

Úvod

Předmět nápojová kultura je praktickou disciplínou, bohužel v praxi velmi často zanedbávanou. Největší nedostatky se projevují v neznalosti servisu nápojů, jejich skladování i nákupu. O znalostech manažera provozu se lze přesvědčit už pohledem na nápojový lístek. Studujme proto tuto problematiku, protože znalosti v této oblasti přinášejí našim hostům uspokojení a nám kromě uspokojení z dobré práce i zisk.

Alexandr Burda

Barman není jen chemik a artista. Barman je rovněž diplomat, a to nejenom svým chováním a vystupováním, ale i oblečením. Musí umět zvládat hosty veselé i smutné, musí umět jednat s hosty, kteří jsou nezkušení a nesmělí, ale i s hosty, kteří si myslí, že jim bar patří. Často totiž hosté za barmanem chodí ne pouze pro jejich skvělé míchané nápoje, ale proto, že je jejich vrbou a oporou v jejich životě. Zná tolik lidských osudů, a přesto musí být stále diskrétní a „zpovědní tajemství“ je pro něj rovněž posvátné.

Pavel Hlinka

Současná legislativa ovlivňující prodej nápojů

Živnostenský zákon č.455/1991 Sb. Vymezuje hostinskou činnost jako ohlašovací živnost, která spočívá v přípravě a prodeji pokrmů a nápojů k bezprostřední spotřebě v provozovně, v níž jsou prodávány.

Živnostenské oprávnění se nevztahuje na prodej nápojů pomocí automatů. V omezeném rozsahu tak, aby byla zachována povaha živnosti, je oprávněn podnikatel provádět tzv. doplňkový prodej. Týká se nápojů přes ulici, tabákových výrobků, provozování her, půjčování časopisů, prodeje hygienických potřeb atd.

Dle zákona č.258/ 2000 Sb., o ochraně veřejného zdraví je pokrmem potravina včetně nápoje, kuchyňsky upravená studenou nebo teplou cestou nebo ošetřena tak, aby mohla být přímo nebo po ohřevu podána ke konzumaci v rámci stravovací služby.

Hygienické požadavky na přípravu pokrmů, určují zdravotní nezávadnost nápojů. Z hlediska zákona je tedy nápoj definován jako pokrm. Pro názornost uvádím v následujícím textu příklady možného rizika porušení zákona.

Hygienická jakost

Zákon určuje, že nápoje musí být zdravotně nezávadné po stránce:

- mikrobiologické (druhotné kvašení vína)
- fyzikální (sražená smetana v míchaném nápoji)
- chemické (stopy po čistících prostředcích po čištění pivního vedení)

Používání vajec

Riziko skýtá používání vajec do míchaných nápojů. Předpisy hovoří o tom, že nelze přidávat syrová vejce do pokrmů (tedy i nápojů), které se dále tepelně neupravují. Vejce lze používat výhradně tržní druhy a dále jen vejce nepoškozená, čerstvá a dobře uskladněná.

Rozmrazování surovin

Rozmrazování např. drobného ovoce jako součásti míšených nápojů není povoleno ve vodě. Lze je realizovat za pomoci rozmrazovače nebo je zvolna rozmrazovat v chladničce při teplotě nejvýše + 4 C.

Výroba a manipulace s ledem

Vyrábět led je povoleno pouze z pitné vody za pomoci výrobníků ledu opatřených filtry.

Led nesmí být rozmražený a manipulujeme s ním pouze za pomoci perforované lžice na led nebo s kleštěmi. Led musí být uložen v chladičích a musí mít odpovídající kvalitu, aby neředil nápoj.

Provozní hygiena

Aby nedocházelo ke kontaminaci prodáváných nápojů, je nezbytně nutné udržovat čistotu chladičích zařízení a pracovních ploch.

K častým prohřeškům proti zásadám provozní hygieny dochází při těchto činnostech:

- Manipulace s popelníky, správnost debarasu a čištění během provozu štětcem. Po ukončení provozu se popelníky umývají zvlášť. Obsluha nesmí umývat popelníky ve stejném dřezu jako sklo, už vůbec ne v myčce skla. Na to slouží samostatná nádoba a na další vyhrazené ploše se popelníky nechávají oschnout.
- Kouření za barovým pultem nebo výčepem. Popel s cigaret může ulpívat na nápojovém skle i pracovní ploše.
- Odpadkové koše musí být opatřeny uzávěry. Z důvodu bezpečnosti provozu denně za závěr směny musí obsluha koše s nedopalky vynést.
- Manipulace se zbožím. Láhvové zboží před uložením do chladničky otíráme od prachu.
- Vystavené zboží udržujeme v čistotě bez prachu a provádíme senzorickou kontrolu lahvového zboží, které je otevřeno.
- Manipulace se sklem. Sklo obsluha uchopí vždy za nejnižší část nebo za stopku. Nikdy v místech, kde přikládá sklo host k ústům. Je nepřipustné vkládat do sklenice prsty a držet sklo za vnitřní stěnu. Vzniká nežádoucí efekt „mastného skla.“
- K mytí skla používáme speciální mycí prostředky, které nepoškodí kvalitu nápoje. Pokud myjeme sklo v myčce, je vhodné toto sklo ještě opláchnout pod tekoucí pitnou vodou. Je-li voda v provozovně příliš tvrdá, vzniká nežádoucí efekt- mapované sklo.
- Sklenice ukládáme vždy dnem dolů, aby mohlo sklo „dýchat“. Nelze odkládat sklenice na textilie, kde dochází k zatuchnutí sklenic a znehodnocení nápojů. Výjimku tvoří speciální perforované plastové podložky na odklad skla.
- Pulírování skla probíhá výhradně utěrkami k tomu určenými. Tyto utěrky by měly být již několikrát vyprány, aby nepouštěly drobné chloupky na stěny sklenice. Do skleniček je nepřipustné dýchat. Pivní sklo a šálky na kávu se nepulírují.

- Udržování čistoty kávovaru. Po každé přípravě kávy je nutno přístroj propláchnout vodou a zvýšenou pozornost věnujeme parní trysce při ohřevu mléka.

Osobní hygiena

Na pracovníky obsluhy jsou kladeny zvýšené nároky na osobní hygienu, protože se jedná o činnost epidemiologicky závažnou. Všichni pracovníci přicházející do styku s potravinami musí být proto zdravotně způsobilý, mít u sebe na pracovišti zdravotní průkaz a být řádně proškoleni v oblasti provozní a osobní hygieny. Na základě rozhodnutí příslušného orgánu jsou povinni se dostavit k lékařské prohlídce a mají povinnost informovat lékaře o druhu a povaze pracovní činnosti. Ze zákona vyplývá povinnost uplatňovat znalosti ochrany veřejného zdraví a dodržovat zásady osobní a provozní hygieny.

Pracovníci obsluhy jsou povinni dodržovat tyto zásady osobní hygieny při práci:

- 1) Pečovat o tělesnou čistotu před zahájením práce, při použití toalety nebo při přechodu z nečisté práce (úklid) na čistou. Po těchto úkonech si pracovník musí vždy pečlivě umýt ruce pod tekoucí teplou vodou za pomoci mýdla. K osušení rukou použije jednorázovým papírový ručník nebo osobní textilní ručník, který je pravidelně měněn.
- 2) Nosit osobní ochranné prostředky = pracovní oděv a pracovní obuv.
- 3) Provozovnu nelze v pracovním oděvu a obuvi opouštět.
- 4) Mít upravené vlasy, krátké a čisté nehty, ruce bez ozdob.
- 5) Osobní oděv uložený v šatně na vyčleněném místě, pracovní oděv na vyčleněném místě zvláště od občanského oděvu nejlépe ve dvoudílné šatní skřínce.
- 6) Za nehygienické projevy chování na pracovišti považujeme kouření, lakování a stříhání nehtů atd.

Kontrolu dodržování ustanovení zákona provádí pracovníci hygienické stanice.

Bezpečnost a ochrana zdraví při práci zákon č. 309/2006 Sb

Zaměstnavatel je povinen zajistit bezpečnost a ochranu zdraví zaměstnanců při práci s ohledem na rizika možného ohrožení jejich života a zdraví, která se týkají výkonu práce (dále jen "rizika").

