најзаводливата кучка на среднобуџетската кинематографија додека Деми Мур се



уште се пробиваше како барска старлета, а Ким Бесинцер беше цели девет ипол недели на строго овошна диета. Роки стана Рамбо, Супермен полетуваше доцна навечер секој 31ви декември на првиот канал на МТВ, а понеделник беше резервиран за Династија. Среќна нова 49та и викенд на мртваци! Најдоброто од тој период беа чудата на Стенли Кјубрик, Е.Т. и Војна на сvezздите. Таман е кога не ти е таман! Тоа беше модното мото на осумдесеттите. Големи натапирани фризури, долги маици, дречливи бои, потпунки, кратки здолништа беа луда мода на осумдесеттите. Чорапите на младата дама од Flashdance. Потпунките на Кристл и Алексис. Реј Бан наочарите на Дон Џонсон од Miami Vice. Каубојките на Том Селек. Кожната јакна на Мајкл Џексон. Шминката на Бој Џорџ. Минивалот на Зана Нимани. И сите оние пластични нараквици, брошови, хулахопки без стапала, јогурт фармерки, широки колани, салонки во екстремни бои. Бизарни кроеви, бои кои не се сложуваат, неприродни материјали, стреч фустани. Мејнстримот личеше на хумана комбинација од Комодоре 64 и аеробик. Го гризеа готиката на панкот и новиот романтизам - темни сенки на очи, нокти обоени во црна боја, коси како пајажина, блед тен, вистинските лепотани на новиот бран.



Пишувач:  
**М-р М. Арсова**



**Coffee to Go**  
**Вашиот верен придружник**  
**во секоја пригода**

# NESCAFÉ® coffee to go



**Брзиот животен  
ритам, многубројните  
обврски на работа,  
факултет и на училиште не  
ни оставаат доволно време за  
опуштање со кафе. Сами или во друштво, Coffee to Go  
станува ваш верен придружник.**



Љубителите на кафе можат да уживаат во својата омилена напивка во секоја пригода, без разлика каде се наоѓаат! Овој практичен концепт на конзумирање кафе достигна голема популарност помеѓу познатите личности и прерасна во таканаречен моден императив, за што сведочат и бројните фотографии во магазините!



Трендот на конзумација на Coffee to Go се зголемува од година во година бидејќи се повеќе вработени и урбани луѓе ја препознаа предноста на уживање во кафето, истовремено завршувајќи ги секој дневните работни задачи!



Компанијата Nestlé прва влегува во сегментот на Coffee to Go, а на територијата на Македонија го воведува во 2007 година. Nestlé константно го зголемува бројот и типот на апарати за кафе во согласност со растечките трендови, препознавајќи ги желбите и прилагодувајќи се на навиките на своите верни потрошувачи.



Врвниот квалитет и вкус на NESCAFÉ е неприкосновен приоритет на Nestlé, која во согласност со локалните и регулативите на Европската Унија континуирано ги следи и усвршува своите производи и производствени процеси.



Coffee to Go е достапен за сите и можете да го пронајдете на секој чекор во coffee shop-ланци, киосци, пекари, бензиски пумпи и на бројни други локации.



Прошетајте до најблискиот Coffee to Go апарат, изберете ја Вашата омилена напивка и уживајте во новиот ден!



Музиката никогаш не звучела подобро. Фала богу си отидаа Pink Floyd, Led Zeppelin, Deep Purple и неизбањатите хипици од седумдесетите. Ечеа Pet Shop Boys, Culture Club, David Bowie, Duran Duran, Prince, Smiths, Spandau Ballet, Ultravox, Japan, Cure. Новите романтичари (и сеуште мои омилени New Romantics) носеа еден нов урбан дух и гламур на рок музиката. Madonna (колку и да не ја сакам) беше музичка и модна икона, а Мајкл Џексон го издаде најпродаваниот албум во историјата Thriller. Оваа декада фасцинираше со вариететност на музички правци. Хип хопот скокаше со Beastie Boys, Public Enemy, Run DMC, De la Soul. Постпанкот, хард рокот и хеви металот се создаваат и бележат вистинска кулминација во овој период.



Велат дека секоја декада се гради врз темелите на револуционерните идеи. Осумдесеттите цуtea низ поленот на веќе развиени индустриски економии. Западните ламји се гризеа со црвениот источен блок. Осумдесеттите беа години во кои падна Берлинскиот сид, источниот блок почна да ги вежба демократските правила на владеење, пазарните економии пополека се воведуваа увезувајќи не само пазарни принципи туку и цела култура на живеење. И таман кога рековме фала богу ова е декада со најмалку војни - ја нема онаа виетнамска војна благодарејќи на која подоцна процвета цела американска филмска индустирија, не сотре Чернобил! Декада на сида, пад на апартхејдот, рани почетоци на глобализација. Револуционерната идеја која дувна живот во оваа декада на оптимизам беше слободата на духот и рушењето на табуата. Револуција која се почувствува во сите општествени сегменти.

**До следната Халеева комета има уште точно 49 години и 4 месеци. До тогаш уште цели пет декади и..."шознам", се читаме!**

И секако, ако сакате да ги оцрните 80-тите потсетете се дека тогаш запеа Саманта Фокс, онаа пуста Офра Хаза, а богами и Брана. На југословенската музичка сцена беа актуелни Идоли, Азра, Електрични оргазам, Шарло акробата, Пакет аранжман. Народни песни слушаа само комшиите на баба ми и дедо ми кога правеа куќна слава и кога ќе им дојдеа гости од село. Но и тие народњаци не беа толку страшни. Мирослав Илич беше еден многу фин напатен господин за разлика од да речеме денешната травеститната појава на Јелена Карлеуша - ова од строго антрополошки аспект.



# А Скопје?

(Искуството на еден анонимен скопјанец)

Скопје во осумдесетите ги уживаше резултатите на една вистинска борба помеѓу постарата генерација и помладите. Крајот на седумдесетите на Скопје му донесоа диско клубови со диско музика и поп хитови, увозни гардероби од Трст и Солун. Девојките се забавуваа со повеќе дечковци и веќе не мораше да се омажат со првиот со кого се бакнале. Хипиците и интелектуалците беа на цена. По смртта на Тито, дефинитивно цела Југославија ја фати јужниот ветер на капитализмот. Се отвораа кафулиња, бутици, диско клубови. Приватниот бизнис почна да цвete. Се отворија кафулињата Бони, Ани и Пирамида и со тоа конечно се стави крај на собиралиштата како "пред Ванила" или "пред бутик" (зградата на Пелагонија). Младите урбани скопјани влегаа во својата панк и New Romantic фаза. Панкерите си најдоа место на "коцка", шминкерите си се сместија пред Бони.

За помнење ќе бидат летата од 82 до 85та година, преполнни со бои и мејк ап. Мажите користеа креони и кармини, сакајќи да наликуваат на Дуран Дуран или Висаге. Постарите шизици одеа во Лондон на шопинг, враќајќи се со нов неоготски изглед. Музиката беше главна дрога, мораше да се знае се за секој изведувач.

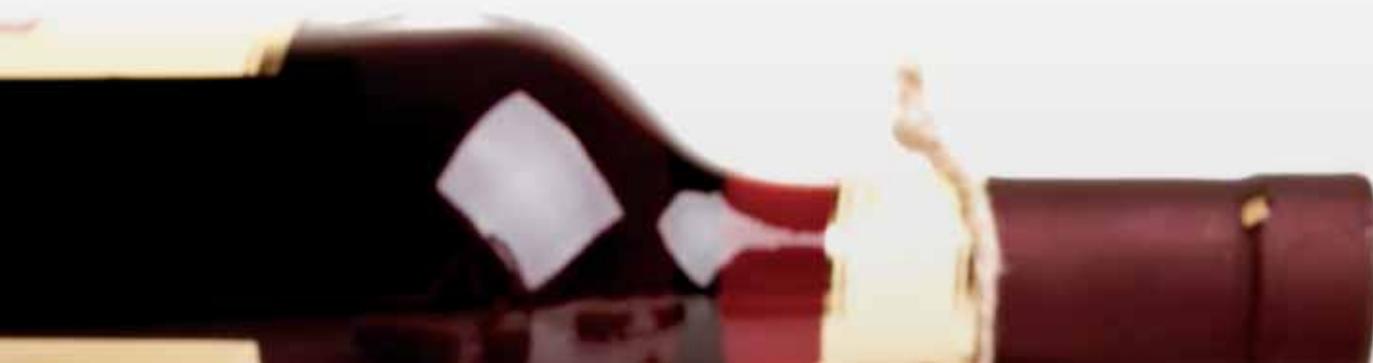


Улиците беа празни во четврток кога одеше "Дикоселектор" за да се снимат на касета најголемите хитови. Во 1984 година Цајо ја направи првата полноќна забава на Олимписки базен. Од таа ноќ, се ќе се смени. Скопјани до крајот на 90тите ќе почнат да излегуваат до зората. 85та е годината кога ќе се случи инвазија на старата градска чаршија со вистинското ВИП кафуле на Зоки МЦМ. Популарниот манекен Мио ќе отвори неколку летни дискотеки кои грмее со добар звук и гостувања на најпопуларни пејачи од југословенската естрада.

Првата половина на 80тите е многу симпатична и наивна во споредба со пандорината кутија која следи на крајот од осумдесетите. Скопје во периодот од 85-та до 89-та година ќе биде најдоброто место за забава на југословенскиот јет сет, особено за врвните спортисти. Крајот на осумдесетите ќе биде запаметен и по Академија, прв "афтер лоунг" каде вистинската забава започнуваше во 4 или 5 часот наутро. Скопје стана таков центар за забава што дискотеките се отвораа за една сезона и се гасеа пред да остане било каков спомен за нив. Најдобрата дискотека "Зелен рај", пред да биде запалена траеше цели три забави. Крајот на осумдесетите ги донесе и поавангардните движења, како "Галерија 7", "Мондиријан" и "Ван Гог", а градскиот парк ги доби Текила и Хавана. Скопјани повеќе сакаа да се во Скопје отколку на одмор бидејќи Скопје се забавуваше најдобро, со кафулиња и дискотеки кои работеа до бескрај диктирајќи нови трендови и вкусови. По деведесетите, се се смени. Хероинот беше пуштен на улица како и синтетичките дроги, започна "континуираното перење на мозок". Но тогаш најдоа техно клинците и го спасија светот. ■

Магазин за вино и животен стил

wine spirit



# РАПСОДИЈА ВО ЗЕЛЕНО



**BADEL 1862**

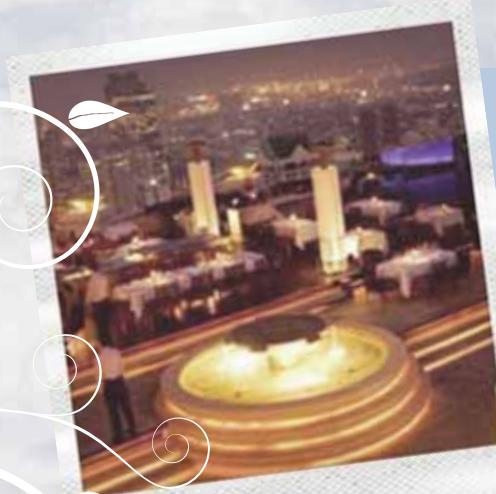
WWW.BADEL1862.COM.MK



**take a look**

# Барови со поглед

Неодамна прочитав една реченица која вели вака "Ништо не ги обликува сетилата како височината, како раздорот меѓу вас и земјата". На сите ни е познато, дека колку сме повисоко, толку и погледот е подобар, независно дали сме во Париз, на највисокиот кат на Ајфеловата Кула или го гледаме Њујорк од Емпаяр Стейт Билдинг. Во потрагата за инвентивност, оригиналност и модернизам ви ги претставувам најдобрите светски барови со најубав поглед.



Пишува:  
**Аријана КОСКАРОВА**  
дописник од САД



## Vertigo bar - Бангкок

Самиот Бангкок е благословен со голем број на барови од овој тип. Најпознат од сите тие е Вертиго, сместен на 61 кат, над градот на покривот на ултра-модерниот Banyan Tree hotel. Тоа е воочливо местово во секоја смисла, занесно дизајнирано и отворено кон звездите. Точно е дека цените на коктелите малку ќе ве призејмат, но ако го земеме во предвид опкружувањето на вреди. Погледот е прекрасен во најбуквална смисла на зборот. Пред вас Бангкок ја шири спиралата на реката Chao Praya и сјајот на градот по полноќ.

## Red Sky bar - Бангкок

Иако барот Вертиго е најпознатиот отворен бар, сепак не е единствениот. На 55 кат на хотелот Centara се наоѓа барот Red Sky кој има сличен заносен поглед, но исто така ја има и придобивката да биде реално поразумен со цените за разлика од Вертиго. Можете слободно да нарачате втора тура без да се грижите за сметката. Тоа е едно урбано, шик место, со поглед во рамка на драматичен светлосен свод. Стаклено кино!



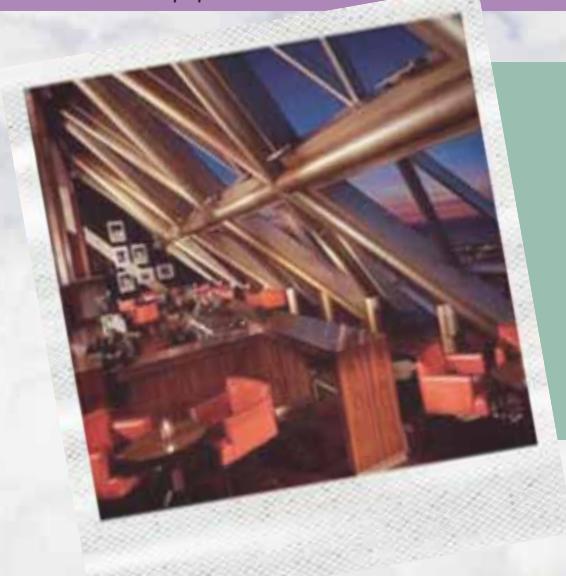
## The Rooftop - Дубаи

Дубаи е уште еден град каде погледот практично сјае пред вас. Овој град што секогаш се развива и проширува, изобилува со прекрасни барови. Еден од тие, The Rooftop е дел од ексклузивниот One&Only Royal Mirage resort. Тркалезниот бар се наоѓа во центарот на модерната lounge област, каде исто така има и големи телевизори на кои гостите страсно ги гледаат дневните трки. Основна причина за постојето на ова место е неговата тераса, еден прекрасен простор, покриен со кадифе, луксуз и балдахин.



## 360 - Дубаи

Друго место кое мора да се посети во Дубаи е барот 360. Иако можеби не се наоѓа на толкова височина како останатите, неговата одлична локација создава совршеност за да уживате во вашиот пијалак во панорамата над Дубаи. Барот е дел од најпознатиот Jumeirah Beach hotel, и каде и да погледнете изгледа како да гледате нешто импресивно. Лесно е да се заклучи зошто ова место ја задржува својата популарност. Стилски опушта и капењето на пустинското сонце. Ова е одлично место да избегате од преплавената гужва во Дубаи и да се релаксирате во прекрасно опкружување. Во позадина оди тиква хаус музика, удобни двоседи и сончева атмосфера.