Rizika spojená s prodejem nápojů

- opaření horkou tekutinou (příprava kávy)
- poškození pokožky rukou čistícími prostředky (levné prostředky, časté mytí)
- popálení o horké části strojů (varná konvice, vaříč)
- zasažení el. proudem při manipulaci se stroji (kávovar, varná konvice atd.)
- pořezání ostrými předměty (prasklá sklenice)
- uklouznutí a pády na znečištěné podlaze (včas neseřtená podlaha)
- poškození páteře v důsledku zdvihání břemen (zvedání těžkých sudů)

Povinnost zaměstnavatele zajišťovat bezpečnost a ochranu zdraví při práci se vztahuje na všechny osoby, které se s jeho vědomím zdržují na jeho pracovištích.

Pracovní úrazy má povinnost zaměstnavatel evidovat, zaměstnanec hlásit.

Náklady spojené se zajišťováním bezpečnosti a ochrany zdraví při práci hradí zaměstnavatel.

Zákon na ochranu spotřebitele č. 634/ 1992 Sb.

Zaměřuje se především na poctivost prodeje – dodržování měř a vah a chrání spotřebitele před klamáním.

§3 Poctivost prodeje výrobků a poskytování služeb

Prodávající je povinen:

- a) prodávat výrobky ve správné hmotnosti, míře nebo množství a umožnit spotřebiteli překontrolovat si správnost těchto údajů,
- b) prodávat výrobky a poskytovat služby v předepsané nebo schválené jakosti, pokud je závazně stanovena nebo pokud to vyplývá ze zvláštních předpisů anebo v jakosti jím uváděné; není-li jakost předepsána, schválena nebo uváděna, v jakosti obvyklé
- c) prodávat výrobky a poskytovat služby za ceny sjednané v souladu s cenovými předpisy a ceny při prodeji výrobků nebo poskytování služeb správně účtovat; při konečném účtování prodávaných výrobků a poskytovaných služeb v hotovosti se celková částka zaokrouhluje vždy k nejbližší platné nominální hodnotě zákonných peněz v oběhu.

V praxi to znamená, že veškeré nápoje musí být v ČR odměřovány za pomoci odměrek s cejchy podle platné normy. Při používání necejchovaného skla, toleruje kontrolor odchylku nižší 10 %. Při používání cejchovaného skla k servisu nápojů je tolerance pouze 5%. Předražení bývá na místě řešeno peněžitou pokutou dle závažnosti přestupku. Nápoje, které se čepují, musí být vždy podávány ve skle označeném podle ČSN (tzv. cejchem)

Nápoje prodávané z automatů typu post-mix jsou opatřeny průtokovými měřidly. Při prodeji kávy je povinen prodejce používat cejchovanou odměrku obvykle 7 g.

Při prodeji kávy formou kávovaru s automatickým vsypem, odpovídá prodejce za seřízení dávkovače. Skutečná váha porce musí souhlasit s množstvím uvedeným v nápojovém lístku.

§8 Zákaz klamání spotřebitele

- a) Nikdo nesmí klamat spotřebitele, zejména uvádět nepravdivé, nedoložené, neúplné, nepřesné, nejasné, dvojsmyslné nebo přehnané údaje anebo zamlčet údaje o skutečných vlastnostech výrobků nebo služeb či úrovni nákupních podmínek.
- b) Za klamání spotřebitele se považuje také nabídka nebo prodej výrobků nebo zboží porušujících některá práva duševního vlastnictví, jakož i skladování těchto výrobků nebo zboží za účelem nabídky nebo prodeje.
- c) Odpovědnosti za klamání spotřebitele se nelze zprostit poukazem na skutečnost, že potřebné nebo správné údaje neposkytl výrobce, dovozce nebo dodavatel.

V praxi to znamená, že nikdo nesmí zaměňovat suroviny v míchaném nápoji, výčepní pivo podávat namísto ležáku, uvádět jinou cenu v nápojovém lístku a jinou na účtence při vyúčtování s hostem.

Informační povinnost – výrobek musí být označen přímo, viditelně a srozumitelně. Parametry dle povahy zboží a výrobce. Tyto informace musí být v českém jazyce. Problémem bývá prodej domácích vín a lihovin z bezcelní zóny nebo ze zahraničí.

Spotřebitel musí být řádně seznámen s cenou, a to jednoznačně před nákupem. Na žádost spotřebitele musí vydat prodejce doklad. V provozovně musí být celou dobu přítomen pracovník oprávněný vyřizovat reklamace.

Dodržování tohoto zákona kontrolují: Česká obchodní inspekce,

Alkohol je zakázáno prodat: „podávat nebo jinak umožnit požití alkoholického nápoje osobám mladším 18 let“. Navíc provozovatel je povinen na místě prodeje alkoholických nápojů umístit pro kupujícího zjevně viditelný text zákazu prodeje osobám mladším 18 let. Text musí být pořízen v českém jazyce černými tiskacími písmeny na bílém podkladě o velikosti písma nejméně 5 cm. Dále je zakázáno prodat, podat nebo jinak umožnit požití alkoholického nápoje osobám zjevně ovlivněným alkoholickým nápojem nebo jinou návykovou látkou.

Kontrolu dodržování povinností stanovených zákonem č. 379/ 2005 vykonává obecní policie, Policie ČR, obec, Česká obchodní inspekce (pokud jde o alkohol) a rovněž orgán ochrany veřejného zdraví (jde-li o stravovací služby).

Sankce za porušení zákona:

Provozovateli - fyzické osobě může být uložena sankce ve formě pokuty do 50 000,- Kč nebo zákazu činnosti až na dobu 2 let.

Provozovateli – právnické osobě lze uložit pokutu do 500 000,- Kč nebo zákaz činnosti až na dobu 2 let.

Ten kdo soustavně a ve větší míře podává alkohol mladistvím, může být potrestán odnětím svobody až na jeden rok.

BAR – výklad pojmu

Barem lze rozumět:

1. barový pult
2. odbytové středisko.

Původ barů

je v spojených státech. Původním záměrem byl prodej lihovin americkým osadníkům přicházejícím z Evropy. Většinou se jednalo o součást obchodů, ve kterých bylo možno pořídit veškeré potřebné vybavení pro lovce i zlatokopy a zároveň byl tento obchod místem, kde se dalo pobavit nebo zahrát karetní hry. Většinou se nepočítalo s místy k sezení.

Slovo Bar

Názory na původ tohoto slova se různí:

1. pochází z angličtiny a jedná se o odvozený význam. Původní význam slova je „ochranné zábradlí“. Zvláštní ohraničené místo zvané bariéra (angl. Bar-rier)
2. Slovo "BAR" vzniklo z francouzského výrazu "barriere" někdy v 16. století, v době začínající kolonizace Ameriky.

Jisté ovšem je, že Angličané, Španělé, Portugalci a Holanďané, zvyklí již na alkoholické nápoje ze svých domovů, je nemohli postrádat ani ve své nové vlasti. Alkohol v této době nepatřil k zapovězeným radostem. Dobyvatelé nebezpečných indiánských území si na dobré chlupské pití potrpěli. Což mimochodem byla a dodnes je vizitka každého dobyvatele. Kolébkou všech barů byly tzv. cammon stores, kde ostří hoši Divokého západu pili „strong water“, neboli silnou vodu. Tyto podniky nejprve vedli duchovní a důstojníci. Později, kdy se rozšířily o prostory ke spaní a stáje, začalo se jim říkat "inn". Zpočátku šlo jen o jedinou místnost bez jakéhokoli bočního ohrazení. Později se "inny" ve městech proměnily v "saloony", které se obvykle dělily na dvě části, a to na přípravnu a na místnost pro hosty. Zde se pro ochranu výčepního zřizovalo zvláštní ohraničené místo zvané bariéra (angl. Bar-rier) a právě zde jsme u původu jména baru. Toto jméno ovšem přijaly mnohem později, do té doby byly označovány jen „inn“ (hostince).

Konstrukce původních barů

Zábradlí připevněné k prodejnímu pultu s alkoholem skutečně oddělovalo původně zákazníky od lahví a obsluhy. K pohodlí hostů sloužilo pouze další zábradlí umístěné nízko nad

podlahou, tak že si o něj hosté mohli opřít nohy. Rukama se opírali o horní zábradlí. Z těchto zábradlí se později vyvinula barová deska, dnes obvykle v šíři šedesát cm a umístěvaná do typizované výše stodvacetdva cm. Z nižšího zábradlí vznikla postupem času tzv. „okopová tyč“ většinou z kovu. Obvyklá výše umístění okopové tyče je dvacetpět cm nad zemí.