## Vu's - Дубаи

Нема награда за погодување на точната локација на барот Vu's. Сместен на 51 кат на Jumeirah Emirates Towers, барот се разликува од секојдневните високо луксузни хотелски барови од Средниот Исток, но нуди одлична платформа за поглед на морето од стакло и светло како што е Дубаи навечер. Познато е дека има мал недостаток на атмосфера, но тешко дека некој ќе го оспори погледот на Vu's. Коктел листата е импресивно голема.

# Професии и стил

## лекари, стоматолози и фармацевти



Мајка, да ми се дотераш, да не правиш глупости по кафани и не дај боже да се сплеткаш со некој уметник или музичар. Отвори очи и да си најдеш некој доктор или стоматолог, господ да те види.....

Ама мамо мааааа, за нигде се, бубалици и смотани и по цел ден само учат....

Ќерко, мајка да ти каже, ако сакаш дама да бидеш во животот доктор треба да си најдеш, а не како мене што животот ми го упропасти оној татко ти. Каква бев лелее, иста ти на твои години и поубава, кај го ви-дов овој кленов, кај се запустив...

Пишува:  
Бујар МУЧА (Пазарски фанатик)



Воведов е типична дискусија меѓу мајка и ќерка на овие простори непосредно пред излегување на ќерката во град, а веднаш по нанесувањето на парфем и последната проверка на газот пред огледалото во ходник. Ми остана вчна дилема дали докторите знаат дека се протежирани од мајките на девојките, па толку се опуштиле што изгледаат најлошо од целата машка интелектуална популација во однос на личниот стил. Секој нивен приод до некоја девојка е однапред награден со три поени од мајката на невидено. Сите останати поаѓаме во освојување без бодови, а уметниците богами и со негатива. Можеби затоа кутрите се најексцентрично облечени во битка по секој поен. Најмногу мавтаат со раце додека зборуваат и од очај најнеодговорно консумираат алкохол и разни стимуланси.



Фаворизираните доктори за тоа време си фаќаат сеир заштитени од светскиот конгрес на мајките на немажените ќерки. Без никаков стил, без никаков напор, но со стартни три бода во џеб.

А тој џеб е скоро секогаш дел од некоја недефинирана панталона или фармерка со крој на канализациона цевка, обично високо подигната на струк со ремен кој што врска нема со чевлите кои се редовно скапи, а лоши. Кошулатите им се секогаш во линии или со некое каре, а врз нив на рамената има префрен џемпер, прости ми боже повторно шарен за да и парира на кошулатата. Најпосле на сето тоа за сезона есен-зима тие препорачуваат кратка кожена јакна, се разбира секогаш во обратна боја од чевлите, ама затоа со огромен ластик на струкот и на ракавите. Во лето е се исто, освен што фали џемперот и кожената јакна, но често знае да прошара и понекоја поло маица. За мигови на одмор и рекреација, на истата кошула и чевли знаат да акнат некоја каки бермудка и тута обично завршува нивниот творечки опус.



Веројано од трета не сте забележале колку гротескно изгледаат со работните униформи кои секогаш им се невкусно кратки на ракавите и на ногавиците. Но одушевувачкиот детал сепак лежи во фетишот кон дрвената кломпа која сите без исклучок ја шетаат по болничките ходници. Сите што сум ги прашал го оправдуваат тоа со долгото стојење на ноге, меѓутоа во светот постојат стотици професии чија дејност се извршува од нога па лутето не се шетаат на своето работно место како избезумени холандани. Искрено мене на ми се остава здравјето и животот во рацете на некој што клепече нанулама. Па уште со блуза во ве израз на копчање со влакна од гради под неа. Ем доктор, ем секси.



За да се наруши оваа монотонија сепак се имаат погрижено еден мал број на припадници на оваа професија кој секогаш на работа и надвор од неа изгледаат беспрекорно, овенчани со вкус и со стил. Е нив и мајките ги кријат од ќерките и потајно си ги чуваат за себе. А, и сите на плажа носат гаѓи за кампање а ла Спидо. Одвратно! ■



## БРЕНДИРАЊЕ ВО МАЛИ ДОЗИ!

\* Повеќе 10 години искуство во опслужување на различни клиенти: од големи компании, владини агенции, факултети до мали и семејни бизниси, ресторани, артисти и музичари.

\* ПРИНТ  
Ќе ви помогнеме да ги прилагодите вашите идеи за печатење, ќе креираме професионални графички решенија, вашите материјали брзо, прецизно и квалитетно ќе ги испечатиме и истите ќе ги аплицираме на секаква подлога.

\* БРЕНДИРАЊЕ  
Креативни решенија за ефективен идентитет на вашата фирма или производ со цел и вие достојно да ги презентирате вашиот имиџ и вашиот бизнис.

\* Печатење на хартија и PVC во голем формат, лепење на сид, стакло и други површини, пластифицирање , брендирање на возила, светлосни реклами - внатрешни и надворешни, униформи , маџи и капи со ваше лого или уникат, печатење на менија, постери, брошури, етикети, церади, банери, знамиња, билборди, печатење на чаши и чинии, бецови...

трендови

# Што ли уште ке не снајде?

Понекогаш сме склони да си кажеме дека не одминуваат сите важни настани кои се случуваат глобално, дека сме дупка на светот и дека нели, за ништо не не бива . . . Тоа најчесто се случува кога сме ентузијастиично понесени од нешто убаво што се случува во светот , а со разочарување заклучуваме дека немаме со кого да го поделиме овде околу нас. Онака лежерно, следејќи ги светските трендови за излегувањето, а и обичниот лајфстајл кој е нераскинливо врзан за нив, почнав да размислевам на таа тема. Без претензија за голема анализа и социолошки објаснувања, ми пролетаа низ глава неколку нешта од изминатите години кои фатија корен кај нас или пак само не одминаа. И тоа- и тоа, за среќа или за несреќа.

## Тренд кој за жал никако не може да се закорени кај нас- КОКТЕЛИ

Што се не направија увозниците на алкохол, Здружението на бармени на Македонија, уредниците на медиумите за лајфстајл и ентузијастични поединци во изминатите години, но се некако сме повторно на почеток. Улогата на уредник на ова списание не ми дозволува да изгубам надеж, ниту пак да престанам да се борам за воведување на оваа креативна навика во секојдневието на моите сонародници. Кај нас се уште, срамежливите обиди да се фати чекор со оваа светска навика, се сведуваат на реченицата : Дај ми од црвениот или зелениот коктел. Не велам дека не е направен исчекор, но очигледно е дека има уште многу работа на ова поле додека некоја скопска или битолска Кери со своите Миранда, Самијта и Шарлот после работа седнат во кафуле да се опуштат, и без размислување му го кажуваат името на својот смилен коктел на келнерот кој ги прашува

Пишува:  
**Радмила ПАВЛОВСКА**



што ќе пијат. Џин тоникот со повеќе лимон се уште е врвот на креативата. Мислам. . . јасно ми е мене дека ова, што би рекле Охригани, си повлеквит и многу други работи, како на пример: да си излезен со повеќе пари, да си соодветно облечен, да знаеш малку од малку за правилата на комбинирање на пижалоците, да знаеш да направиш и соодветен муабет кој оди со коктелот, и на крајот се разбира, да не очекуваш дека со коктел се решава ситуацијата- Пијем да је заборавим. Значи говориме за комплетен стил на живеење, ама нели.. . . сепак некогаш сакавме да бидеме дел од светот?



# 2

## Тренд кој за среќа зема замав и кај нас ТЕРЕТАНА И СПОРТУВАЊЕ ПОКРАЈ КЕЈ

Ова е навистина восхитувачка промена во последната деценија кај нас. Ми се допаѓа заедно со сите пропратни навики кои одат со оваа активност, како што се: машките депилации, избор на соодветна опрема за спортување, почитување на велосипедистите, како од страна на возачите, така и од страна на градот кој се грижи за нив, грижата за здравјето итн. Се разбира, мојата сеирциска природа не ги пропушта и деталите кои се нуспојава на овој тренд, на пример- мажи кои многу гледаат спотови и во занесот на одушевувањето од телото на својот омилен пејач, ги вежбаат само рацете и градите (за нели да скокнат од под маичката во лето), но заборавиле да ги повежбаат и нозете, па се некако непропорционално и неприродно штрчи кај нив. За девојчињата кои одат на фитнес за да си фатат дечко ич не прават муабет- секаде ги има и ќе ги има, па и кај нас.



# 3

## Тренд кој за несреќа стана многу по- пуларен кај нас- ИЗУМИРАЊЕ НА КЛУПСКИОТ НОЌЕН ЖИВОТ НА СМЕТКА НА КАФЕАННИТЕ

Во консултација со моите колеги од овој дел од светот (Балкан и Југоисточна Европа) заклучив дека ова е сепак регионален, а не светски тренд, но се уште не знам дали се должи на транзициско зголемените патриотски емоции кај младите (па демек, кафеаната е потрадиционална и си е наша) или повторно, на економичноста на излегувањето (ракијата е поевтина од вискито). Сепак не ми се допаѓа. Паметите дека Скопје во еден период на своето ноќно живеење имаше програма по клубовите како и секоја друга метропола одовде до Ибица? Тоа си повлекуваше дека претходно, младите ќе излезат во кафуле, па ќе продолжат во некој клуб или дискотека. Само со ова мало воочување се заклучува дека промената на оваа навика е со многу поголеми димензии отколку што делува на прв поглед. Тоа значи дека, не само клубовите, туку и кафулињата губат на значење. Ако отидеме малку понатаму со нашата лаичка анализа, ќе заклучиме дека и музиката што се слуша е променета затоа што нели, одредена музика одговара на одредени локали. Ако прочепкаме уште малку подлабоко, од сознанието за типот на музиката која е популарна, доаѓаме и до односите што се развиваат меѓу луѓето.... за на крајот да завршиме со најважното- вредностите! Ете затоа не ми се допаѓа оваа навидум наивна промена во навиките за излегување и под итно ги повикувам шизиците и дежурните полицијци за мода и стил да го кренат својот глас и да ја сузбијат оваа деструктивна појава со далекусежни последици.



# 4

## Тренд кој за среќа не одмина- БОЛИ-ВУД ДЕНСИНГ

Патејќи и немо следејќи ги сите трендови на турски и секакви други серии, кои прописно не осакатаја во изминатава деценија, сета таа вода, долеана со маслото на копи/ пејст сценарија на спотови од соседството (сепак морам... "<http://www.youtube.com/watch?v=f4cFvoBnkCM>" ), не разбираам како успеа да не одмине и ова чудо. Не знам дали знаете за што станува збор, можете да побарате на јутјуб, но се некако, кога ја гледам масовната морална и вредносна ерозија на се околу мене, ова ептен ми се вклопува за сликата да ми биде целосна. Просто чудно како не одминало. А сеирџиско е... дури и ми криво.



# 5, 6, 7, 8...

Всушност, кога започнав да го пишувам текстов, нешто сосема друго ми беше во главата. Си размислував за Кардашијанс (простете што ги знам, но изгледа нема бегање од нив). Размислував за излегувањето со Ајфоните и квалитативната структурна промена која тие ја внесоа во ноќниот живот, во смисол дека излегувањето од вечерта се помести за другиот ден кога поинтензивно ја доживуваме вечерта постирајќи ги и коментирајќи ги сликтите, отколку да уживаме во самата вечер (да не споменувам дека во таквите вечери не сме излезени со оние кои седат на нашата маса, ами со оние кои ги гледаме на телефонот). Исто така ми истекнуваа разни бизарни периоди на излегување од моето богато излегувачко минато, кога на пример модата за облекување беше чудна и грда, згора на се дополнета со перничина на рамениците, но сепак музиката беше божествена и инспиративна. Па потоа почувствувајќи жал затоа што кај нас луѓето не организираат домашни журки и што нема повеќе гламурозни настани... На крајот сепак се фокусирајќи на главните трендови, а дел од моите размислувања и ги соопштија на мојата соработничка Милена која во овој и во наредниот број ентузијастично ќе се занимава со гореспоменатово, структурирано по декади. ■

Шпански ресторан 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  
Цез 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

**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](http://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



Адреса: Железничка 50, Скопје

Тел: +389 (0)2 3109-282

Факс: +389 (0)2 3177-537

Email: [contact@imam.mk](mailto:contact@imam.mk)

Веб: [www.imam.mk](http://www.imam.mk)

[www.mnogoogmedia.com](http://www.mnogoogmedia.com)

**imam**



Пишува:

**Филип АРНАУДОВ**

здружение на бармени на Македонија



## Дестилација на Водката

Изборот на казан за дестилација пот или column има голем ефект врз финалниот карактер на водката. Сите водки кои излегуваат од казанот за дестилација се чисти, безбојни алкохолни пијалоци, но водките кои се добиваат од казани за дестилација во вод на чајник (Pot still, кои исто така се користат за дестилација на коњак и скоч) ќе содржат деликатни ароми и вкусови од сировината од која се добиени. Но казаните за дестилација во вод на чајник се релативно неефикасни, и добиениот дестилат обично се редестилира за да се добие поголем процент на алкохол. Водките кои се добиваат од поефикасните казани за дестилација во вид на колони (column still) се обично неутрални и без карактер.

Освен во многу малку случаи, водката не одлежува во дрвени буриња. Но може да се зачини или обови со различни видови овошја, билки или зачини.

Водката е доминантен алкохолен пијалок во Источна Европа. Се добива со ферментација, а потоа следи дестилација на простите шеќери од каша од житарици или друг вид на растенија. Водката се прави од житарици, компир, меласа, шеќерна репка, и од други видови на растенија. Од житариците најчесто се користат рж и пченица, најдобрите Руски водки се прават од пченица, додека во Полска од рж. Шведска и Балтичките земји делумно користат пченица. Компирот како сировина не е многу користен во Русија, но затоа во Полска се употребува во најдобрите дестилерији. Меласата - леплива, слатка сировина која е остаток од производството на шеќер се користи за евтини и водки за масовна потрошувачка, Американските дестилерији користат широк опсег на сировини за производство на водка.

## Класификација на Водката

Нема унифицирана класификација за водката. Во Полска се класифицираат според нивниот степен на чистота: стандард (zwykly), премиум (wyborowy) и делукс (luksusowy). Во Русија водките кои се обележани како osobaya (специјална) е водка со екстра квалитет која може да се извезува, додека krepkaya (силна) означува водка со голем процент на алкохол, најмалку 56%.