U barových pultů původně hosté stáli. Původní koncepce (zábradlí) nepočítala s možností odložit si nápoj, ani s možností se u baru posadit. Barové stoličky se objevili na přelomu 19. a 20. století. Barové stoličky mají dnes rovněž typizované rozměry, existují však i velmi atypická designerská pojetí, kdy jsou „stoličky“ např. s barovým pultem pevně spojeny.

Pokud lze vůbec bar definovat, musíme o něm hovořit jako gastronomickém, společenském a technickém zařízení a z těchto úhlů pohledu tyto pojmy dále rozvádět.

Bar jako gastronomický subjekt

nabízí různorodou nabídku alkoholických i nealkoholických nápojů, míchaných nápojů, čajů a káv. Z hlediska sortimentní nabídky je prakticky neomezen. Nižší, nebo vůbec žádná je nabídka pokrmů. Svým názvem by měl bar napovídat hostům, jakou sortimentní nabídku bude provozovatel upřednostňovat a tedy co mohou očekávat. Toto rozhodnutí je plně na provozovateli a nelze klasifikovat žádnou oborovou normou, jak tomu bylo v minulosti (o.n. 735 413) .

Členění barů z hlediska sortimentní nabídky:

American bar - původní název pro pohostinské zařízení v Evropě, kopírující svým uspořádáním a sortimentem převážně míšených nápojů svůj americký vzor. Nabídka pokrmů je omezena na drobné pochutiny k nápojům.

Trendy bar - nabídka klasických nápojů je rozšířena o netradiční míchané nápoje se zaměřením např. na některou oblast (mexico, hawai atd.) Je využíváno netradičního servisu i netradičního inventáře. K podpoře prodeje je využíváno show bartendingu nebo free stylu.

Tematické bary- jsou zaměřeny na určité portfolio nápojů . Obvykle pivo – pivní bar, whisky- whisky bar, ale i sekt, víno, káva atd.

Snack bar, Grill bar- jsou bary v nichž provozovatel nabízí k sortimentu nápojů i rychlé občerstvení obvykle pokrmů upravených na grilu, smažením, případně zeleninové saláty nebo sýry. K podpoře prodeje se velmi často užívá show room – nebo-li otevřená kuchyň, kde má zákazník možnost vidět přípravu pokrmu před hostem. Trendem v současné době je např. sushi bar s úpravou závitků ze syrových ryb, rýže a jiných ingrediencí asijské kuchyně.

Členění barů z hlediska jejich funkce a umístění

Lobby bar – bar umístěný do hotelové haly, slouží především hotelovým hostům, z gastronomického hlediska není nijak omezen nabídkou nápojů a pokrmů, nebo provozní dobou. Může být součástí haly, nebo má i samostatný vstup.

Restaurant bar – umístěný v restauraci. Jeho funkce může být jako služba hostům čekajícím na uvolnění míst v restauraci a tedy k nabídce aperitivů a nealko. Může sloužit i jako samostatný bar v restauraci, obzvláště je-li v nabídce čepované pivo, je vhodné bar s výčepem umístit hostům „na oči“ (skrytý výčep budí nedůvěru)

Night bar – plní funkci společensko-zábavní, pokrmy jsou omezeny, nebo zcela vyloučeny. Prodej míchaných nápojů je prioritou, očekává se i hudební program.

Jiná příbuzná označení jsou Club, Night club, disko, dancing. V posledních zmiňovaných není ani účelem vytvářet místa k sezení, jsou-li zaměřeny na teenagers. Jsou zde zřizovány barové pulty ke stání = skotské bary.

Centrální bar – plní svou funkci při organizaci práce cateringových společností. V tomto baru je hlavní sklad nápojů, je zázemím a je zde i méně obvyklý sortiment. Ostatní bary na něj navazují. Z hlediska organizace práce je za tento bar umístován zkušený barman – řídicí pracovník.

Improvizovaný bar – připravený k určité příležitosti na restauračních stolech. Příležitostné – improvizované. Jejich sortiment bude omezený, stejně jako technické možnosti a prostor. Jejich význam je především při garden party, grill party, cateringu, plesech atd.

Trolley bar - je speciálně upravený nápojový vozík, aperitivní vozík. Používá se k nabídce aperitivů v restauraci. Nápojář (sommelier, winabottler) nabízí nejen kořeněná vína a destiláty, ale i základní míchané nápoje (nejčastěji koktejly)

Bary a jejich vývoj ve světě

USA

Teprve v posledním desetiletí 19. století se bary začaly modernizovat a mizí „jednoduché kovbojské bary.“ Od historicky známých "salonů" s bariérou vede již přímá cesta k tradičním "American bars"¹, zaměřené přímo na koktejly. Vede ho barkeeper čili barman, nápoje však hostům servírují pomocníci tzv. commis. V těchto barech vládne velmi uvolněná atmosféra. Později namísto dřevěného výčepního stolu byl bar vybaven dlouhým

¹ foto viz Příloha č. 2

vysokým pultem z kovu nebo z drahého dřeva, u kterého nejprve nebylo židlí, jelikož majitel neměl zájem, aby zde hosté strávili více času, ale mnohem raději viděl, když se zde vystřídalo více hostů. Tento barový pult, dále doplněný nepohodlnými vysokými židličkami, je charakteristický pro všechny bary na světě. V poslední čtvrtině 19. století v anglosaském světě barový pult zcela zdomácněl a jeho podoba konstrukce na níž byly pouze sklenky, láhve a džbán s vodou, se na nějaký čas ustálila.

Na sklonku 80. let minulého století byla v amerických barech zavedena novinka, tzv. free-lunch-table. V barech byly nachystány nejrůznější obložené chlebíčky a pochutiny, které se podávaly zdarma. Když si host zaplatil nápoj v jakékoliv ceně, mohl sníst libovolné množství těchto pokrmů. Majitelé barů počítali s americkým spěchem. To se však hlavně před 1. světovou válkou změnilo a bary z důvodů vysokých nákladů na free-lunch toto občerstvení zavrhly.²

Anglie

V Anglii byl jako bar ještě v minulém století označován prostor oddělený od místnosti pro hosty přepážkami jako na poště, kde seděly starší i mladší, přívětivé i nabručené dámy, host zaplatil u okénka, načež mu byl vydán požadovaný nápoj. Po 1. světové válce nastala změna. Také v Anglii byly zřizovány velké, přepychové elegantně zařízené barové podniky, v nichž stejně jako v Americe byli zaměstnáni jen muži.

Americké drinky v původní formě, tedy takové, že jejich složení bývá přímo vědecky vypočítáno k účinku na určitý orgán či lidský smysl, byly nejprve podávány jen v přístavních městech. Ve vnitrozemí byly různě pozměňovány tak, že by je tehdy Američan ani nepoznal, i když se podávaly pod původním jménem. Toto jméno téměř vždy odpovídalo jménu autora či barvy, ještě častěji likéru, který většinou drinky obsahovaly, případně i po chuti nápoje.

Kuba

Barmanské umění na Kubě se začalo rozvíjet v polovině 19. století. Není to nic překvapivého vzhledem k tomu, že zde existuje vše potřebné pro přípravu nejlepších koktejlů na světě: jemný kubánský rum, šťavnaté ovoce a čerstvá máta. Neméně důležitá je i tradiční trpělivost Kubánců vedoucí k tomu, že umění připravovat koktejly dosáhlo v této zemi svého vrcholu. Žhavé slunce a záliba obyvatel v dobrých věcech se přičinily o rychlé rozšíření

² JOHNSON, H. *Handbuch für Bartender und Führer für Hotels und Restaurants*. Berlin: Merchandising GmbH, 2000

nového způsobu konzumace. Názvy jako Mojito³, Cuba Libre⁴ nebo Daiquiri⁵ byly kolem roku 1900 již velice slavné. Ve dvacátých letech 20. století vstupuje toto kubánské umění do svého zlatého věku. Na Kubě vznikla "havanská škola", kde se soustředili nejlepší barmani z celého světa. Mezi největší mistry koktejlů, kteří tuto školu absolvovali, jsou taková jména jako Chavez, Richard, Harold, Celestino, Gonzales - tvůrce mraženého daiquiri. O věhlas kubánského rumu se zasloužila paradoxně prohibice v USA, která vyvolala velký příliv slavných osobností té doby na Kubu, kde koktejly tekly proudem. Ernest Hemingway, Marlene Dietrich i Gary Cooper si oblíbili kubánský rum pro jeho jemnou chuť a množství koktejlů, jejichž je základem.⁶

Nápojový lístek

Je informací pro spotřebitele stejně tak jak reprezentací firmy nebo živnostníka, který provozuje gastronomické zařízení. Při jeho tvorbě musíme mít na mysli několik hledisek. Následující desatero vymezuje základní zásady, které je nutno dodržet při tvorbě moderního nápojového lístku.

Požadavky na moderní nápojový lístek

1. Aktuálnost – aktualizovaná nabídka i nápoje dle nových trendů
2. Pestrost – nabídka různých nápojů z různých skupin i od různých výrobců, dodavatelů
3. Cenová politika – cílem je oslovit konkrétní skupinu hostů, ale i poskytnout i nabídka napříč zákaznickým spektrem.
4. Přehlednost – nápoje jsou řazeny dle gastronomického sledu
5. Čitelnost – vhodný formát, písmo max. 2 druhy, úprava, text nesmí být přesycen.
6. Vkus- soulad barev i písma s prostředím, typu pokrmů s typem restaurace atd.
7. Grafická úprava – souvisí se vkusem i čitelností, JL může prezentovat i jinou činnost
8. Nabídka specializovaných nápojů zvláště – kávy, vína, míchané nápoje...
9. Doplnění o nabídku „na stole“ by mělo být střízlivé
10. Aktuální sortimentní nabídka může být vizualizovaná na nástěnných tabulích, zrcadlech výlohách atd., Svým grafickým a estetickým ztvárněním by měla být vždy v souladu s prostředím.

³ Receptura: limeta, máta peprná, třtinový cukr, bílý rum, soda, ledová tříšť – příprava přímo ve skle

⁴ Receptura: bílý rum, lime juice, cola, limeta, led – příprava přímo ve skle

⁵ Receptura: bílý rum, lime juice, led, případně doplněno ovocem – příprava v šejkru, či mixeru

⁶ *Barová historie*. In: <http://www.flair.webgarden.cz/barova-historie>

Nápojový lístek z marketingového hlediska

Z marketingového hlediska je NL nástrojem řízení. S pomocí nápojového lístku jsme schopni ovlivnit chování spotřebitele. Přinášíme mu informace o nabídce sortimentu a jeho cenách. Forma musí být přehledná, čitelná a pro potenciálního zákazníka i lákavá. Z těchto faktorů vycházíme při jeho tvorbě.

Nápojový lístek z hlediska zákona

musí obsahovat údaje, které je povinen každý provozovatel dodržovat ve smyslu živnostenského zákona a zákona na ochranu spotřebitele.

- název střediska, provozovny, adresa a jméno a národnost provozovatele
- datum vystavení a období platnosti
- název nápoje, cena za nápoj
- vždy musí být uvedena správná míra v litrech
- jména odpovědných pracovníků, kdo připravil, kalkuloval atd.
- míry nápojů v centilitrech nebo litrech
- u vín uvádíme značku, bližší označení dle vin zákona atd.
ročník, výrobce, oblast – trať
- u míchaných nápojů uvádíme složení (nepovinný údaj)
- seznam alergenů

Nápojový lístek z hlediska grafického

Dobrá grafická úprava patří k jednomu ze základních požadavků. Při grafickém ztvárnění musíme vycházet ze základních požadavků hosta na čitelnost a přehlednost textu. S tím souvisí vhodná volba typu písma, velikost řezu písma i kontrast. Musíme si uvědomit pro kterou věkovou hranici hostů nápojový lístek tvoříme i jakém umělém osvětlení jej bude mít příležitost host číst.

K základním zásadám patří použití světlého podkladu a tmavého písma. Písmo volíme raději jednoduché a nadpisy skupin zvýrazňujeme.

Nápojový lístek z hlediska estetického

Používají se maximálně dva druhy písma, které spolu musí korespondovat. Vhodnější je je použití různých velikostí stejného písma nebo jeho tučné zvýraznění, případně proloženo

nebo kurzíva. Barvy podkladu, ochranného obalu i typ písma by měli být v souladu se zvoleným prostředím, námětem restaurace a v poslední řadě i jídelním lístkem.

Nápojový lístek z hlediska charakteru provozu

Nápojový lístek co do obsahu a rozsahu tvoříme podle charakteru provozu a vycházíme z kategorizace. Jiný nápojový lístek proto bude v restauraci, kavárně, baru a vinárně.

Na nápojovém lístku můžeme prezentovat i jinou činnost jako například chystané nebo probíhající marketingové akce, společenské akce, možnosti nabídky na dalších střediscích, nabídka formou fotografií, fotografie významných hostů, informace o historie objektu atd.

Nápojový lístek z hlediska gastronomického

Pro přehlednost jsou nápoje řazeny do skupin a podskupin a seřazeny v tzv. gastronomickém sledu. Tomuto sledu je nadřazeno marketingové hledisko, takže v případě zvláštní nabídky můžeme zařadit jednotlivé druhy například v úvodu nápojového lístku jako upoutávku.

Řazení nápojů dle gastronomického sledu

Aperitivy – většinou pouze kořeněná vína, ale lze uvést i lihoviny a likéry

Přírodní vína – bílá, růžová, červená

Dezertní vína – žlutá, červená

Šumivá vína – bílá, růžová, červená

Destiláty – z obilí, ovoce, ostatní

Likéry – ovocné, ostatní, emulzní

Nealko – vody, limonády, šťávy, mléka

Pivo – 1) čepované

2) lahvové

V pořadí světlé, tmavé, řezané, speciální, nealkoholické

Teplé nápoje -1) nealko– kávy, čaje, čokoláda,

2) alko – víno, grog, punč

Další kritéria řazení nápojů

Tuzemská nebo zahraniční výroba

Suchý, polosuchý, polosladký, sladký

Stáří hlavně u whisky, koňaku, vín

Servisní teplota nápojů

Chuť nápoje vyniká při správně zvolené servisní teplotě. Znalost a dodržování servisních teplot patří k základním profesním vědomostem a dovednostem, bohužel v praxi velmi často opomíjeným.

Sklo na servis nápojů

Vhodná volba skla pro danou skupinu nápojů nebo dokonce přímo určena pro konkrétní nápoj je důležitým faktorem, který je nutno dodržovat hned z několika hledisek:

1. prezentace značky – značkové sklo při servisu upřednostňujeme a pomáháme tak konkrétní nápoj propagovat. U některých nápojů je servis do značkového skla základním obchodně – etickým předpokladem. (pivo, limonády...) Tento marketingový jev může být nadřazen zvykovosti, neměl by však být nikdy nadřazen gastronomickému hledisku.

2. precedens a zvykovost – tvar sklenice je pro danou skupinu nápojů obvyklý a vychází z historie jejich servisu.

3. gastronomické hledisko – tvar sklenice maximálně umožňuje vyniknout nápoji a umocnit tak konzumentovi vnímat nápoj všemi smysly. Ve štíhlých sklenicích vyniká světlost barvy a jas, baňaté a uzavřené sklenice dávají vyniknout vůni atd. Vhodně zvolená sklenice podtrhuje kladné vlastnosti nápoje a zvyšuje zážitek z jeho konzumace.

4. marketing a estetické hledisko – musíme si uvědomit, že vhodná a atraktivní sklenice je vlastně obalem, který nám umožňuje zvýšit prodejnost nápoje.

Ideálem je soulad mezi těmito jednotlivými hledisky. Hostu servírujeme nápoj ve sklenici, která vychází z historické tradice, její tvar dává maximálně vyniknout vlastnostem nápoje a designové pojetí tvaru sklenice je identické a zároveň vkusné, nápoj tedy už na první pohled můžeme snadno přiřadit k určité značce.

Aperitiv

Krátký, suchý nápoj podávaný 15-20 minut před jídlem za účelem povzbuzení chuti.

Za krátký považujeme takový nápoj, jehož objem není větší než 0,1 litru. Existují však i výjimky jako například malé pivo nebo případně některé míchané nápoje o objemu 0,12 litru.

Za suchý považujeme takový nápoj, který má minimální obsah cukru. Výjimku tvoří nápoje se zvýšeným obsahem hořčin a silic například u dezertních vín kořeněných a bylinných likérů.