Во САД, домашните водки според законот на американската влада се дефинирани како неутрални алкохолни пијалоци, дестилирани или после дестилацијата филтрирани со јаглен или со други состојки за да бидат без специфичен карактер, арома или боја. Бидејќи според Американскиот закон водките се неутрални на вкус, постојат само суптилни разлики помеѓу брендовите. Консументите сметаат дека се разликуваат само по јачината на алкохолот и по цената.

## Видови на Водка

Од кога водката има тенденција да биде неутрален алкохолен пијалок, станува погодна за мешање со други вкусови каде што го засилува вкусот и алкохолот. Во 19 век производителите на Шери вино ја користеле Руската Водка за засилување на нивното вино.

Неутрални алкохолни пијалащи и денес се користат за засилување на Порто и Шери виното, иако има предлози од Европската Унија да се користат само дестилати од вино.

Водки со вкус се произведувале од самиот старт на производството со цел да се прикрие лошиот вкус на првите примитивни водки, но подоцна станало вештина на некои дестилерии на водка. Во Русија и Полска постојат неколу видови на Водки со вкус попознати за нивниот пазар:

**Kubanskaya** - Водка со вкус на инфузија од сушени кори од лимон и портокал.

**Limonnaya** - Водка со вкус на лимон, вообичаено со малку додаток на шекер.

**Okhotnichya** - „Ловчиска“ - Водка зачинета со мешавина од гумбир, каранфилче, кора од лимон, кафе, анис и други тревки и зачини. Потоа се меша со шекер и малку бело вино слични на Порто.



## Најнеобична водка.

**Pertsovka** - Водка со вкус на лута пиперка, направена од црн бибер и чили пиперка.

**Starka** - „Стара“ Водка со традиционален начин останат раните векови на производство на водка, која може да биде инфузирана со се: од листови од овошни дрва до брендзи, Порто и Малага вина, или сушено овошје. Некои брендови одлежуваат во дрвени буриња.

**Zubrovka** – Zubrowka на Полски. Водка која е зачинета со бисон грасс, ароматизирана трева која ја паселе реткиот вид Европски Бизони.

Во последниве години и други водки со вкус се пласирани на светскиот пазар. Најпопуларни се оние со овошни вкусови како црна рибизла и портокал.



## Водка Региони

Источна Европа е татковина на Водката. Секоја земја произведува Водка и скоро секоја има специјални локални Водки со вкус.

Русија, Белорусија и Украина произведуваат различни видови на водка, и воедно се најголеми производители на водка во светот. Само подобрите брендови кои се произведуваат од рж и пченица се наменети за извоз.

Полска произведува и извезува Водка направена од компир и од житарици. Повеќето од високо квалитетните брендови се произведуваат во казани за дестилација во вид на чајник.

Финска заедно со Балтичките земји Естонија, Латвии и Литванија произведуваат водка воглавно од житарици, најчесто од пченица.

Шведска во последните децении создаде значителен извозен пазар за своите чисти и Водки со вкус.

Западна Европа има локални брендови на водка секаде каде што постојат дестилерии. Како сурвиви се користат најчесто житарици во северните земји како Велика Британија, Холандија и Германија до грозје и други овошја во винските земји како Франција и Италија.

Сад и Канада произведуваат водки без вкус, од различни видови на житарици (вклучувајќи и пченка) и од меласа. Американските Водки по закон се неутрални алкохолни пијалоци па разликата помеѓу брендовите најчесто е цената и јачината на алкохол одколку вкусот.

Карибите произведуваат изненадувачки голема количина на водка, и тоа од меласа. Најголемиот дел е за извоз за мешање и флаширање во други земји.

Австралија произведува водка од меласа, но мал дел е за извоз.

Азија има некои локални водки, најдобрите доаѓаат од Јапонија.

## Водка: Историја и значење

Приказната е дека во 988 година Големиот Принц на Киев, денешна Украина решил дека е време народот да премине од своите пагански верувања во монобожна религија како што било во цивилизираниот земја на Југ. Прво дошле Еврејските рабини. Тој ги слушнал нивните аргументи, бил импресиониран од нив, но веднаш ги протерал кога дознал дека следбениците на Јудеизмот не може да контролираат некоја земја. Потоа дошле Муслуманите од кои исто така бил импресиониран од политичката и воената стратегија и успех. Но кога дознал дека Исламот не дозволува консумирање на алкохол и нив ги вратил назад. Најпосле дошле и Христијанските свештеници кои му кажале дека само добрите Христијани можат да пијат алкохол и дека виното се користи во христијанските ритуали. Тоа било доволна причина Големиот Принц да го прифати Христијанството и наредил народот да се префрли на Христијанска Религија.

Поентата на оваа приказна е дека Словенските народи од северот и нивните соседи од Скандинавија консумирале алкохол доста сериозно. Екстремно ладните температури во зимите ги оневозможувале пратките со вино и пиво, бидејќи од ниските температури често смрзнувале. Се до 1400 година кога процесот на дестилација бил претставен во Источна Европа. Јаки алкохолни пијалоци почнале да се прават од ферментирани силни вина, медовина или пиво.

Првиот дестилиран алкохолен пијалок во Источна Европа бил дестилиран од медовина (медово вино) или пиво и бил наречен перевара. Водка (од Рускиот збор вода, што во превод значи вода) оригинално бил дестилиран алкохолен пијалок кој се користел за медицински цели. Како што се подобрувале техниките на дестилација Водка (Њодка на Полски) постепено станал термин за алкохолен пијалок без оглед на потеклото.



STOBI  
WINERY

ко жи  
тии  
как во  
**ьи** о пись  
ти и кафеди  
**ка**КОв  
**СИ**\* Таму  
каде што  
нема  
вши с  
ЛУБОВ  
\*  
**шаша**  
секога ћи  
је полна  
ако ћи имаји  
вистинското  
**вино** Се ње  
покрај  
во\*  
е виното  
вистина га  
**и** си прасаша

ако носиш  
**нешто**  
неизречено  
**нешто** ћи  
ТЕ џрижиска  
напушаји се  
чаша за  
вино го  
сдији ре  
јордже

## Водките во Русија

Русите се цврсто уверени дека Водката е направена на нивна територија. Комерцијалното производство започнало во 14ти век. Во 1540 Кралот Иван Грозни во паузата помеѓу освојувањето го основал првиот монопол на властта за производство на Водка. Лиценци за производство на Водка биле доделувани на благородниците, а сите други дестилерии биле забранети.

Производството на Водка стана интегрален дел од Руското општество. Аристократските земјопоседници ги управувале дестилерите на нивните поседи и произведувале водка со висок квалитет која често била и зачинета со разни состојки од желади до рен и минт. Кралот имал и дестилери за експерименти каде што се правеле повеќекратни дестилации. Во 1780 научник во една таква дестилерија го пронашол начинот на филтарација со помош на јаглен со цел да се прочисти водката.

До 18ти и на почетокот на 19ти век во Русија производството на водка беше технолошки најразвиената индустрија во земјата. Новите видови на казани за дестилација и новите технологии на производство од Западна Европа беа увезени и применети. Продолжи инвестирањето на државата во истражувањето на нови технологии на производство на водка. Во 1902 е донесен закон за т.н. Московска Водка која има 40% алкохол, направена е до рж, на која и се додава мека но недестилирана вода и без додаток на бои и други ароми. Таа стана заштитен знак за Руска Водка.

И во Советскиот Сојуз производството на Водка остана под контрола на владата. Сите дестилерии се во сопственост на владата, и додека политичарите од Комунистичката Партија уживајале во високо квалитетна водка од рж, работничката класа своите потреби за алкохол ги задоволувала со евтина водка. Водките за масовна употреба се пакувале во литарски шишиња со обични тапи, кои кога еднаш ќе ги отворите не се затвараат повторно, така што луѓето ги пиеле многу брзо.

Денес производството на водка во Русија е слично како во времето пред Револуцијата. Високо квалитетните водки се произведуваат за високите класи и за извоз и ефтини водки за домашниот пазар.



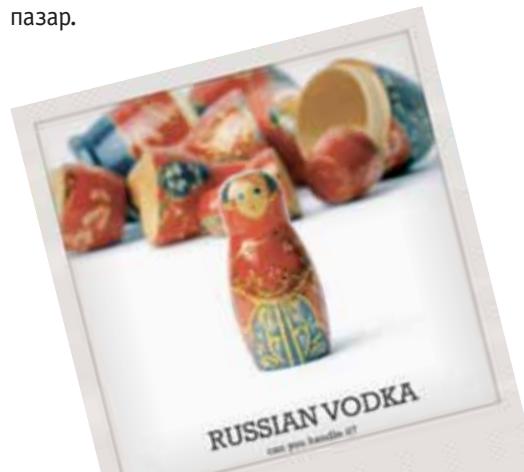
## Водките во Полска

Најраните запишани податоци за водката во Полска датираат од 1400 година, иако некои полски историчари тврдат дека водка се правела во околината на јужниот град Краков најмалку еден век порано. Оригинално наречена окоњита (од латинскиот збор аљу вита Ѓ вода на животот), се користела за различни намени освен за пиење. Во медицински текст од 1934 се дефинира како лосион за после бричење под името Водка за миење на брадата после бричење. Водките инфузирани со тревки биле популарни лекови за различни болести.

Во 1546 година Кралот Олбрахт од Полска го одобрил правото за дестилација и продажба на алкохол на секој возрасен граѓанин. Полската аристократија, земајќи го примерот од Русија лобирале производството на водка да биде привилегија само за нив.

Комерцијалните дестилерии за водка биле основаны околку 18ти век. До 19 век се отвориле и првите пазари за извоз на Полска водка. Најпопуларни биле оние со инфузирани овошја кои најчесто биле испраќани во Северна Европа и Русија.

Со падот на Комунизмот во доцните 1980ти, дестилерите на водка се враќаат во приватна сопственост. Денес високо квалитетните водки се извезуваат насекаде во светот.





## Водките во Шведска

Производството на Водка во Шведска, кое датира уште од 15 век, ги има своите почетоци во индустријта за производство на барут каде што алкохол со висок процент се користел како една од сировините. Кога дестилериите се лиценцирале за производство на алкохол (воглавно зачинетиот Аквавит, но и Водка), сфатиле дека е многу попрофитабилно од производството на барут.

Домашното производство на водка е познато многу одамна во Шведска. Во 1830 година се регистрирани 175000 казани за дистилација во земјата на помалку од 3 милиони жители. Оваа традиција на домашно производство, воглавно денес нелегална се уште е застапена во помали размери. Модерните Шведски водки се произведуваат од Вин & Сприт компанијата која е сопственост на Државата.

## Водките во САД

Водката за прв пат била увезена во САД во поголеми комерцијални површини на почетокот на 20 век. Целна група на овој увоз на водка биле доселениците од Источна Европа. Со завршувањето на проприхибицијата во 1933, Хеублеин компанијата ги купила правата за брендот Смирнофф од руските сопственици Њхите Руссијан и повторно ја пуштиле во продажба на пазарот во САД. Продажбата почнала да расте кога еден продавач на алкохолни пијалаци од Северна Каролина ја промовирал како Бело Виски, без мирис и вкус. Продажбата на Американските водки полека почнала да расте, особено по втората Светска Војна. Најполуларен коктел во тој период бил комбинација на водка и гингер але наречен Монссоњ Муле. Бил промовиран со специјални бакарни чаши кои и денес може да се најдат во некои од подрумите во Американските домови.

Денес Водката е најпродаван бел алкохолен пијалок во САД, потпомогнат од различни миксови кои одговараат со водката и со паметна маркетиншка кампања. Една од најпознатите реклами кампањи од минатиот век е: „Smirnoff — It leaves you breathless.” ■



### Bloody Mary

4цл Водка  
9цл сок од домати  
1цл сок од лимон  
Сол, бiber  
Табаско и Ворчестер сос  
Се сервира во висока чаша со мраз  
и се декорира со гранче целер.



### Sex On The Beach

3цл Водка  
2цл ликер од праска  
5цл Сок од портокал  
5 цл сок од брусница  
Сите состојки се шејкаат и се сипуваат во висока чаша со мраз. Декорација парче портокал.



## Најпознати Водка Коктели

### Screwdriver

5цл Водка  
10цл сок од портокал  
Сипете ги состојките директно во висока чаша со мраз. Декорација парче портокал.



СО ИНТЕНЗИВЕН МИРИС НА ПЛАНИНСКА СВЕЖИНА  
**PANORAMA ICE**

ΔΟ -21° С

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!!!**

**BARevolution Центарот за Професионална Обука на Бармени е единственото место каде што може да ги научите техниките на Барската работа и да станете професионалец во истата. Преку нашите курсеви, од основен до миксологија, како и флер курсевите може да се надоградувате до највисокото ниво во оваа професија. Со знаењето стекнато на нашите курсеви, може да работите како Бармен во било кој бар, на секаде низ светот. Исто така нудиме и консултинг услуги и обука на персоналот, за било кој тип на угостителски објекти. За сите оние кои се уште не се одлучиле која професија да ја одберат, Бартендингот е единствената која ви овозможува солидна разаротувачка и истовремено добра забава**



# Првиот Mixology bar Cocktail Room ви ги препорачува следниве Fancy коктели

## Green Apple Martini

4cl Smirnoff Green Apple

2cl Lime juice

2cl Green apple liqueur

Ставете ги сите состоци во шејкер, исшејкајте добро и сипете го коктелот во изладена мартини чаша.



## Pink Margarita

4cl tequila

1cl Campari

1,5cl fresh lemon juice

1,5cl honey

Ставете ги сите состоци во шејкер, исшејкајте добро и сипете го коктелот. Декорирајте со парче лимон и грлече нане.



## Cherry Punch

3cl cherry vodka

3cl triple sec

Splash Grenadine

Splash cranberry juice

Ставете ги сите состоци освен сокот од брусница во шејкер, исшејкајте добро и сипете го коктелот во чаша, дополнете со сок од брусница и декорирајте со цреша.



Здружение на Бармени на Македонија



Организира

**ПЕТТО ДРЖАВНО ПРВЕНСТВО НА  
МАКЕДОНИЈА ВО ПРИПРЕМА НА  
КОКТЕЛИ И ФЛЕРТЕНДИНГ**

25 април 2012  
СКОПЈЕ ТРАВЕЛ МАРКЕТ  
Скопски Саем  
ПРИЈАВИ СЕ

Биди најдобриот Бармен во Македонија и креирај го коктелот на годината. Победниците во двете категории ќе ја пртеставуваат Македонија на Светското Првенство на Бармени во Кина и ќе престојуваат 7 дена во Цроње Плаза Хотелот во Пекинг. Награда вредна по 2500 евра за победниците во класика и во флертендинг и можност да се дружат со најдобрите Бармени од целиот свет.