Vhodným aperitivem může být i míchaný nápoj označovaný jako Pre dinner.

Welcome drink

Mohli bychom v obecné rovině konstatovat, že se jedná o nápoj se společenskou funkcí hosta přivítat. Obecné předpoklady pro tento nápoj jsou, že se mělo jednat o nápoj přiměřeně krátký a suchý. Ideální je sklenička šumivého vína, tichého bílého nebo růžového vína, malé pivo podávané ve sklenici na stopce a případně i lihovina.

Stavíme-li do role welcome drinku lihovinu, měli bychom však mít na paměti hned několik zásad:

1. k lihovině vždy nabízíme nealkoholický nápoj
2. ne každá společnost lihovinu uvítá (Ženy nebo lidé, kteří budou krátce po akci řídit vozidlo a chtějí si připít spíše symbolicky)
3. vztah lihoviny k příležitosti, regionu, tradici (Valašsko = slivovice)
4. navazující program, jeho délka a prostředí

Digestiv

digestiv je látka podporující trávení, doplňuje sníženou hladinu trávicích enzymů. Digestivem hostina končí. Jeho společenský význam může být v rozvázání uvolněné konverzace. Vhodným digestivem je sladké likérové víno, destiláty nebo likéry. Některé bylinné likéry mohou zároveň být i aperitivem. Vhodnějšími destiláty jsou ty, které staří v sudu jako například koňak, whisky, brandy, letitý rum, grapa případně i vodka a gin. Úkol digestivu dobře zastane i míchaný nápoj ze skupiny tzv. After dinner.

Počátky barmanství v Československu

První zprávy o barech a koktejlech vůbec se objevují v českých odborných časopisech v posledních letech 19. století. Tehdy ale v Čechách nezůstalo pouze u teorie a v témže roce otevřela svoje brány proslulá pražská Jubilejní výstava. Mezi její atraktivitky se řadil i American Bar Procházka. Od tohoto roku se pak bez baru neobešla téměř žádná významná událost. V roce 1912 přivítal první hosty Obecní dům hlavního města Prahy, do jehož suterénu jeho stavitelé situovali American Bar. Tento bar funguje v budově dosud, a je tak nejstarším českým barem vůbec. Zatím nejstarší známou publikací jsou American Drinks od Victora Hugona Himmelreicha. Je zajímavá nejen souborem předpisů, ale především několika dobovými fotografiemi pražských „amerických barů“ Juliš a Gri-Gri a Modré myši v Moravské Ostravě.

Další historie české mixologie pokračovala až po 1. světové válce. 25. října 1921 požádali čtyři barmani Zemskou správu politickou o schválení stanov Mezinárodní unie barmistrů v Republice Československé. Již 12. prosince se konala v restauraci Choceňský první ustavující valná hromada. Ve dvě hodiny odpoledne se v restauraci sešli barmani z Liberce, Hradce Králové, Teplic, Jihlavy, Moravské Ostravy a mnoha dalších měst. Unie pak sídlila v pražské Růžové ulici číslo 5 a po třech letech se spojila se spolkem Genevoise. Čest pořádat první Soutěž evropských barmanů připadla Vídni. Tato první soutěž byla nepochybným úspěchem, protože hned v říjnu téhož roku proběhla další v Praze. Český tisk o soutěži informoval v říjnu 1927. Na počest padesátiletého trvání Mezinárodního ženevského svazu hotelových, restauračních a kavárenských zaměstnanců pořádá jeho pražská pobočka, spolek Genevoise pro Československo 24. října v baru Luxor na Václavském náměstí v Praze první mezinárodní soutěž barmanů na nové předpisy amerických nápojů. Účelem soutěže bylo seznámit s barmanským povoláním národ a zpopularizovat míšené nápoje i pro běžný obchod v restauracích a kavárnách. Soutěž dopadla nad očekávání dobře a následně začaly bary kvést na každém rohu.

Situace po Vítězném únoru nebyla pro České barmany příliš růžová. Existovali dál, ale vývoj se z mnoha příčin přibrzdil. Způsobil to omezený přístup k pracovním nástrojům, nedostatek odborné literatury, eliminace profese barman z Jednotného kvalifikačního katalogu práce i osnov odborných učilišť. Na lepší časy se začalo blýskat až v druhé polovině padesátých a v šedesátých letech. Tehdy organizovaly barmanské kurzy, nejen hotely sdružené později pod podnik Interhotely Čedoku, ale dokonce i kulturní zařízení.

Pražské jaro 1968 bylo tak krátké, že nestačilo rozvoj barmanství v Československu bezprostředně ovlivnit. O to se postarali po roce 1972 teprve organizátoři nezapomenutelných výstav oborů kuchař – cukrář – číšník – barman Gastro Prag. Soutěže v kategorii barman se staly středem pozornosti a příprava borců vyvolala citlivější přístup k profesi na straně tehdejší administrativy. Barmani si začali pašovat odbornou literaturu a pracovní nástroje ze zahraničí a profese se začala opět rozvíjet.

Evropští barmani v různých částech kontinentu pocítili potřebu organizovat se až v našem století. První národní společenství bylo založeno v roce 1909 v Německu, následovaly Švýcarsko, Velká Británie a další země. Česká barmanská asociace se prosadila nejprve jako pobočka České vědecko-technické společnosti, 10. října 1987, kdy ji v hotelu Na Rozkoši ustavili účastníci barmanského kurzu Restaurací a jídelen Náchod pod názvem Šejkr klub. Jako samostatná organizace s vlastními stanovami byla uznána 1. března 1990 pod názvem Czechoslovak Bartenders Association. V této podobě se stala na kongresu v Mexiku

3. listopadu téhož roku 36. členem International Bartenders Association. Od listopadu 1993, poté, co se spontánně oddělila slovenská sekce, se nazývá Czech Bartenders Association.⁷

Česká barmanská asociace (CBA)

Česká barmanská asociace (dále též CBA) je občanským sdružením založeným podle zákona č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů, ve znění pozdějších předpisů, za účelem podpory a vzdělávání pracovníků v oboru nápojové gastronomie a rozvoj činností spojených s podporou prodeje nápojů a doplňkového sortimentu v gastronomii.

Cíl činnosti sdružení, výkon činnosti, sekce, Junior šejkr kluby

1. Cílem činnosti CBA je udržovat a podporovat vztahy mezi členy, zprostředkovávat výměnu informací a zkušeností z oboru nápojové gastronomie, prosazovat správnost technologie přípravy míšených nápojů a vytvářet podmínky pro vzdělávání svých členů v rámci vzdělávacího programu CBA a IBA.

2. Činnost CBA je organizována v územních sekcích a její výkon se řídí organizačním řádem. Vznik sekce je zásadně možný, pokud se tak rozhodne nejméně 15 členů CBA v memorandu a pokud jejich požadavek bude přijat členskou schůzí CBA a to za předpokladu že taková sekce v daném kraji (podle územního uspořádání ČR) již nepracuje. O zániku sekce rozhoduje členská schůze CBA.

3. Při sekcích mohou vznikat Junior šejkr kluby, ve kterých se sdružují zájemci o členství v CBA, pokud nesplňují podmínky členství v CBA. Věk členů Junior šejkr klubů nesmí přesáhnout v daném kalendářním roce 18 let. Náklady na činnost Junior šejkr klubů se považují za náklady CBA. Členství v Junior šejkr klubu vzniká přijetím za člena, a to na základě uhrazení členského příspěvku ve výši 500,-- Kč. O přijetí za člena, případně o jeho zrušení rozhoduje předseda příslušné územní sekce.

Moderní trendy v barovém provozu

Barmanství je oborem, který se neustále rozvíjí a současný společenský trend si žádá stále nová překvapení a zdokonalování. Návaznost rozvoje v této speciální oblasti gastronomie s oborem bytové architektury se dá pozorovat například na sílících požadavcích zákazníků, kteří si do samotného návrhu interiéru domu stále více nechávají navrhovat pevný barový pult, či ho nechávají zpracovat do návrhu kuchyňského koutu. Také úsilí všech

⁷ MIKŠOVIC, A. *Umění koktejlu*. Praha: Svojka & Co., 2000, str. 50-58

CHATEAU, L. – MIKŠOVIC, A. *Barman rytířem čestné legie*. Brno: Doplněk, 2004

kvalitních a úspěšných barů a samozřejmě také barmanů, kteří v nich pracují musí neustále sledovat tento rostoucí trend a takzvaně „jít s dobou“. Většina zařízení, které nesledují novinky v oboru a nechtějí se moderním trendům přizpůsobovat naráží na vlastní neúspěch. Proto většina barových podniků využívá sebemenší příležitosti k tomu, aby hostům vždy nabízela to, co je právě v módě nebo to, co si hosté žádají. Ostatně za dobrý bar lze také považovat podnik, který svým hostům dokáže vždy vyhovět a v němž hostům barmani a obsluhující dokáží připravit oblíbené pití přímo na míru podle jejich přání. Ať už je to oblíbený koktejl nebo samotný druh alkoholu přizpůsobený jejich způsobu konzumace. Je všeobecně známo, že barem je místo, kam se lidé chodí uvolnit, odreagovat se, vypovídat a svěřit se, ale také kam se chodí dobře bavit. Barmanská zručnost a samotné umění komunikace je pak tím pravým nástrojem, jak dosáhnout toho, že po dlouhém večeru stráveném v baru host odchází nejen s příjemnou náladou způsobenou opojením z alkoholu, ale také s příjemnými zážitky a spokojeností. V samotném důsledku je to také to pravé pro majitele takového zařízení, kterému se spokojenost zákazníků projeví v obratech a tudíž i v ziscích. Každý majitel baru, by tedy přece byl sám proti sobě, kdyby se nesnažil udržet vlastní a získat tak i novou klientelu prostřednictvím stále se objevujících novinek v barovém provozu a nápojové kultuře.

Domácí bary

Domácí bary se dostaly do našich domovů naprosto nenápadně, jako praktický předěl mezi kuchyní a obývacím prostorem. V těchto případech slouží nejen jako bar, ale často i jako odkládací plocha. V rodinných domcích, kde je podstatně více prostoru si majitelé pořizují klasický velký bar. Ten často bývá buď součástí obývací stěny, nebo stojí samostatně, případně se skládá z několika částí. Bary se vyrábějí v různých variantách - rohové, rovné, v kratším i delším provedení. Také styly jsou různé. Často bývají klasické, napodobující styl staré Anglie či country saloonu, rustikální nebo mají naprosto moderní tvary. Pokud máte k dispozici atypický prostor či nějaké zvláštní požadavky je možné si jej nechat zhotovit na zakázku. Velmi často se stává, že na klasický bar není doma dostatek místa. Tehdy přicházejí vhod malé bary, které však plní svou funkci jen do jisté míry. Můžete na ně uložit lahve a skleničky, ale nemůžete se k nim posadit. Pro snadnější přesun jsou vybaveny kolečky. Takto malý bar zajišťuje, aby láhve s pitím byly pohromadě a co nejbliže po ruce. Úložný prostor většinou tvoří police částečně vybavené speciálním držákem na láhve. Malý pojízdný bar by rozhodně neměl chybět v žádné domácnosti. Když už jej majitelé nepoužívají, určitě se

osvědčí ve chvíli, když přijde návštěva. Umístění baru by se mělo plánovat s rozmyslem. Okolo baru musí být dostatečný prostor. Měl by být umístěn co nejdál od dětských pokojů a v případě, že je v patře, neměl by stát přímo u schodů. Mohlo by se stát, že z příjemné oslavy bude nepříjemný zážitek. Velmi důležité je, aby bar měl dostatečně velký úložný prostor, a to nejen na láhve, ale i na skleničky /každý druh drinku má svůj typ skleničky/. Svou úlohu hraje také osvětlení. Nejčastěji se používají halogenová světla, která nasvěcují vybavení baru a jeho pracovní plochu. Svou úlohu také plní zabudovaná zrcadla, která plní funkci nejen estetickou, ale i opticky zvětšují prostor. Také nezapomeňte, že ke klasickému baru budete potřebovat několik židlí. Jejich výška se vybírá podle velikosti barového pultu. K dostání je opět několik typů. Klasické stoličky, s opěrou zad a područkami nebo bez nich. Pokud bar nemá trnož jsou důležité podpěry pro nohy, protože umožňují snadnější a pohodlnější sezení. Materiály, ze kterých se barové židle vyrábějí, jsou stejné jako u klasických židlí. Praktičtější jsou však materiály snadno umyvatelné a udržitelné. Nezapomeňte, že se u baru scházejí lidé za cílem pobavit se.

Flairbartending

Flair barmanství je styl podávání alkoholických i nealkoholických nápojů s netradičními někdy až akrobatickými prvky a pohyby. Flair je točení, házení do vzduchu, žonglování, balancování a chytání láhví, nápojů a ostatních barových pomůcek během procesu výroby koktejlů. Dá se říci, že je to určitá umělecká forma barmanského stylu práce. Prvním show bartenderem byl už Jerry Thomas, autor historicky první sbírky receptur míšených nápojů v dějinách oboru. Před užaslými diváky míchal v poslední třetině 19. století svůj proslulý „Blue Blaze“, kdy do stříbrného džbánu dával skotskou a přibližně stejně tolik vařící vody. Připravil si další džbánek, směs zapálil a pak ji přelával z jednoho džbánu do druhého. Při troše cviku dosáhnete toho, že hosté uvidí, jak tekutý oheň putuje mezi nádobami.

Soutěžní flairbartending se dále dělí na dva další styly a to Flair Working a Exhibition Flair. Oba tyto styly mají za úkol zaujmout diváka (zákazníka) netradiční přípravou míchaného nápoje volným barmanovým stylem tak, aby Vám co nejlépe předvedl různé prvky, jako prohoz láhve pod nohou s několika otočkami, případně i odražením zmíněné láhve, sklenice, nebo šejkru od paže do prostoru a opětná rotace ve vzduchu na hudbu jistě u zákazníka vyvolá údiv i obdiv nad provedeným prvkem. Výsledný drink musí ovšem být připraven rychle a kvalitně podle receptury, tak aby jste jej měli co nejdříve.

Proto musí barmani splnit v první řadě časový limit, jenž se skládá z 1 + 5 + 1 minuty na přípravu. První minutu má barman na vytvoření atmosféry, i k tomu, aby Vás oslovil. Dalších 5 minut připravuje samotný koktejl svým vybraným Flair stylem , jehož provedení a čistotu s obtížností prvků hodnotí 3 komisaři a poslední minutu má barman na rozloučení s publikem tím, že ještě předvede svůj nejlepší trik.

A ten hlavní rozdíl mezi oběma styly?? Při obou stylech používá barman originální láhve od daného produktu - zvolené ingredience v koktejlů - které musí obsahovat minimálně 3 cl obsahu produktu v lahvi. Ten hlavní rozdíl je však v tom, že při Working Flair může mít barman pouze jen jednu láhev zvoleného produktu a tudíž v ní je více suroviny (více plná až plná láhev produktu) . Při Exhibition Flair si barman danou surovinu rozdělí do více originálních lahví produktu, tak aby obsahovala minimálně 3 cl, ne však více než 10 cl obsahu, tím pádem má daleko více lahví k použití při přípravě.

John Bandy⁸ byl jedním z nejznámějších žonglérů s láhvemi za barem ve Spojených státech. Stal se spoluzakladatelem mezinárodního institutu Barmanské olympiády, aby podpořil kreativní zábavné barmanství. Pochází z kalifornského města Ventura, kde pracoval v podniku West Lake Inn. Kouzelníkem koktejlů je již dlouhá léta a připouští, že začátky byly za barem velmi nudné. Snad proto začal s tréninkem na Barmanskou olympiádu, jíž se později stal symbolem. Nejprve novou práci zkoušel doma, a teprve po čase se cítil tak jistý, že vystoupil před zákazníky. Lidem se to líbilo. Ze začátku jim ani nevadilo, když nějakou láhev upustil. Zúčastnil se natáčení filmu Koktejl, když trénoval herce Toma Cruise a Bryana Browna. Proslulý barman později cestoval po celém světě. Byl také v Praze na plese Playboye a při přípravě prvního ročníku Barmanské olympiády Johnnie Walker v České republice

Molekulární mixologie

Nejdůležitější věcí při vymýšlení nového drinku, je nechat myšlenkám rozlet. V současné době se prosazuje molekulární mixologie, tvorba alkoholických pěn a ledových tříští podobných těm, které používají nejlepší šéfové v kuchyních. Hervé This, zakladatel molekulární gastronomie, říká: „Molekulární mixologie je aplikací teoretických závěrů molekulární gastronomie v barovém prostředí.“ Molekulární gastronomie je tedy vědecká disciplína, která má své počátky v roce 1988 a soustřeďuje se na pokrmy a vaření. Měla