Пријавување, правила и информации на:  
**[www.bar.mk](http://www.bar.mk)**



# ДЛ КОНКОРД

ПРОФЕСИОНАЛНА УГОСТИТЕЛСКА ОПРЕМА

02/ 31 19 319; 31 13 788

ул. Црвена Вода бр.16 - Скопје

e-mail: [dlk@dlk.com.mk](mailto:dlk@dlk.com.mk)

[www.dlk.com.mk](http://www.dlk.com.mk)



# Претна инспирација

Како што полека се наоѓаме на прагот на сезонското затоплување, така потребата да се „наштимувам“ во новото време се повеќе ми се наметнува. До душа, не го ни сменив времето на мојот рачен часовник во зимското време. Се трудев да бидам трпелива и да го почекам времето самото да дојде. Откако ги оставивме зад нас тие мрачни, и неизмерно досадни зимски денови, време е да се ориентираме кон периодот кој доаѓа и да направиме некој ребаланс на нашето лично време.

Имено, јануари и февруари конечно завршија и со тоа сите сарми, руски и кифлички се изедоа, и откако сите тони кока кола, вино и ракија поминаа низ нашите дигестивни системи, време е да мислиме проактивно и да се зафатиме со себеси. Јануари кој финансиски едвај се издржува е веќе зад нас, краткиот февруари го покрива долгот претходен месец, доаѓа март и уште 22 дена за официјално да почнеме да носиме кратки ракави! Темните месеци кај нас се темни и по однос на социјалните содржини во главниот град. Нема многу концерти, освен оние на МОБ и на филхармонијата, а тие ми се некако сомничави по однос на посетеноста. Изложбите се тук тек по некоја, драмските претстави веќе ги играат и онака излitenите наслови и поставки, градот спие бидејќи во четири попладне е веќе темница! „Па зима е, и онака нема што да се прави....“ - најчестиот одговор на моите сограѓани. „Ај да се собереме дома на пица и филмови, зима е, што ќе правиш друго?“. Не е дека нема што друго да се прави, само ние не го правиме. Во зима немаме ни желба да правиме нешто. Во зима Тејт Морнинг

Николина СТОЈАНОВА



дерн во Лондон постави една историска изложба на Леонардо Да Винчи. Картите беа распродадени дури и пред да се отвори изложбата, а експертите дури и покажаа досега непознато платно на големиот мајстор Ѓ Исус како Салватор Мунди (спасителот на светот). Доволно е една слика да ја привлече цела Европа во британската престолнина. Кај нас, доволно е една семејна слава да се направи најголемиот цумбуз, да се изведи најкалоричното мезе за сите да го памтат тој ден... Размислувам на големите градови, на нивните ботанички градини, средните паркови и лизгалишта, божиќното украсување и функционалниот градски превоз... Размислувам на големите книжари со секаквите промоции, размислувам на опуштените квартови каде е пријатно да се биде дури и во зима, на големите стоковни куки кои прават се да ги намамат потрошувачите на зимски трошоња... Скопје во зима, штедеше електрична енергија, беше темно и застрашувачко. Скопје во зима беше непроодно, калливо и замрзнато. Имаше сообраќајни гужви споредливи со Кайро и Истанбул. Единственото нешто убаво во бело Скопје беше снегот што го покри ѕубрето што сите го гледаме а сите се правиме дека не го гледаме. Барем во таа атмосфера Скопје беше романтично, делуваше како дел од бајка, темно и заборавено...



Среќа, времето никогаш не седи мирно и секогаш се движи во една насока па така се' тече и се' си минува... Снегот се стои, џубрето пак се појави во нова аморфна форма (некој концептуален ументик можеби ќе може да смисли што да прави со таквиот отпад), но животот се буди, дури и во Скопје, дури и во Македонија. Некое кокиче ваму-таму сирка од некој двор, па ние се радуваме ко Дедо Мраз да дошол да не' израдува во погрешно време. Културните програми можеби малку каснат, но знаеме дека се во фаза на подготвка за новата сезона. Кејот на митската ни река, полека се полни со млади свесни за себе ролериши. И таа малку останата, искубана трева по градските се' поретки паркови полека се зазеленува и скопскиот граѓанин, а верувам и останатите македонски, повторно се полнат со некоја надеж, со радост, со олеснување во крајна линија. Доаѓа пролет, време е за нови нешта. Списанијата ќе ве убедуваат која пастелна боја со која друга најдобро се комбинира, кои модни аксесоари се најприкалдни за оваа сезона (како оние старите да не се веќе битни), кои креми се користат за сонце во пролет и лето и како да го смалите бројот на брчките. Доаѓа времето кога туфните се повторно во мода, кога се носат чевли во боја, кога не е срамно да се покаже малку деколте. Доаѓа времето на тоачи и мотори, значи повторно ќе се воодушевувам на гласниот звук на моторите и ќе си замислувам дека го знам моделот. Доаѓа времето на вечерни прошетки покрај миризливи дрвја, на семки во рака и стари старки на маалска клупа. Време на дрочење, шлаење, на ашкање и дрвење (и ова не го мислам безобразно).

Пролет е време кога поштetenските сандачиња се полни со секакви понуди за слабеење. Повер плејт, финтес- аеробик, пилатес во базен, личен тренер за на кеј, обновување на тениската опрема, враќање назад на тоачите и ролерките, пешачење и прошетки, скара на отворено... Пролет е време кога се правата екскурзии низ Македонија, кога се отвараат рибниците и друмските кафани, кога моториите се спремаат за нови тури, кога велосипедистите се вежбаат од Китка до Матка. Совршено! Во глава ги имам сликите на среќни пикники кои non шаланто си ја пафтаат скаратата покрај Треска. Оние екстремните ќе се испонаредат на карпите на Матка, девојките ќе мислат што да прават со наталожениот целулит, и биртичките ќе блеснат во нивната полна мрсна слава! Животот повторно ќе делува опуштен, како да имаме пари се' да си приуштиме, ќе шетаме со кренати глави, лесна облека и наслеани.

Пролет е време кога жените мислат на себе. 8ми март е во пролет, а по Нова Година, тоа е најбитната корпоративна веселба! Фризер, можеби мал шопинг, нови мокасини или викенд во Банско. Женската еманципација е во пролет. Жените кај нас

и се еманципираат во пролет. Македонската жена тогаш станува исклучително горда, па таа навистина е и мајка, и работник и стожер на семејството. Трката за подобра фризура или комплетче е во полна пареа на 7ми. И на 8ми март таа нема да готви дома, и таа заслужува еден ден ослободување! Орхиди, саксиски цвеќиња, букети од суви ружи, сето тоа во пролет за празникот на жената. Улиците, за ошта радост се преполнни со прерподавачи на домашно одгледани цвеќиња. Колку празнувањето е се' поимпровизирано толку ми се чини радоста од истото е поголема. Во пролет, докажуваме дека се снаогаме со она многу малку што го имаме, но докажуваме дека и тоа го можеме, бидејќи е пролет и време е да се гледа пооптимистички. Се сеќавам на песнички посветени на мајките, на исказаната благодарност на учителките, на хорските состави и пролетните вежби. Се надевам дека сеуште школите го практикуваат тоа, бидејќи на мене и мојата генерација, колку и да беа банални тие практики, ни укажуваа на некаков поредок, хиреархија во почитта и во крајна линија, не' учеа на историски вистини и вистински борби, и ни даваа некаков ред и надеж.

Велигден секогаш се паѓа во пролет. За Велигден се случуваат темелните чистења на куќите и фрлањето стари алишта. Теписите се вадат надвор за добро да се исчукаат од зимската прашина. Малата повтрно заживуваат, домаќинките ги споредуваат цените на пазарите на улица пред куќа и ја разрешуваат дилемата за најдоброто јагнешко. Трпезата никогаш не смее да се запостави само што ќефот во подготвувањето се чини поголем во пролет. Или барем мене така ми стои. Марула со јајца, свежи салати со вистински вкус, ротквици и секакви зеленчукови задоволства ѝ само во пролет! Ќе се убедувам(е) дека ќе почнеме здраво да живееме, дека е време да се смени начинот на живот бидејќи во зима „недвижењето м(н)е убива“. Моментот кога лекарите укажуваат на опасноста од шок на организмот поради постењето и јагнешкото на денот после постот е уште еден комичен момент, индикатор колку сме заспани во зима а колку сме раздвижен во пролет. 40 дена строг пост за да му се доближиме на Бога, и популарно, за да „го прочистиме организмот“ завршуваат со скоро една перверзна гозба на јагнешко, јајца и вино! Нема да ги толкувам несфатливите религиозни догми, но можам да дадам коментар за менталитетот. Се' се исплатува, дури и пост, зашто после постот доаѓа правото, доаѓа печеното јагнешко, а за тоа вреди да се истрпи и помине се'! И зимските осиромашени месеци, и студот, и непријатноста од истиот, и високите сметки за парно и струја, зашто после тоа, знаеме дека ќе бидеме во расположение на „кој ја шиша Топлификација!“

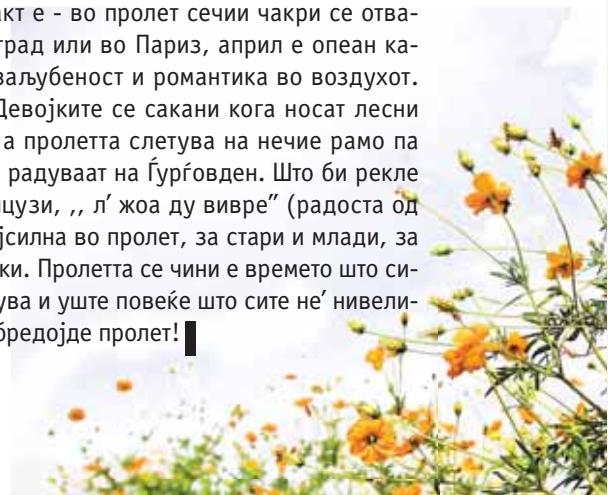


Дебармаалските кафичи ќе ги извадат масите на она малку тротоарен простор што го имаат ама цагорот ќе бида бука на раздраганост, флерт и зафракирање. Секоа парче слободно место на сонце ќе биде зафатено од импровизирана маса, т.е. гајба што ќе изгледа погодна за пиење кафе. Градското сивило ќе се разбие со закачени алишта за сушење и децата ќе си играат на улиците дур не зајде сонцето. Животот повторно ќе биде надвор наместо внатре. Дури и домашните расправии, караниците и машко-женските односи ќе се разрешуваат надвор, на улица. Домаќинките ќе готват во летните кујнички а мажите ќе се докажуваат себеси пред себеси пред зграда, до касно навечер.

И фала богу што сезоните се менуваат. Не сакам да звучам отрцано ама надежта навистина повторно се појавува во пролет. Мислам дека ова е чувство што сите го имаме. Дека промените се возможни, конструктивни и плодотворни почнуваме да веруваме во пролет. Идејата дека можеме нешто да смениме е најинтензивна во пролет. Не можеме да си помогнеме во тој случај, птиците, цвеќињата и мекиот воздух си го прават своето, едноставно сме принудени да мислиме позитивно, колку и да ни се бунтува рационалистичкиот, крут ум. Јас лично можам да бидам најголемиот циник, но во пролет гардот ми

паѓа. Можам да критикувам до утрe, ама во пролет, до утрe ќе сmisлам нешто друго да правам, надвор на отворено. Сеуште во Скопје ќе ми смета и барокот, и губрето, и исечените дрвја и лудите шофери ама во пролет, ќе им попуштам. Ќе си попуштам дури и на себе. Не вредат ситни нервози и безпоенитни главоболки во пролет, бидејќи во пролет има сијасет работи и појави кои прават да се чувствуваш подобро. Нервирањето ќе го оставам за наредната зима, и онака тогаш нема многу што да се прави.

Некогаш не верував дека сончевото време може да е од исклучителна важност за нечија добросостојба, но факт е - во пролет секии чакри се отвараат. Во Белград или во Париз, април е опеан како месец на заљубеност и романтика во воздухот. Не јануари. Девојките се сакани кога носат лесни фустанчиња, а пролетта слетува на нечие рамо па после сите се радуваат на Ѓурѓовден. Што би рекле учените Французи, „л' жоа ду вивре“ (радоста од животот) е најсилна во пролет, за стари и млади, за машки и женски. Пролетта се чини е временето што сите не' обединува и уште повеќе што сите не' нивелира. Затоа, добредојде пролет!



**club  
MATICA**

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



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

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, дејусиши рак неколку вина за кои вреди да се зборува. Две извонредни вина од Македонија: Барово на винарница Тиквеш најправен од вранец и кратошија, сериозно бојано вино, комплексно и зрело на кое му треба стареење. И виното за кое га довеа неверојатни 94 поени, Бела Вода црвено вино на винарница Тиквеш, а добиено од вранец и 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



the winemaker Philippe Cambie

кафе



# ЗБМ Барменска лига 1 КолоБариста

Освен Државното Првенство на Бармени, уште еден натпревар во организација на ЗБМ прераснува во традиција - Барменската Лига. Изминатите две години увидовме дека постои голем интерес за овој натпревар кај Бармените во нашата земја и затоа оваа година го освеживме со нови дисциплини и поинаков концепт. Барменската Лига 2012 е натпревар кој ќе го одреди најдобриот Бармен во Р.Македонија за 2012 година. Тој мора да биде добар во сите дисциплини од Барската работа за да може да дојде до титулата.

Оваа година Барменската Лига е составена од четири засебни натпревари каде што Бармените за освоените резултати ќе добијат награди, но и поени кои на крајот се собираат и го одредуваат најдобриот за 2012.

Бармените се натпреваруваат на следните натпревари:

Бариста Натпревар 29 јануари

Speed Round 25 март

Flair & Show 8 април

Mixology Ноември (датата ќе се одреди дополнително)

Пишувача:

Анџела СТЕФАНОВСКА,  
Матео БАРБАРОСА



Attibassi cafe

Пишувача:

Филип АРНАУДОВ



здржание на бармени на Македонија

Сите натпреври се одржуваат во Вero Центар каде што има одлични услови да се претстават Бармените пред сите што ја сакаат оваа професија, но и пред останатите гости кои не биле предходно запознаени со Барската Работа и со Коктелите.

## Прв Македонски Бариста Натпревар

На 29 Јануари 2012 година во Вero Центар се одржа Првиот Македонски Бариста Натпревар. Овој натпревар е дел од Барменската лига 2012 година, а негови организатори беа Здружение на Бармени на Македонија и Attibassi Espresso Italiano.

Натпреварот за баристи беше реализиран со цел утврдување на нивото на познавањето на културата и традицијата на италијанското еспресо и капучино и нивното правилно подготвување, како и со цел за ширење на културата на еспресото како производ кој е широко застапен во сечие секојдневие.

Во квалификациите се натпреваруваа 18 баристи од цела Македонија,додека во финалето влегоа шестмината најдобри.Финалниот дел се состоеше во припрема на 4 еспреса,4 капучина и 4 авторски безалкохолни пијалоци (Signature Drink),свето тоа според критериумите на SCAE (Speciality Coffee Association of Europe).Финалистите беа оценувани од 1 технички судија кој беше задолжен за следење на техничката работа во припремање на кафето,како и правилното ракување со кафематот и мелницата,и 4 tasting судии кои беа задолжени за оценување на вкусот и изгледот на еспресото,капучиното и авторскиот пијалок.Судиите оценуваа според критериумите на SCAE.