⁸ foto viz Příloha č. 5

především poskytnout jisté znalosti gastronomickým odborníkům. Jejím logickým pokračováním je molekulární mixologie, vývojový stupeň soustřeďující se na alkohol a míšení nápojů. Samozřejmě, abyste vytvořili vynikající koktejl, potřebujete stejně jako pro přípravu pokrmu techniku a určitý druh umění, ale také lásku, o kterou se s drinkem při jeho přípravě podělíte. Naše zkušenosti s pokrmy a nápoji nejsou izolované. Naopak. Lidé používají všechny své smysly a všechny vjemy přispívají k závěrečnému působení na mozek v podobě chuti. Očekáváme, že whisky bude hnědá a vodka průzračná. Klasické martini v baru pro cyklisty nebude působit stejně, jako když je pijeme v kožené lenošce pětihvězdičkového hotelu. Varujme se soustředit výhradně na to, co je ve sklenici a jak to chutná na úkor ostatních aspektů. Právě v tomto smyslu existují tři prvky molekulárního míšení nápojů, které jsou stejně důležité:

1. Lásky: Dělejte všechno pro to, aby se lidé cítili jedineční, důležití, vítaní, milovaní. Vše, počínaje teplotou a osvětlením až po to, zda se dveře otvírají dovnitř, nebo ven, může být výrazem tohoto pozitivního působení. Vzácné, neobvyklé, autentické, drahé a čerstvé suroviny jsou dalším výrazem této lásky k hostovi. Jiným je třeba příprava koktejlu pro skotského hosta ze skotské whisky.

2. Umění: Dbejte na chuť pokrmů a nápojů. Receptury jsou užitečné, ale (zejména pracujete-li s čerstvými surovinami) každý drink či pokrm musí být ochutnán a jestliže to je nezbytné, dokončen těsně před tím, než je podán hostovi. Jedním takovým příkladem uměleckého přístupu mohou být takové inovace, jakou je kombinace kaviáru a bílé čokolády nebo zeleného čaje smíchaného se skotskou whisky. Jiným příkladem může být změna sklenky, v níž se nápoj podává, barvy atd.

3. Technika: Vyrobít nápoje správně je samozřejmé. Pracujte rychle, hygienicky a podle receptury, protřepávejte nápoj dostatečně dlouho a energicky. Použijte jakoukoli technologii, která zlepšuje technické provedení.

Celosvětově první seminář molekulární mixologie se uskutečnil v říjnu roku 2005 v Paříži. Zúčastnilo se ho osm vybraných barmanů. První, ale bohužel uzavřenou prezentaci molekulární mixologie v České Republice provedl v červnu roku 2006 reprezentant firmy Bols. Zanedlouho poté s touto novinkou přišel i majitel jednoho z nejlepších pražských barů, baru Tretter's, Michael Treter, kdy ji na mimořádně zajímavém večeru představil v provozu.

Molekulární vaření (vhodné označení, jež představuje uplatnění znalostí a pochopení molekulární gastronomie při vaření pokrmů) využívá tři hlavní principy, které zlepšují jídla:

1. Transfer technologií: Spočívá ve využití způsobů vaření, které dříve nebyly možné. Za příklad může posloužit použití vývěvy při výrobě suflé nebo aplikace tekutého dusíku při zchlazení koktejlu až do dosažení pevného skupenství.

2. Transformace: Spočívá ve změně vzhledu nebo struktury pokrmů. Toho může být dosaženo například ochucením pěny použitou surovinou, zmrazením do pevného skupenství nebo dosažením struktury marmelády či želé.

3. Vývoj chuti: Navržením kontrastních nebo doplňujících chutí pokrmu nebo nápoje překvapit a uspokojit chuťové buňky. Šéfové v kuchyních to samozřejmě dělají, ale molekulární gastronomie jim dává vysvětlení, proč tyto kombinace fungují (např. jahody s pepřem).

Molekulární mixologie⁹ je vhodné označení vědecké disciplíny, která se zabývá alkoholem a míšením nápojů. Je to správný výraz pro uplatňování vědeckých principů a postupů při výrobě koktejlů. Právě tak, jako každý šéfkuchař používá vědecké experimenty při vaření, aniž si to uvědomuje, tak i barman používá molekulární míchání každou noc v práci: technologii (mrazicí boxy, mixéry), transformaci (shooters) či vyvíjení chutí (použití pomerančových likérů ve spojení s lihovinami, které jsou barrel proof). Molekulární mixologie tu je již dvě stě let. Už Jerry Thomas začal s molekulární mixologií, když při výrobě pouše café vrstvil jednotlivé suroviny. Kdyby také nebylo neworleanské kuchyně, nedostal by se k chilli papričkám a ke koření. Nikdy by nevěděl, jak vařit simple sirup, tedy cukr s vodou. Molekulární mixologie se za barem v současné době používá běžně. Například se pracuje s blendrem a tím se mění tekutina na mražený – frozen – drink, nebo se používá obyčejný atomizér, rozprašovač k aromatizaci sklenky třeba vermutem. Bylinky, koření a zelenina se také dají tepelným způsobem upravit. Z něčeho se dá připravit infuze, tinktury či esence a to vše je zase o molekulární mixologii.¹⁰

⁹ foto viz Příloha č. 6

¹⁰ MIKŠOVIC, A. *Molekulární mixologie-hit počátku 3. tisíciletí*. Beverage & Gastro, 2006, č. 5-6, str. 6-10.

Členění míchaných nápojů do skupin

Základním kritériem pro členění je technologický postup, charakteristické vlastnosti a složky nápoje a z nich odvozený servis a použitý inventář.

Bowle – nápoj připravený v boulové teryně, obvykle složený z ovoce a jednoho nápoje s obsahem oxidu uhličitého. Nápoj se nepřipravuje za pomoci ledu, ale podává se vždy vychlazený. Součástí nápoje mohou být vína, destiláty, likéry, sekty. Servis se provádí ve skleněných boulových šálcích a podšálcích se lžičkou. Příprava se provádí na objednávku předem. Jedná se o nápoj pro větší společnost vhodný i na catering (rauty, recepce, garden party)

Cobbler – připravuje se přímou cestou v gobletu nebo tumbleru. Sklenici naplníme ledovou tříští nebo vločkovým ledem. Obvyklé ingredience jsou sirupy, víno, likéry. Zdobí se ovocem a mátou. Vždy podáváme se stéblem a limonádovou lžičkou. Vhodný je i podšálek.

Cocktail – koktejl, short drink podávaný v koktejlce (špičce) typický aperitivní nápoj, ale jsou i polosuché a sladké (digestiv). Příprava v šejkru, džbánu, míchací sklenici. Podává se s ozdobou nebo vložkou. Podle IBA obsah max. 7 cl. U nás je trendem podávat až 12 cl. Je to největší skupina míšených nápojů, proto se jim někdy nesprávně říká koktejly.

Collins – jsou to long drinky s obsahem nejméně 30 cl. Podávají se ve velkých tumblerech. Složení : lihovina, sirup, led, sodová voda. Vložka nebo ozdoba – třešeň a plátek citronu. Podává se stéblem. (bourbounne, cognac, brandy, whisky, calvados, rum)

Cooler – long drink, spirála citrusu vložená do sklenice a zavěšená na okraj skla je zasypána ledem. Ingredience – likér nebo destilát nebo víno. Dolité nápojem s oxidem uhličitým.

Crust- Nápoj připravený v šejkru a podávaný ve sklenici s typickou ozdobou – krustou. Ta je vytvořena z cukru, soli, strouhaného kokosu, čokolády atd. Jedná se o krátké i dlouhé nápoje podávané ve sklenicích podobným na servis vína.

Egg Nogg – mohou být studené, ale u nás jsou známější teplé. Připravují se z vajec, nebo jen žloutků, mléka a ochucují se muškátovým oříškem. Příprava a servis v tumbleru – long drink.

Fancy Drink – fantazijní nápoje nepodléhající zařazení do jiných skupin. Jsou to kreativní nápoje.