### Авторските коктели на финалистите:

#### 1 место Коста Јовановски од Драма Кафе, Миднајт клуб

Коктел "Драма Кафе"

2 shot espresso

0,5cl Riemerschmid Hazelnut

0,5cl Riemerschmid Banana

10cl milk

Првото место го освои Коста Јовановски со 418 поени,второто место Методи Перунковски со 393.5 поени,а третото место Дарко Чурлинов со 387.5 поени.

Натпреварот беше повеќе од успешен.Тоа го покажуваат многубројните спонзори и покровителите и учеството на вистински и квалитетни професионални баристи.

Целта и мисијата на ЗБМ и Атибасси е ширење на културата на квалитетно угостителство и организирање на настани од ваков тип,се со цел за надградување и наградување на професионализмот и знаењето на баристите,бартенерите и сите други одговорни професионални фигури во угостителскиот сектор.



#### 2 место Методи Перунковски од Казино Фламинго

Коктел "Ултимејт Еспресо"

1 shot espresso

1cl Riemerschmid Strawberry

0,5cl Riemerschmid Vanilla

2cl milk

#### 5 место Јовица Наков од Кала кафе

Коктел "Кала"

1 shot espresso

1cl Riemerschmid Caramel

0,5cl Riemerschmid Vanilla

0,5cl Riemerschmid Chocolatte

4cl milk

Cinemon

#### 3 место Атанас Чурлинов од Казино Фламинго

Коктел "Елеонора "

1 shot espresso

1cl Sirup Caramel

0,5cl Sirup Coconut

4cl milk

Grated hazelnut and white chocolate

#### 6 место Благоја Ристески од Кадмо

Коктел "Maricha"

1 shot espresso

1cl Riemerschmid Caramel

0,5cl Riemerschmid Banana

3cl milk

2cl cream

#### 4 место Дарко Ангелов од Коктел Рум

Коктел "Даки Еспресо"

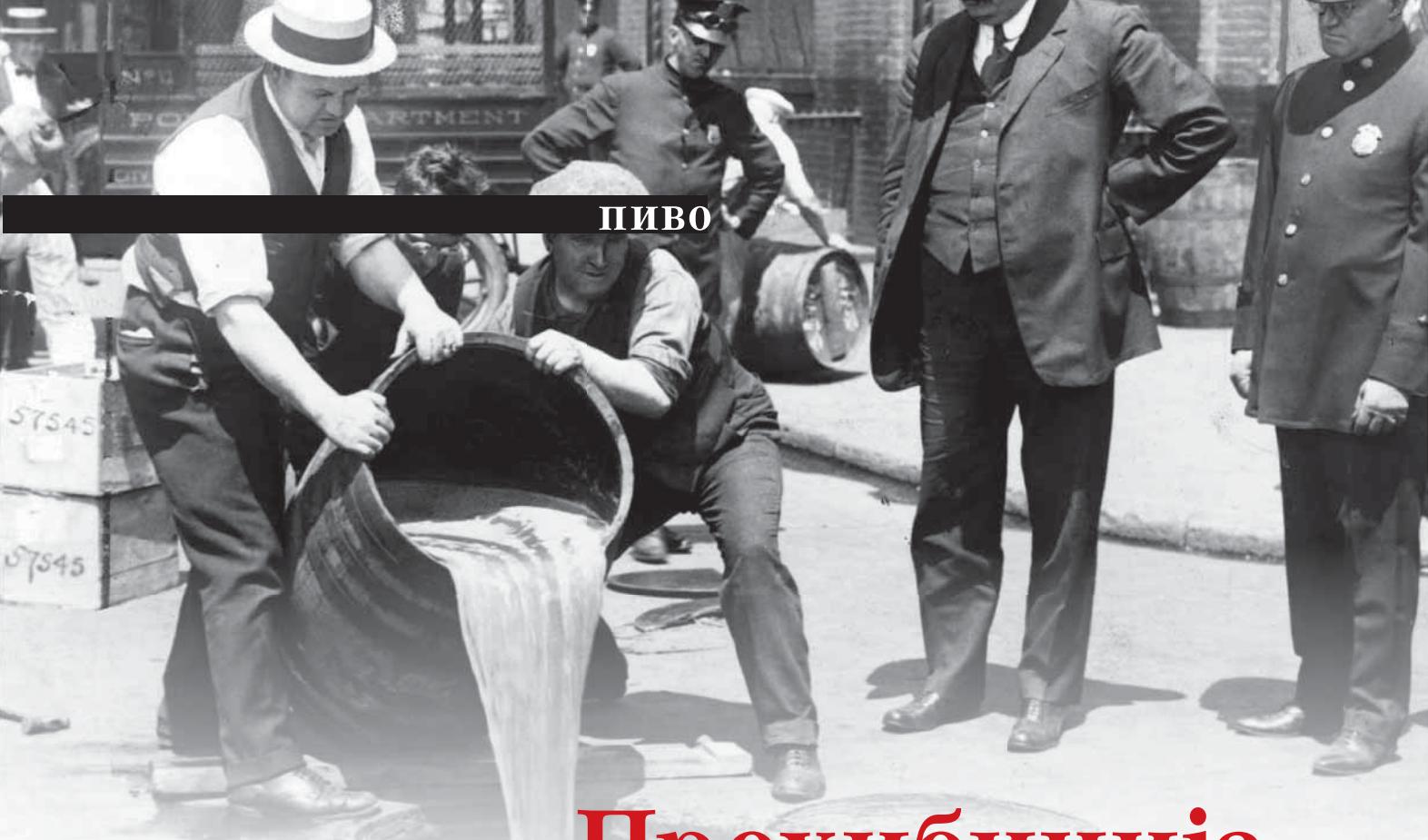
1 shot espresso

0,5cl Riemerschmid Caramel

0,5cl Riemerschmid Vanilla

4cl milk

Cinemon, nutmeg



ПИВО

# Прохибиција на Американски начин

Помина скоро еден век од забраната за производство, продажба и јавно конзумирање на алкохолните пијалоци во САД која траела тринаесет години и била уредена со закон, односно уставен амандман. Воедно, во тој период се случили најголемиот развој на индустријата на пиво и другите алкохолни пијалоци, секако илегално. Влијанието на прохибицијата се чувствува и денес во Америка бидејќи во секоја од 53-те држави се спроведуваат различни закони за употреба на алкохолот. Направивме едно мало истражување и во овој број на Бар-код ќе ви ги презентираме најинтересните и на моменти бizarни, но вистинити легислативи.



„Пивото е доказ дека Бог не сака“.  
-Бенџамин Франклин

Пишувач:  
Марјан КОСТАДИНОВСКИ

BeerShop



„Наместо да даваме пари за отворање на училишта и поттикнување на учењето, зошто не донесеме уставен амандман, кој би забранувал на секого било што да научи? Ако тоа би функционирало така како што некогаш функционирала Прохибицијата, за пет години ќе имаме најпаметна човечка раса на земјата“.

Така ја коментирал ефикасноста на законската забрана на алкохолот, Вил Роџерс, американски каубоец, комедијант, хуморист, актер во безбройните неми и звучни филмови, една од најславните личности на 20-тите и 30-тите години.

Амандманот за забрана на алкохол, познат како Прохибиција стапил на сила во 1920 година. Тогаш конзументите на пиво остануваат најзатекнати, бидејќи криминалците се преориентирале кон производство на силни пијалоци. Забраната траела се до 1933 година. Пиварниците кои сакале да опстојат морале да се прилагодуваат и да преминат кон производство на сурогати, пијалоци кои личеле на пиво, но не содржеле алкохол. Од 1400 американски пиварници во тоа време, Прохибицијата ја преживуваат само 160.

Во 1926 година се подготвува теренот за укинување на забраната на алкохолот, но во 1929 година поради големата светска економска криза тоа прашање доаѓа во втор план. Една година подоцна неколку од преживеаните пиварници формираат „Здружение на производителите на пиво“. Најголемата од нив Анхусер Бусџ произведувала квасец и сируп од јачменов слад, но и сладолед, се вклучила и во производство на ладилници и камиони. Во 1932 година демократите и нивниот претседателски кандидат Франклин Рузvelt го вклучиле укинувањето на амандманот во својата изборна програма која добила огромна поддршка со што во ноември 1933 година се укинува Прохибицијата.

## ..И ПОВТОРНО РЕЛИГИЈАТА

Прохибицијата и покрај тоа што е регулирана со закон, има корени и идеја кои лежат во религијата, а ја поттикнуваат верските заедници. Тие го пропагирале ставот дека злоупотребата на алкохолот е општествено неприфатлива, дека алкохолот е дар од Боговите, а неговата злоупотреба е потникната од гаволот. Пијанството било осудувано и казнувано како злоупотреба на божјот дар.

Уште во 19-тиот век постоело моќно движење за забрана на алкохолот, а на тоа се спротивстувал доктор Бенцамин Раш кој пропагирал умерено конзумирање, но бил против забрана. Двеста фармери го формирале во 1789 година првото „Здружение за умереност“, за да подоцна се прошири низ целата држава. Околу 1840 година се појавува т.н. „суво движење“ кое го предводеле методистите инсистирајќи дека пијанството може да се искорени само со забрана на алкохол.



„Друштвото за умереност“ станало „друштво за апстиненција“, а формирана е цела серија на слични здруженија, како меѓународни организации на „божјите темплари“, „национални партии за прохибиција“, и „темплари на честа и умереност“. Како што растел нивниот број така се зголемувала и нивната агресивност и екстремност во барањата. И покрај тоа што движењето настапало со цел да ја поттикне умереноста во конзумирање на алкохол, се претворило во ригидна организација која се борела со голем верски фанатизам. Граѓанската војна ја прекинува активноста на сувото движење, но после војната во 1873 г. се формира „женскиот сојуз за умереност“, кој со „Партијата за прохибиција“ повторно го ставаат ова прашање на дневен ред.

Во 1881 година забраната за алкохол се воведува во Канзас, а позната по децидното спроведување на законот била Carry A. Nation. Во Америка прохибицијата била присутна скоро цел век, а официјално со закон е регулирана за период од 1920 до 1933 година. И покрај својата контроверзаност, имала силна поддршка од политичките кругови зад кои стоеле верските заедници како протестантско-методистички, северни и јужни баптисти, презбите-ријанци, квекери и скандинавски лутерани. Прохибицијата и продажбата на алкохолот биле забранети во Америка, но не и во соседните земји. Алкохолниот бизнис цветал во Канада, Мексико или на Карибите, од каде илегално се увезувал во САД.

Во времето на Прохибицијата, Чикаго бил градот познат по кршењето на законот. Голем број на гангстери, вклучувајќи ги и Ал Капоне и неговиот лут противник Багзи Молоне, заработувале милиони долари од илегално производство и продажба на алкохол.

## УКИНУВАЊЕ НА ПРОХИБИЦИЈАТА

Кога со 21-виот амандман Прохибицијата е укината на сојузно ниво, утврдено е секоја држава и локална самоуправа сами да го уредуваат прашањето за производство и продажба на алкохол.

Во пиварството Прохибицијата оставила длабоки траги. Само половина од затворените пиварници го обновиле производството и почнале да произведуваат пиво од типот на „американски лагер“, кој денес е најзастапениот тип на американскиот пазар.

Познатиот ќујоршки колумнист и хуморист Дон Маркис, современик на американската забрана на точење на алкохол напишал: „Прохибицијата ве наредува да плачете по своето пиво, но истовремено не ви дозволува пиво по кое би плачеле“. Американскиот председател Франклин Рузvelt, по потпишувањето на актот за укинување изјавил: „Мислам дека сега е добро време за едно пиво“.



HOSTESSES AND MODELS  
[DINAMODELS@gmail.com](mailto:DINAMODELS@gmail.com)

## БИЗАРНИОТ СВЕТ НА ПИВСКАТА РЕГУЛАТИВА

Копајќи по историските податоци и факти за пивото стигнуваме до некои возбудливи и фасцинанти податоци кои се однесуваат на легислативата. Од сите овие, најбизарните и најчудни ги наоѓаме во Америка.

Во Флорида, пиварниците кои ги продаваат своите пива мора да го назначат името на државата на тапата и продаваат само строго определени големини на шишиња. Забраната важи за 22 литарски-те буриња или шишиња од 750 мл или било кој друг европски стил на флаширање.

По собирањето на разните апликации и даноци, државата издава лиценци на оние кои сакаат да продаваат пиво. Бројот на лиценци е најчесто ограничен од страна на државните органи. Во повеќето држави дистрибутерите се заштитени со франшиза што значи дека само правно лице може да продава одреден тип на пиво во одредена држава. Рестораните, баровите и продавниците може да купат само од еден дистрибутер со франшиза.

Некои држави сеуште ги ограничуваат сортите на пиво кои се достапни во продажбата врз основа на неговата јачина на алкохол. На пример, тие со повеќе од 6% алкохол не може да се продаваат во супермаркети и бензиски пумпи туку само во специјализирани продавници во определени временски термини.

Во повеќето држави, промотивните материјали кои имаат вредност, снабдуваат не може легално да ги даде. На пример, дистрибутерот или пиварницата не може да дадат чаши или неонска реклама без да бидат фактурирани. Во Тексас, секое пиво со над 4 % алкохол е етикетирано како „ејл“ без разлика на начинот на неговата ферментација. Секое пиво со процент на алкохол под 4% е означено како „пиво“. Сите точени пива произведени во Јута кои се продаваат во тамошните продавници се со повеќе или помалку 4% алкохол. Единственото силно или „тешко пиво“ како што сакаат да го наречат, кое што може да се најде во оваа држава се продава во специјални продавници за алкохол или одредени ресторани. Во Пенсилванија, повеќето пива може да се купат во пакет од 24 шишиња.. Пакетите со пиво може да се купат во специјализирани продавници за пиво, а доколку сакате т.н. пакување од 6 шишиња тоа може да го купите во ресторан каде што е многу посакано. Сите пива кои се продаваат во Индијана мора да бидат топли, не смее да се продава пиво од фрижидер, а во Оклахома пак мора да биде означенено дека пивото се продава на собна температура и тоа од 10 до 19 часот.. Во Тенеси особено се внимава на испораката на пиво кога е со камион. Никогаш не смее два различни типа на пиво да се

дистрибуираат со ист камион. Според тамошниот закон, на пример пивото barleywine никогаш не може да биде продадено во ист камион со светлото лагер пиво, иако тие се испраќаат од ист магацин на ист корисник.

И можеби најчудниот закон постои во Мериленд, каде што оние автори кои пишуваат рецензии или текстови за пиво мора да бидат лиценцирани како експерти од страна на државните агенции за да добиваат легално примероци и тоа по три пива од секој бренд од пиварниците производители. Во Кентаки пак, не смеете да продавате пиво по пошта, од секој ќе бидете казенти со 5 години затвор. Слично е и Во Њујорк каде што вино и пиво смее да се продаваат во специјализирани продавници. Во Тексас, Енциклопедија Британика била забранета бидејќисодржела рецепт за подготовкa на пиво Во домашни услови. Смешно и вистинито, но сепак некои од овие легислативи се уште се во функција. Кога се зборува за старосната граница во Индијана, дури ни со бебе не смеете да влезете во овој тип на продавници. Во Лујзијана, ако имате 18 години може да влезете во бар, но за да пиете алкохол мора да имате 21 година, додека во Мисури пак дури и безалкохолното пиво е забрането за лица под 18 год.

Прохибицијата извршила влијание и во делови од европскиот континент. Постои одредена поделба и од аспект на социјалниот статус на граѓаните. На пример, дневна доза за обичен работник е два литра пиво на ден, за јавните службеници до три литра, додека администрацијата и директорите по пет литри дневно.

Старосната граница за пиење алкохол во Холандија е неверојатни 16 години за пивото и виното. За ликер, мора да имате 18 години. Како што дознавме, не постои временско ограничување за продажба на алкохол. Повеќето барови се отворени до 01 часот преку недела, до 03 часот за време на викенди, со тоа што постојат и одредени исклучоци како на пример во Red Light District каде се отвараат подоцна. Пиењето и возењето е сериозен криминал и често завршува со суспензија на дозволата. Границата е 0,05 % што ги вклучува и возачите на велосипед.

Во Русија, според Законот кој го потпиша рускиот Претседател Димитриј Медведев, пивото за прв пат се дефинира како алкохолен пијалок и конечно постои разлика каде може да се продава. Според законот, само лиценцирани продавници може да продаваат пиво и никогаш помеѓу 23-00 и 08-00. Јавниот транспорт, бензинските пумпи, аеродроми и трафики, кои се околу една третина од целата продажба на пиво во Русија, не смеат да го продаваат истиот пијалок. Овие мерки се донесени за да се намали степенот на конзумирање на алкохол кој во Русија е еден од највисоките во светот и неговата злоупотреба изнесува 600000 смртни случаи годишно при што

половина од нив се мажи на возраст помеѓу 15 и 54 г. Дополнителни мерки за намалување на оваа бројка се зголемување на акцијата, забрана на рекламирање на пивото на ТВ и тн.

Во Нов Зеланд легална граница за пиење алкохол е 20 години, но исклучок е доколку стапите во брак под 18 години. Тогаш може да пиете алкохол но само во присуство на сопругата. За крај, ќе се вратиме назад во античките времиња. Во вториот век п.н.е. во Хамурабиевиот законик (Хамураби, вавилонски крал 1729-1686 г.), најстариот пишан закон на светот напишан на клинасто писмо вели дека пивото не смеело да содржи премногу вода и не смеело да се продава по превисока цена. Во законот се наведуваат и казни на пример доколку шанкерките ги лажат гостите: "Ако не им го наплаќа на гостите пијалокот со жито, туку бара пари, лаже на тежината или точи лошо пиво, треба да сноси одговорност. Жената која сака да влезе во пивница, може да биде само шанкерка, но не смее да дојде како гостинка. Ако пие во крчма, за казна Треба да се запали. Професијата производител на пиво било престижно и подразбирала висок општествен статус, но доколку истиот би произведувал лошо и неквалитетно пиво, во законот се наведува дека треба да се казни со тоа што би се потопил во тоа пиво.

## УНИШТУВАЊЕ

Пивските шишиња може да експлодираат поради притисокот кој го има во нив. Во 1814 година, од таква експлозија на пиво бил поплавен Лондон, со 100 000 литри пиво биле уништени две куки, а имало и неколку загинати.

## БАСС

Фамилијарниот црвен триаголник од истиотематичката пиварница е еден од најстарите трејдмаркови регистриран во 1875 година. Триаголникот како лого се користи и денес.

## НАЈСТАРАТА ПИВАРНИЦА

Се наоѓа во Германија (А каде на друго место?) во рамките на опатијата Вајхенстефан. Се произведува пиво повеќе од 1000 години, формирана е во 1040 година. Пиварницата за разлика од манастирот сеуште работи.

Повеќето пива денес се направени со варење на хмельот. Некои древни култури имале поинаков процес на производство. Кај Инките на пример, жените ја џвакале пченката и плукале во каша со топла вода каде што понатаму ферментирала.

## ДОЕЊЕ

Германските мајки во 1800-та година биле охрабрени да пијат пиво до седум чаши дневно за да се осигураат дека може да ги дојат децата. Таа бројка била дозволена се до крајот на векот кога Владата ја намалила на 2 чаши на ден.

## ЗАКОН

Првиот пишан закон за заштита на потрошувачите во врска со пивото бил донесен од Џук Вилхелм 4-ти од Баварија во 1516 г. Тоа бил законот за чистота на пивото кој утврдува дека мора да се произведува од јачмен, квасец, хмель и вода.

## ШТО Е . . .

Тегестологија е кога собирате пивски подметачи

## ПОПУЛАРНОСТ

Пивото е втор по ред најпопуларен пијалок во светот, после чајот

## ТЕЧНА ХРАНА

Во Баварија пивото се уште се третира како течна храна.



## РЕЦЕПТ

Најстариот откриен рецепт воопшто е овој за пивото.

## ПИВАРНИЦА

Anheuser-Busch е најголемата пиварница во САД.

## РУЗВЕЛТ

Franklin Delano Roosevelt (FDR) беше избран за Председател во 1932 поради ветувањето дека ќе стави крај на Прохибицијата.

## ФИЛМ

Во филмот The Shawshank Redemption кој датира од 1994 г. има една грешка која се однесува на пивото-затворениците пијат пиво во лименки, кои се откриени многу подоцна.

## НАЈСИЛНО

Samuel Adams Triple Bock е најсилното пиво во светот со 17 % алкохол по волумен. Јачината е добиена со користење на шампањ квасец.

## БАРМЕНИ

Повеќето актери започнале како бармени: Сандро Булок, Брус Вилис, Чеси Чејс, Крис Кристоферсон и Бил Козби.

**ОРИЗ•** Американските пива најчесто се направени од ориз, за разлика од останатите пива од регионот. Тоа му дава на пивото полесен вкус прифатлив за женската популација.

## Б КОМПЛЕКСИ

Пивото е извор на Б-комплекс витамините.

## КОЛЕКЦИОНЕРИ

Доколку собирате пивски шишиња вие сте лаборфилист. ■



# МЕДИТЕРАНОТ И НЕ Е ТОЛКУ ДАЛЕКУ!

За гурманите совршено место во кое може да најдете првокласна храна, интимен амбиент и беспрекорна услуга. Уживајте во елегантниот, дискретен интериер и гастрономското искуство кое Ве очекува. Нашите готвачи за Вас го одбраа најдоброто од медитеранската кујна: рибата, морските плодови, тестенините и месото, сето тоа гарнирано со свеж зеленчук од локално поднебje и зачинето со зачини што сами ги одгледуваме.





# 10 пријчини зошто да купите франшиза

Во прилог на темата во овој број на Баркод, 10 аргументи зошто да се одлучите на овој чекор:

•Докажан бизнис-Со отворањето на веќе лиценциран бизнис следи придобивка на веќе познат квалитет, успешен на други локации. Идејата и процесот на водење на бизнисот се веќе докажани. Според тоа, почетниот скок во водењето на бизнисот веќе е виртуелно елиминиран.

•Помал ризик-Ризикот од неуспех е многу помал со франшиза отколку со почнување на нов бизнис бренд. Многу повисока е веројатноста за успех, ако истиот бизнис веќе успеал во други области.

•Востоставени врски со клиентите-Името на брендот што доаѓа со франшизата е веќе познато кај купувачите, без претприемачот да треба да вложува пари и време за востоставување на нов бренд.

•Маркетинг-Претприемачот може да извлече корист од било кое промовирање што сопственикот на франшизата го прави на национално или локално ниво, без да го покрива трошокот.

•Почетна и тековна поддршка-Обучувањето и поддршката се обично дел од договорот. Отако лиценцираната компанија има овластување за степенот на работа, обезбедени се тековни одлучувања, системски надградувања, подобрувања на производот како и ресурси за прашања и одговор. Исто така, самата компанија ви нуди искуство во области како сметководствени процедури, персонал, просторен менаџмент и деловно планирање.

Пишува:

**Аријана КОСКАРОВА**

дописник од САД



•Ексклузивна територија-Правата се ексклузивни за областа, без други франшизи продадени во истата област како конкуренција.

•Леснотоја при финансирање-Многу пати добивањето на финансии за франшиза е полесно доколку името и репутацијата на франшизата се признати од кредиторите. Според тоа, повеќето е дека банките ќе финансираат претприемачи кои сакаат да купат франшиза.

•Олеснувања при купувањето-Врските со добавувачите се веќе востоставени со можност да купуваат на големо, овозможувајќи одлични зделки за заштеда на бизнисот.

•Пред-куповно информирање и истражување-Потенцијалниот купувач на франшиза може да донесе квалитетна одлука како резултат на информациите што може да ги добие пред купувањето.

•Цврста економска врска. Франшизите ги служуваат посебните потреби на конзументите. Конзументите се наклонети кон соработување со компании кои ги задоволуваат нивните потреби .

## Колку чини франшиза за Старбакс?



Често слушаме прашања од типот "Колку е франшизата на Старбакс, Зара, Хилтон..?". Затоа во овој број на Баркод се одлучив малку да ги појаснам работите на сите потенцијални претприемачи како и да ја задоволам лубопитноста на другите. Да започнеме од најраспространетите - ресторантите за брза храна. Во однос на Старбакс одговорот е многу едноставен. Старбакс всушност не е франшиза. Старбакс нуди различни видови на програми или продавници специјализирани за кафе и чај за носење, за голем број на пазари. Некои од тие пазари вклучуваат колеци и универзитети, болници, хотели и резорти како и веќе постоечки ресторани. Доколку сакате да аплицирате за програмата на Старбакс, наведете дека имате добра локација. Доколку неможете да ги добиете Старбакс, во категоријата на производители на кафе, Maui Wowi и The Coffee Beanery се две од многуте франшизи за кафе кои лесно се добиваат. Но, ако сте вистински среќник кои ги исполнува условите за да отвори Старбакс, компанијата ќе ве обезбеди со маркетинг и стока што е соодветна за вашата специфична локација. Старбакс има супериорна услуга и постојаност на производот, која им дава доверба на клиентите дека нивните очекувања ќе бидат задоволени. Без сомнение, Старбакс е одлична лиценца за купување.

## Франшиза за Dunkin' Donuts



Речиси нема Американец кој не започнал своето утро со крофна и кафе од познатиот бренд Dunkin' Donuts. За сите територии на Dunkin' Donuts, потребен е минимум од \$750.000 во ликвидни средства и нето вредност од 1.5 милиони. Минимумите варираат во зависност од пазарот на интерес, но ако немате \$750.000 во банка и вашата нето вредност е помала од 1.5 милиони, воопшто не размислувайте за да ги донесете Dunkin' Donuts во Македонија.

## Франшиза за 7-Eleven



Пред да ги контактирате 7-Eleven за франшиза треба да имате меѓу \$ 100.000 и \$ 150.000 во кеш. Франшизата на 7-Eleven се обидува да го направи влезот што полесен, но ако се чувствуваат дека го немате потребниот капитал за инвестирање, побарајте компанија што има пониска франшиза. Но, ако имате најмалку \$100.000 во ликвидни средства и сте подготвени да започнете, продолжете со читање. Бидејќи 7-Eleven ја базира цената на франшизата целосно на бруто профитот на секоја продавница посебно, цената може да варира значително, но постојат одредени инструкции. Калкулатиите варираат меѓу 5 - 30 % од бруто профитот на годишно ниво. За разлика од најголемиот број франшизи, не е потребна нето вредност, но вкупната инвестиција ќе ве чини од \$228.000 - \$ 866.000 што е многу помалку од 1 до 2 милиони долари наведени на најголемиот број веб портали за франшиза. 7-Eleven обезбедува шест неделна обука во локален центар за обука и нуди помош со промовирање, опрема и административни работи.

## Франшиза за Subway



Во моментов има околу 29.000 Subway франшизи локирани во 85 различни земји. Основачот Фред Делука сиурно и не помисувал дека ќе има толку ресторани за сендвичи, кога во 1965 го отворил првиот ресторан. Фред Делука го отворил својот прв ресторан за сендвичи во 1965 на 17 годишна возраст со заем од \$1000 од партнерот Д-р Питер Бек. Неговиот прв ресторан бил наречен Peter's Super Submarines. До 1974, тој го променил името во Subway и дуото дотогаш располагало со 16 локации низ државата Конетикат. Subway започнал со давање франшиза во 1974 со неговата прва локација во Валингфорд, Конетикат. Вкупно проценетата инвестиција за да се отвори Subway во САД се движи околу \$101.000 и \$285.000. Ова ја вклучува вкупната инвестиција за поставување на Subway франшиза и исто така раководење на трошоците во првите три месеци. После отворање, претприемачот му исплаќа на сопственикот на лиценцата 8% од нивната вкупна продажба.



## Франшиза за Хилтон

Кога поднесувате апликација за Хилтон франшиза, уплаќате првична такса во зависност од бројот на соби во идниот хотел. Првичната такса е минимум \$85.000 за првите 275 соби или апартмани плус додатни \$300 за секоја наредна соба или апартман. Месечната такса е 5% од месечниот приход за лиценца, 4% месечна такса од месечниот приход за Хилтон програмата, 3% такса од месечниот приход од одделот за храна и пијалоци и 0,75% такса од месечниот приход за надградба на технологија. Што значи дека се на се 13% од вашата месечна заработка ќе ги издвоите за сопствениците на Хилтон ланецот на хотели.



**PLAYBOY**  
MACEDONIA

**back to basics**



# Услуга и у служување

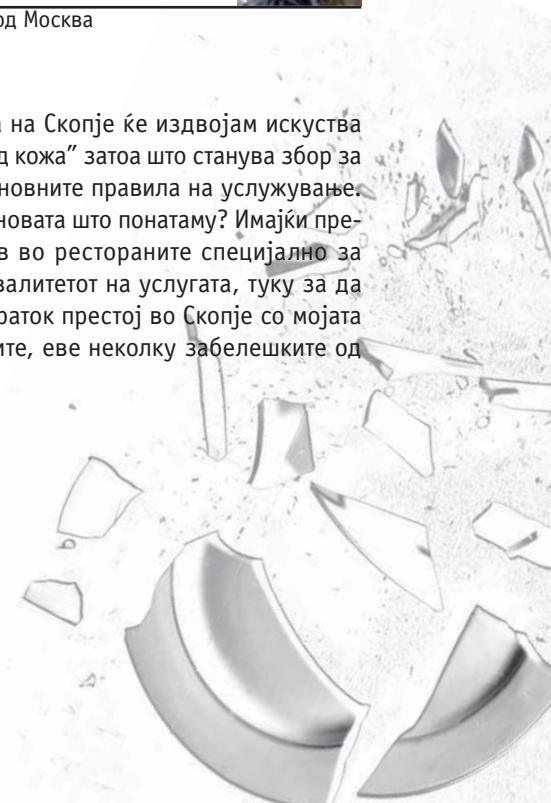
И повторно мојот краток престој во Скопје заврши со мислата дека ништо не се променило. Барем денес кога можностите да се види и да се научи нешто ново се толку големи, жално е што лутето не ги користат можностите кои ги нудат телевизиските програми, книгите, интернетот, комуникацијата со други луѓе или едноставната љубопитност “кажете ми, сакам да слушнам, сакам да знам повеќе.” Но, ситуацијата не е сосема безнадежна, ме смирува мојот е-майл на кој понекогаш добивам писма од Македонија и луѓе кои се заинтересирани да научат нешто. Но писмата не се од сопственици или менаџери на локали кои би сакале да ги обучат своите вработени туку од самите вработени кои би сакале да ги подобрят своите вештини.

**М-р Анета Коробкина**

дописник од Москва



Од оваа посета на Скопје ќе издвојам искуства кои ме “извадија од кожа” затоа што станува збор за отстапување од основните правила на у служување. А ако ја немаме основата што понатаму? Имајќи предвид дека не одев во ресторантите специјално за да го испитувам квалитетот на услугата, туку за да уживам во мојот краток престој во Скопје со мојата фамилија и близките, еве неколку забелешките од моето ужибање.



## Услугата во неколку од подобрите сторани во Скопје:



- Келнерите/бармените не сметат да пијат кафе/сок на видно место за гостите, ова е сосема непрофесионално.

- Прво се услугува гостинот кој нарачал пијалак на бар, а потоа се разговара со други. Драг бармену, не може да го земете шишето во рака и во меѓувреме да разговарате со девојка од соседството додека гостинот чека.



- На младите дами не им се обраќајте со "девојченце" или "девојче" туку со "госпофице". Во мојот случај кога веќе сум госпоѓа, обраќањето со "девојче" само повеќе ја покажува некултурата на односот кон гостите.

- Стоп листата треба да се знае уште од почеток на смената, а не откако гостинот ќе нарача . "Уф, извинете сме немале..."



- Пијалациите кои се служат во шише се отвораат на маса пред гостите задолжително. Гостинот има целосно право да го врати истото ако му го донесете отворено. Особено внимавајте кога служите поскапо вино.

- Ако се нарача јадење кое гостите ќе го делат, келнерот задолжително треба да се понуди да послужи.



- Индивидуално нарачаното јадење се служи со десна рака од десна страна на гостинот, а не со две раце од левата страна на гостинот.

- Чините се собираат откако сите гости ќе завршат со јадење.



- Конкуренцијата работи заедно! Вино од еден производител а чаша од друг? Маркетингот на винарите сигурно не работи вака.



- Сметката се дава на тој што ја повикал, а не на друг, или пак се остава на маса на поминување.

- Кога се служи шише вино, истото го дегустира тој што го нарачал. Драги мои келери, не прашувајте дали некој ќе сака да го проба виното кое е нарачано.



- Ако гостинот нарачал салата и десерт со кафето, не го носете кафето со салатата.



- Ако чаршавите се извалени, подобро не ја покривајте масата.

Позитивните критики не се нареда, тие се тука за да се промени услугата кон подобро и попрофесионално. Сепак велиме дека сме подгответи и знаеме што е услуга, но далеку сме од професионална услуга во угостителството. И повторно се наметнува прашањето, колку и од овој годишен буџет на угостителскиот локал или хотел е одвоено за професионално усовршување на персоналот? Жално е што во Македонија на ова се гледа како непотребен трошок, заместо унапредување и усовршување на една важна индустрија од која многу градови и држави живеат.



МЛЕКАРА

ЗДРАВЈЕ

РАДОВО

10 ГОДИНИ  
ВАШЕ  
*Здравје*



- Започнавме во 2002 година во еколошки чиста средина
- Прва гринфилд инвестиција
- 2004 нов производствен капацитет во Куманово
- 2011 нова фабрика Струмица
- 2012 нова фабрика за сокови во Скопје
- Најголем извозник на млечни производи во Македонија



здравје

## Што е Dental SPA

Дентал спа е ординација која е најнов тренд во понудата и работењето на стоматолошките ординации во САД и Англија. Развојот на овој тренд има за цел да понуди целосна релаксација на пациентите со луксузното опкружување сместено во стоматолошката ординација. Древните цивилизации како Грците и Кинезите користеле одредени методи за релаксација при разни болки, особено забоболката. Берберите стоматолози во 18от и 19от век вршеле стоматолошки процедури и во исто време ги потстрижувале и бричеле пациентите. Терминот ДЕНТАЛ СПА всушност се користел во 18от век за стоматолозите во Бат, Англија. Г-ѓа Курис, жена стоматолог во 18от век, во Бат, Англија ја отворила најверојатно првата стоматолошка ординација каде на пациентите им се нудела и нега на лицето. Можеби овие ординации и од 18от век се првите дентал спа.

Што вклучува ДЕНТАЛ СПА?

Секоја стоматолошка ординација е различна, а и третманите во неа може исто така да се разликуват. Најчесто, услугите и погодностите кои се нудат вклучуваат:



Пишувача:

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



Круна МС

Ароматерапија

Стоматолошки столови со масажа

Слушалки со смирувачка музика

Третмани за длankите со парафински восок

Лосион за длани и масажа

Електрично ќебе/прекривка

Топло и миризливо перниче за вратот

Топли ароматични перничиња за очите

Топла крпа за лицето

Флаширана вода, кафе со различен вкус, избор на сокови и билни чаеви

Одредени дентал спа во светот нудат и свежо печени колачиња, масажи со топли камења, масажи на стапала, третмани на лице, дури и очила за виртуелна реалност со кои пациентите гледаат филм за време на стоматолошкиот третман.

#### Што треба да знаете за дентал спа

- Терминот дентал спа може да има различно значење. Доколку одредена стоматолошка ординација вклучила „дентал спа“ во своето име, проверете ја интернет страницата за да се уверите што точно подразбираат под овој термин.
- Вештината и репутацијата на стоматологот се поважни од луксузот што ординацијата го нуди, затоа обидете се да најдете референци и препораки за ординацијата.

Сакате да си го дозволите ова додека сте во стоматолошка ординација?

Сега оваа желба може да ви се оствари, бидејќи и во Скопје постои дентал спа , дизајнирана токму за оваа цел. Стравот и нервозата при самото спомнување на „стоматолошката посета“ се сега минато. Дентал спа ги прават посетите на стоматолошката ординација релаксирани, смирени и забавни.



Тие се навистина креативни, па никогаш не се знае на каков луксуз ќе наидете!

**Доколку отсекогаш сте се плашеле од стоматолошките посети, дентал спа може да се вистинското решение за вас. Одлично решение за завршување на стоматолошкиот третман/преглед што самите го креирате!**

Замислете место каде животот е побогат, здравјето е подобро, а телото и душата се отпуштаат кон мирна трансформација... ■



Чувството за убавина се носи, но и се стекнува. Нашата мисија е да им овозможиме на сите пациенти пријатно и релаксирачко искуство. Посветени сме на задачата да им обезбедиме оптимални стандарди на услугите и негата, задржувајќи ја нивната безбедност и општата добросостојба во центарот на сите наши заложби.

Токму поради овие факти КРУНА МС е прогласена за лидер во својата категорија, како прва стоматолошка ординација, следејќи ги основните начела на Супербрендс- меѓународна организација која веќе 20 години го организира и надгледува изборот во сфера на брендирањето. Својата доверба ја дадоа експерти од сите полиња, како и повеќе од 12.000 потрошувачи на отвореното гласање за брендот на кој најмногу му верувате. Во годината кога заокружуваме 20 години од нашето постоење, им Благодариме на нашите пациенти кои успеаа да ја препознаат нашата умешност, доверба и квалитет на услугите-водечките одлики на еден бренд.

Нудиме широка палета на општи и естетски стоматолошки третмани заедно со естетиката на лицето. Нашиот тим се труди да оди во чекор со сите нови третмани и техники и затоа изборот на услуги постојано се шири, бидејќи постојано расте и понудата на нови технологии и нови третмани. Внимателно ги одбравме нејефикасните третмани кои ја нудат најдобрата можна стоматолошка нега во комбинација со anti-aging медицината. Освежувајќи го лицето со најновите третмани кои се практикуваат во КРУНА МС , се овозможува нова димензија на изгледот на пациентот по стоматолошкиот третман. Цел ни е да понудиме услуги кои се адаптирани на потребите на секој пациент засебно. Нашата ординација е опремена со најнова опрема и технологија. Успеавме да создадеме релаксирачка, смирувачка атмосфера која ќе ја почувствувате уште од моментот кога ќе го пречекорите прагот.



СЕ ОД СОВРЕМЕНАТА СТОМАТОЛОГИЈА

# Фал-бацији

бифе „носталгија“



Со оглед на цврстиот факт дека се помалку имаме шанси да се перчиме со нешто во живот, било каков успех - особено на "гимнастички" план, е ептен причина за честење. И за кафеанско плакнење на устите со вистинските или измислените швалерски подвizi на камарадите...

Маалскиот Љубовција, единствениот меѓу другарите кој се уште има време и нерви (ај добро, и можности и шанси) да и објаснува на некоја помлада колешка дека и вакви, здебелени ем седокоси, не сме за фрлање, многу ретко, ама ете понекогаш, ќе посака и да ни раскаже за некоја од авантуриите. Од една страна, малку си е и коркач, а жена му е опасна, ама од друга страна, ако не раскажеш, ако не се пофалиш нели, како ништо и да не си направил... А со оглед на фактот дека се помалку имаме шанси да се перчиме со нешто во животот (освен, се разбира, со успесите на децата, кои се плукнати на нас, се метнале на татковците со големо "Т", ем убави, ем умни...), било каков успех - особено на "гимнастички" план, е ептен причина за честење. И за кафеанско плакнење на устите со вистинските или измислените швалерски подвizi на камарадите.

И, додека на многубројните "трофеи" на Љубовцијата, вистински или измислени сеедно - оти и кога не лаже, толку убаво не лаже - веќе сме свикнале, неодамна не изненади Разведениот. Меѓу две парчиња скара, ни раскажа дека и него го огреало сонце, а меѓу две кригли пиво и како ја воодушевил партнerkата со темпо како "за светско првенство". Ама, и како потоа не можел никако да заспие оти му студело на голата половина, а му било срам да си го стави појасот за реума... ("А пуштив и еркондишн, идиот низаден, оти ми беше шубе да не корнам на пот, малку сум излезен од филм и немам кондици-

Пишува:

**Синиша СТАНКОВИЌ**



ја, па затоа измрзnav, само се мислев да не ме фати половината, и да не можам да станам од постела...", ни се жалеше среќникот, додека ние се зарекнувавме и од смејење и засипнувавме од врескање). И, тамам кога секој од нас останатите, случајни минувачи, завидувајќи му, сепак, на ишијалгичниот донжуан, си ги набројуваше оправданијата чуени од поубавите ни половини последните месеци (од веќе извествените - "изморена сум", "ме боли главата" и "ај сега да муабетиме", преку "ми почнува серијата" и "штотуку се туширав", до очајничкото "остај ме, дебела сум..."), Љубовцијата, за да не остане покус, особено кога се работи за тема од неговата интересна сфера, се вклучи во дискусијата со најнова прикаска.

Демек, како една од најмладите соработнички, ачик му дала на знаење дека ја привлекува интелектуалец како него. И, во за него несвојствен самокритичен настап, ни призна дека кога конечно ја нарихтал работата да одат заедно во Радовиш на службен пат, нели, кога работата била - сега му е мајката, младата дама го замолила да ја прочита нејзината збирка поезија, па да даде официјално мислење за да ја отпечатат, па да и биде промотор, па да... А потоа, да поразговараат за взајмната привлечност. Малку, само малку и така млакичко му се смеевме, оти каков е таков е, маалски ни е, наш си е... И во знак на сочувство и на лојалност, и Дис му го изрецитираше. И пак, си пиејме, и го тешевме

Разведениот дека секому можело да му се случи, кога ете, и Љубовцијата останал со стихозбирка во рацете.

Ма, чиста поезија... Пред три децении, кога ќе избегавме од часови во гимназијата спроти Паркот, јас, како вистинско машко, одев со другарите во соседната биртија на "пиво за двајца", а Таа, како вистинско женско од тие времиња, ќе шеташе неколку круга, пред да седнат со другарките на клупите на Јунфер брдо, и да озборуваат за толку очекуваниот Принц. Додека ние, наакане тинејџери, се правевеме магариња, тие, толку поинаквите од нас, го чекаа Оној, на белиот коњ. Откако, подоцна, по неколку пати беа исфрлени од седлото, и тие, по часовите, почна да доаѓаат со нас во биртијата. Нормално, откако на големите одмори, како "асистентки" со исклучителен шарм, ќе изгребеа далеку повеќе пари од нас. Колку за - пиво по човек. И за цигари. Што време ќе беше...? Среќен до екстаза, замаен и по само едно испиено пиво, вљубен до уши и отпојќе, ја испраќав до дома, слушајќи ги бескрајните прикаски за розовата иднина и за белиот Принц. Коњ? Нејсе, се и беше - бело и розово... Море, и мене. И рецитирај поезија, и ги пишував составите на идиотски теми, дури и стихови за неа почнав да пишувам... Еднаш и ги прочитав, кога бевме сами на Јунфер брдо, ама таа не беше нешто посебно воодушевена. Подоцна, кога ми ја скинаа темнината од очите, ми објаснија другарките и, кои во меѓувреме ги најдоа и коњите и принцовите, дека сум имал погрешен пристап, ама романтична душичка...

Многу подоцна, кога чув дека ќе се мажи, видов - невидов, собрав храброст (нешто што во убавите времиња, нели, си го имав по дифолт), зајакнувајќи си ја решителноста со поплава од ефтини шприцири во маалската меана, и тргнав да и објаснам, навреме да и укажам колку згрешив(ме). Во пристапот. Да ја потсетам и да и укажам ништо не е црно-бело, дека и ние, сивите имаме право да се надеваме на нешто розово, ма виолетово ако треба, циш-боја, само ако не се залетнуваме по снежно-белото кое бргу исчезнува. Арно ама, во тоа предиграта, во ед-

ното од многуте тековни исправања на неправдите и изблици на јунаштво на кафеанска маса, се преиграв. Се издышав... И потоа, додека таа, меѓу две сечени вотки, ми објаснуваше колку е среќна што го дочекала тој Белиот, јас мавтав со рацете за да ги избркам музичките што како разулавени се лепат на смрдливиот здив од неквалитетното бело... Вино. И храбро одмолчав. За уште потоа, како низ магла да се сеќавам дека на нејзината свадба како "т'п ама упорит" гостин, низ солзи, по сто пати им ја нарачувај на музичарите, "Бацила је све низ ријеку", а тие ми се смеја... И, како по класично балканско мачо-сценарио, се ми се срчоса, а за фрагментите, срчите де, од незаборавниот настан, со години потоа ми раскажуваа низ смеа, присутните другари-сватови, кои уште тогаш си ги пиеја&плаќаа своите пијачки. Стриктно, со одделни сметки...

Ми се јави откако ја препознала "шифрата". На тогашното Радио Скопје, на првата целоноќна говорна програма во историјата, која (како и се друго необјасниво во државата ни) ја водевме тројца новинари од пишан медиум, имавме договор да читаме поезија. Кога мене ми дојде редот, исчитав некои стихови од периодот на Јунфер брдо, посветени на средношколската љубов, се мислејќи се, дали можеби, ќе ме слушне... Откако со мала моја помош се испразни шишето вотка, ми кажа дека Коњот абдицирал, или никогаш не го ни дочекал престолот, а Принцот пцовисал. Или, обратно. Не се сеќавам баш најдобро... Не сум кројка на козак. Никогаш не сум ја сакал вотката. Пијачката на вработените дринкери кои мора да внимаваат на здивот, секогаш ми била некако лицемерна. А и тоа лицемерите, ептен не ги поднесувам. И оној го мразев, што молчешкум му ја здувна од нејзиниот стан додека таа имаше алкохолни кошмари и зборуваше в сон. Подоцна - му против... Оти си го сакам, бе.

Ама, никогаш пред маалското друштво, пред камарадите, немав изblick на искреност како Разведениот и Љубовцијата. Никогаш не се пофалив за девојката од моите први стихови. А, ако не се пофалиш, исто како и ништо да не си направил. ■





stilissimo

# Миланска Мода за мажи

Најтешкото прашање кое честопати ми го поставуваат е: Што е модерно во Милано?

Миланчаните шопингот го сфаќаат многу сериозно, дури по тој повод и се дотеруваат пред да излезат. Долгите и лежерни разгледувања на продавниците за нив се непознат поим, тоа задоволство во текот на неделата, тие им го препуштаат на туристите, најчесто Руси и Јапонци, но затоа пак викендот е резервиран за Миланчаните, кои тие два дена избезумено пазаруваат како да им е последен ден.



Пишува:  
Цаци Паковска  
стилист



## РЕЦЕПТ: КАКО ДА СЕ ОБЛЕКУВАТЕ КАКО МИЛАНЧАНЕЦ (а не Паланчанец)

Модата е начин да се борите со вашиот потсвесен страв од конформизмот. Мажите во Милано не купуваат ништо, во кое не можат да се замислат облечени и во наредните пет години. Секое парче мора да е посебно и безвременско, без разлика дали се работи за фармерки, чевли, костуми, кошули или пак вратоворски. На нив не им е битно дали нешто е модерно во моментов, но сепак сакаат и да ги следат моменталните трендови, кои им се инспирација за сопствениот стил.

Клучна работа за нив е да се пронајде златната средина, помеѓу она што е квалитетно и она што во моментот е најмодерно. Се разбира секогаш постојат и исклучоци, а тоа се оние мажи кои му вртат грб на



трендот, а остануваат фокусирани на сопствениот стил.

Треба да запомните дека формулата за тоа како да се облечете оваа сезона, ќе се промени во нешто сосема друго следната. Модната филозофија се содржи во тоа да одберете гардероба која е за вас, а не она што во моментот е допадливо. Можеби повремено е потребен и микс од класични парчиња кои се редизајнирани со модерен шмек. Дури и класичниот изглед можете да го направите модерен, со модерни кроеви и материјали. На пример, еден убав костум кој очигледно е класичен избор, одберете го во вистинскиот број, затоа што во спротивно ќе потсетувате на американски сенатор од 90-тите.

Она што прво ќе го забележите на Миланските улици, се перфектните кроеви на костумите на мажите, како и совршената должина на кошули и пантоланите.

Ќај нас многу мажи своите кошули и панталони ги носат многу подолги од должината на екстремитетите, па затоа најчесто и изгледаат како позајмени. Едно е костумот да изгледа добро кога стоите, а друго е костумот да биде совршен и кога се движите.

Модните додатоци, посебно часовниците се најважниот дел од стајлингот на мажите. Затоа и должината на ракавите во целост не треба да го покрива, ниту пак открива часовникот. А изборот на часовници е огромен и приспособен за секој цвр, иако во Милано најчесто се практикува часовникот да е на ниво на статусот на мажот- колку поскап толку подобар. И вратоврските се важен детал. На улиците на Милано ќе забележите дека горниот и долнниот дел од вратоврската се во совршена линија која се преклопува, а најверојатно тоа и не е случајно. Најчесто прашање кај мажите е дали чорапите би требало да одговораат со чевлите или пантолоните. Но одговорот веројатно зависи од тоа каде живеете. Американците би ве посоветувале да ги вклопите боите на чорапите со пантоланите, Англичаните секогаш сакаат да бидат ексцентрични, и носат костенливи чорапи со се. Италијаните пак ги сакаат контрастите и со чевлите и со пантоланите.

Мажите кои носат голем број на чевли, кога ќе го посетат Милано, треба да бидат подготвени и на разочарување. Затоа заштедете си време и прашајте ги вработениите во многуте продавни-

ци за чевли, дали имаат чевли во вашиот број, кои најверојатно ќе бидат многу малку модели. Шетајќи се по Миланските улици на крај ќе сфатите дека најчесто модниот бизнис им е наклонет на оние кои имаат пари да си приуштат се што ќе посакаат.

## НАПОЗНАТИ ИТАЛИЈАНСКИ МОДНИ МАРКИ ЗА МАЖИ

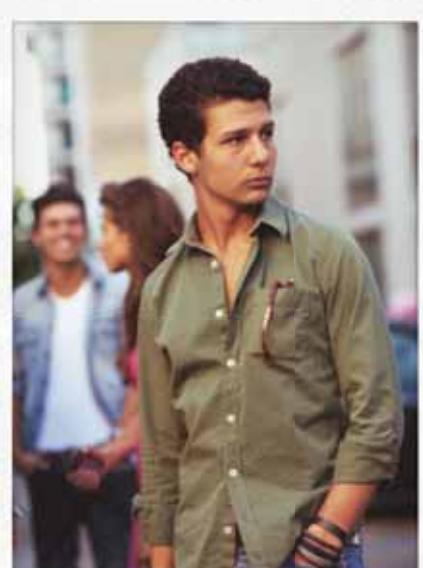
Многу малку млади момчиња можат да си дозволат костум кој чини повеќе од 2000 евра. Јасно е дека на познатите дизајнерски куки им успева со своите цени и квалитет да ги привлечат оние кои имаат пари и статус. Меѓу најскапите "ready to wear" машки колекции се оние на „Erme“ и „Lui Viton“. Во текот на целата година во нивните бутици нема попуст, дури и кога ќе измине сезоната. Оние парчиња кои остануваат, верувале или не, се уништуваат. Нивните колекции се безвременски, прецизно изработени од најсофистицирани материјали, а нивните цени - плафонски.

Обожавателите на „Brioni“ костумите, меѓу кои и Пирс Броснан и Кофи Анан, ќе бидат задоволни кога ќе дознаат дека нивниот омилен кројач, пред неколку години отвори дуќан и во Милано. Кога ќе посакате вашиот костум да биде изработен тука, тоа значи дека сериозно треба да се обврзете. Треба да дојдете на две или три проби, се додека кројачот не ги утврди сите аспекти. И кога конечно ќе го подигнете костумот, само вие ќе знаете за внатрешниот џеб, специјално изработен за вашите очила.

Филмот „Американски жиголо“ ја придвижијајната свест за корисните трошоци на мажите, а господинот Армани продолжува да ги брани своите убедувања дека мажите се посекси кога се слаби и кога имаат дефиниран струк. Затоа неговите познати костими имаат строги линии и беспрекорен крој, затоа што за Арманни работат најдобрите моделари во светот.



За разлика од Армани, Мучија Прада, си поигрува не само со половите норми, туку и со анатомијата. Малкумина креатори надвор од Јапонија доследно ја извитоперуваат машката силуета како што г-ѓа Прада го прави за Прада и Миу Миу.



Етро е познат по своите традиционални твидани ткаенини и по своите шокантни постави во пинк, зелена или пак тиркизна свила. Етро костимите отсекогаш биле на располагање на оние кои преферираат да ја задржат фантазијата близку до себе. Љубителите на Етро сега можат да закажат и дискретен фитинг во атељето за изработка на костуми по мерка, кое се отвори во 2003г.

Слична естетика на Етро, оваа сезона се појави и во Гучи, кој по промената на креативната екипа го реориентираше брендот со имиџ кој на мажите им обезбедува слобода во движењето и размислувањето, создавајќи модели во јаки бои и оригинални дезени. Ако визијата на овој изглед не е по ваш вкус, барем е доследен и целосен на својата идеја.

Спротивно на неа се естетиките на Кавали и Валентино, кои ретко се споменуваат во ист контекст. Шармот на Кавали се содржи токму во неговата претераност. Трговците и модните уредници уживаат да се потсмеваат со облеките на Кавали, кои се светкави, пренагласени, и накитени. Но тоа што ги прави допадливи е препознатливиот белег со кој некои мажи сакаат да ја прикажат и припадноста на одредена класа.

Сепак шетајќи низ Миланските улици ќе сфатите дека најпосакуваните облеки кои воедно се и најпродавани се оние на Долче и Габана. Речиси не постои Миланчанец кој нема барем едно парче од нивните колекции. ■



## Find the best restaurant to your taste



[www.restaurants.com.mk](http://www.restaurants.com.mk)



# START A PARTY

HOWEVER YOU START A PARTY  
PLEASE ENJOY IT RESPONSIBLY





STARTAPARTYHERE.COM



**GOOD**

—



KEEP WALKING  
JOHNNIE WALKER 

БУРЈАК	ПЕНЛИВА НАПИВКА ОД МЛЕКО И ОВОШЕН СЛАДОЛЕД	ХОЛИВУДСКИ ОСКАРОВЕЦ ПАЧИНО	ВИД ЗАЧИН, КАКО ЧАЈ ГО ПОМАГА ВАРЕЊЕТО	ИТАЛИЈА	СТАРА СКОПСКА "БОЕМСКА" ГОСТИЛНИЦА	ВИД ЕСПРЕСО КАФЕ	НАЧИН НА ГОВОР, ЗВУЧЕН ТРЕПЕТ, ОСНОВНА БОЈА	КИСЛОРОД	БАР КОД
	ЕСПРЕСО СО МАЛКУ МЛЕКО								ФОСФОР ВИД ЕСПРЕСО КАФЕ
ВИД ЕСПРЕСО КАФЕ				ФОН БИЗМАРК ЕГИПТЕСКИ ХОЛИВУДСКИ АКТЕР				ФРАНЦУСКИ НАДИМАКОТ НА ГОРГИ АЧЕСКИ	
ЛИТАР		ВИД ЕСПРЕСО "СОНЧЕВА" ОБЛАСТ ВО ШПАНИЈА							
КОШАРКАРСКИ КЛУБ			МЕГУНАРОДНО ЕМИГРАЦИОНО БИРО 15 И 20 БУКВА				ТОПЛА НАПИВКА ЕКС ХРВАТСКИ (ЈУ) ФУДБАЛЕР КРАСНОДАР		
ФИЛЦАН (АРХ)				БОРИЛИШТЕ ХЕРОЈСКИ СТИХ					
ВИД ТОПЛА НАПИВКА ОД КАФЕ							КИЛО ТОН ПЕХАР ЗА ПОБЕДА, ВОЕН ПЛЕН		
ЈАВЕН ТРАНСПОРТ		СКРАТЕНИЦА ЗА ШПИРИТУС ШИФРА, КЛУ (ФРАНЦУСКИ)						ЕЛЕКТРОН АРАПСКА РЕПУБЛИКА ЕГИПЕТ	
ТРОПСКА КУЛТУРА КОЈА СЕ КОРИСТИ ЗА ДОБИВАЊЕ ЧОКОЛАДО					"СОЛЕНОТО" ЕЗЕРО (СКРАТЕНО) ПРВИОТ МИТСКИ ЛЕТАЧ				
БАР КОД	ОСНОВАЧОТ НА "ТВИТЕР" ЦЕК ВИД ЕСПРЕСО КАФЕ					КАНАДСКА АКТЕРКА МЕГАН АНТИЧКИ БОГ			
ГЛАГОЛОТ СЕДНИ				ТОПОЛ КОФЕИНСКИ ПИЈАЛОК РАДИО ТВ, АЛБАНИЈА					ВИД МАКЕДОНСКО КАФЕ
ЧЕСТА ДОДАВКА ПРЕД ШПАНСКИ И АРАПСКИ ИМИЊА		ПИЈАЛОК ОД КАФЕ, МРАЗ, СЛАДОЛЕД ОВОШНА СОРТА КАФЕ						ПОНД КАДЕ (ЛАТИНСКИ)	
ЧЕТВРТА, ДВАЕСЕТ И ВТОРА И ПРВА БУКВА			ПРОСТ БРОЈ (ЖЕНСКИ РОД) ХЕМИСКИ ЗНАК ТОРИЈУМ						
НАЈГОЛЕМА И ГЛАВНА ЧОВЕКОВА АРТЕРИЈА				ЛИТАР ВИД НА КАФЕ АРАБИКА			КЛАСИФИКАЦИЈА ПО ГОД. ЗА КОЊАК ДРЖАВА ВО АФРИКА		
ПЛОСНАТ, РАМЕН, ПЛИТОК (ГЕРМАНСКИ)			СЕЛСКИ СЛУГА, ПОМОШНИК ВИД НА КАФЕ АРАБИКА						
РАДИУС	БОР ДАТУМ (СКРАТЕНО)		ЕКСПЛОЗИВНО ТЕЛО СУЛФУР					АМПЕР ЕДИНАЕСЕСТА, ДВАЕСЕТ И ДЕВЕТА И ПРВА БУКВА	
АМЕРИКАНСКИ ПРОНАОГАЧ ТОМАС АЛВА			УГОСТИТЕЛСКИ ОБЈЕКТ (ЖАРГОНСКИ) РЕОМИР				ГРАД ВО ФРАНЦИЈА ГРЧКА БУКВА		
ПАТКА (АНГЛИСКИ)									
ДА СЕ "ОСЛОБОДИ" "ОТКАЧИ"							ДРУМСКА МЕАНА СО ПРЕНОКИШТЕ		



**Најдобрите брендови  
лесно се препознаваат**

[www.superbrands.mk](http://www.superbrands.mk)



GOT A LITTLE CAPTAIN IN YOU?

УЖИВАЈТЕ ВО АЛКОХОЛОТ ОДГОВОРНО