Fizz – znamená šumění. Short nebo long drink připravený v šejkru z ledu, lihoviny, sirupu a citrónové šťávy. Vždy dolité nápojem s obsahem oxidu uhličitého. (oxid nesmí přijít do šejkru). Podávají se obvykle v tumbleru.

Flip – Long drink připravený v šejkru z ledu, smetany, sirupu, vejce a případně i lihoviny. Podává se ve flipových sklenicích. Mohou se podávat po jídle i v rámci menu jako dezert. Říká se mu „ nápoj pro mlsné jazýčky“.

Frappé – koktejlka naplněná vločkovým ledem nebo tříští, likér. Podáváme se stéblem a lžičkou.

Grog – teplý nápoj podávaný ve varném skle. Skládá se z cukru nebo sirupu, lihoviny a horké vody. Může se i krátce ohřát, ale ne vařit.(odpařování alkoholu). Podáváme se lžičkou, často s citrónem.

Ice – Cream – Frappé je long drink připravený v šejkru nebo elektrickém mixéru. Podává se v tumbleru s limonádovou lžící a stéblem. Součástí je obvykle zmrzlina. Ale připravuje se i jen z kávy, smetany, cukru.

Julep – long drink podávaný v ojíněné tumblerové sklenici vždy s lístkem máty. Připravuje se v míchací sklenicím šejkru nebo mixéru ze sirupu, ledové tříště, máty, lihoviny.

Limonády – většinou nealkoholické long drinks. Podávají se v tumbleru s limonádovou lžičkou a stéblem. Příprava přímou cestou, ledová tříšť, čerstvá ovocná šťáva, voda nebo sodová voda, ovocná ozdoba, případně máta.

Milk – shakes , nealko long drink. Připravený v šejkru nebo mixéru z ledu, sirupu, mléka. Servis v tumbleru s muškátovým oříškem.

Pousse – café, někdy také nazývané kolínko. Nápoje jsou vrstveny do sklenic dle své různé specifické váhy tak, aby se nesmíchal. Může být short i long. Short se nazývají shooters, které mají maximální obsah 5 cl a jsou hitem 90-tých let.

Punch – mohou být teplé i studené. U nás patří teplé ke známějším. Skládají se z pěti složek. Ovocné šťávy, víno, lihovina, voda, koření. Pokud připravujeme studený punch dbáme na to, aby nebyl příliš zředěný ledem.

Rickey – míchaný nápoj k jehož přípravě musí být použita lunetka. Long podávaný v tumbleru. Štáva z lunetky, 6-8 cl lihoviny, cukrový sirup, dvě kostky ledu a dolít sodou.

Sorbet- podávají se ve velkých miskách naplněné po okraj ledovou tříští zalitou likérem. Nápoj je bohatě zdoben tropickým ovocem. Podává se lžičkou a stéblem.

Sour – kyselý. Short i long drinky podávané ve flétnách nebo koktejlkách. Příprava v šejkru nebo míchací sklenici jako kombinace citrusové šťávy, cukrového sirupu a lihovony. Zdobí se citrusy, koktejlovou třešní nebo ananasem.

Zoom – jsou obvykle short drink podávané v koktejlce. Složení vždy smetana a med v kombinaci s nějakou lihovinou.

Při servisu všech nápojů platí, že se přikládá malý talířek na odklad sacích brček, míchátek, ozdob, zbytků ozdob a vloček. Pod samotný nápoj se vždy pokládá rozetka nebo ubrousek přeložený na malý trojúhelníček.

Říká se, že dobrý barman by měl mít v hlavě přes 50 receptur... Některé receptury jsou považovány za klasické a tedy i světoznámé :

Brandy Alexander, Black Russian, Bloody Mary, Daiquiri, Bronx, John Collins, Gin fizz, Manhattan, Margareta, Dry Martini, White Lady, Shirley Temple z oblíbených v Česku v posledních letech bych ještě zmínil B 52, Mojito, Caipirinha (selské pití), Cuba libre, Pina Colada a nápoje s příměsí recese Bavorák, Beton, Mozek, Švihák v jeteli, krvavé záda. Receptury míchaných nápojů jsou stále otevřené a čekají na kreativní jedince ...

Trendy v přípravě míšených nápojů

- výběr vhodného skla s důrazem na estetiku
- sklenice se plní po okraj, dopřáváme hostu pocit množství
- led je často součástí nápoje, používá se velké množství kvalitního ledu nebo tříšť
- do nápoje dáváme dvě stébla, většinou širší, slouží i k zamíchání
- ozdoby se používají z čerstvého ovoce, věšíme je na okraj skla
- používá se čerstvé ovoce, značkové sirupy, pestrobarevné likéry
- nápoj vždy pokládáme na rozetku, nebo podáváme ubrousek k otření rtů
- šejkr se stále více používá typu boston
- používají se prvky free stylu
- podáváme-li nápoj s ovocnou ozdobou, musíme dát hostu talířek na kůru

LIHOVINY

Alkohol, neboli **líh** je z hlediska chemie látka zvaná **ethanol** nebo také ethylalkohol.

Vodné roztoky, kde ethanol tvoří více než z 20 % jsou nazývány lihovinami.

Ethanol vzniká kvašením (fermentací) **některých cukrů**, nejčastěji glukosy a fruktosy, (hexosa, ketosa, glukopyranosa atd.) a to **za pomoci kvasinek**.

Výroba lihu

Líh pro potravinářské účely se vyrábí třemi způsoby kvašení z škrobnatých látek jako **bramborového škrobu, řepné melasy** apod. **Škroby** se za pomoci **enzymatických reakcí** přeměňují v **cukry** a z těch **kvašením vzniká ethanol**. **Ethanol od vody a pevných částí oddělíme destilací.**

Destilace – je dělení těkavých látek (ethanolu a vody) od netěkavých pevných částí.

Kapalná látka se přivede k varu a vznikají páry. Páry se vedou do chladiče, kde se sráží (kondenzují) a jednotlivé složky stékají odděleně. Tento postup se provádí opakovaně až třikrát, aby výsledný produkt byl co nejčistší. Tomuto opakování se říká rektifikace.

Při destilaci nebo-li rektifikaci vznikají destilační zbytky tzv. výpalky a destilát.

Destilát se člení na tři frakce :

Úkap – nebo-li předeck. Obsahuje množství těkavých látek (aldehydy, methanol, estery kyseliny octové) a jiné nepoživatelné, zdraví silně **škodlivé látky**.

Prokap – nebo-li jádro. Je to **surový líh**, který se dále čistí v rafinériích a vzniká líh Velejemný, jemný a technický.

Dokap – nebo-li doběžek . opět obsahuje **škodlivé látky** a proto se používá k dalšímu zpracování v chemickém průmyslu nebo zemědělství.

Výroba destilátů

Destiláty se připravují z cukernatých surovin a při výrobě je účelem nechat původní surovinu v chuti vyniknout.

Destiláty se připravují z ovoce, obilí a ostatních surovin.

Ovocné destiláty – mají u nás velkou tradici a nesou název po surovině.

Švestky – slivovice, jablka – jabkovice, hrušky – hruškovice, z hroznového vína – vinovice, Lze připravit destilát z jakéhokoliv ovoce, jeřabin, černého bezu apod.

Nebo jsou tyto destiláty připravovány z moštů, např. jablečný mošt – calvados, vína – brandy, cognac.

Obilné destiláty – jsou připravovány z obilného sladu. Při kvašení musí nejdříve enzymatickou reakcí dojít k přeměně škrobů na cukry. Ječmen – whisky, pšenice – vodka, kukuřice a ječmen – bourbounne, žito – režná,

Ostatní – vyrábí se ze surovin, které jsou pro nás exotické nebo jsou to suroviny hůře přiřaditelné k obilí nebo ovoci. Agáve – tequila, cukrová třtina – rum, jalovčinky a obilný líh – gin a množství dalších surovin jako svatojánský chléb palmový cukr atd.

Mnohé z destilátů jsou podrobeny **po destilaci procesu zrání** a bez tohoto procesu by byli prakticky nepoživatelné. Brandy a whisky zrají minimálně tři roky v sudech. Cognac i třicet let. Dřevo sudů dává destilátům barvu, chuť a zjemňuje je. **Doba zrání se odráží na kvalitě i ceně.**

Lihoviny lze podle procesu výroby rozdělit do těchto skupin

Lihoviny vyrobeny teplou cestou – líh je získán výše uvedenou destilací základní suroviny.

Lihoviny vyrobeny studenou cestou - smícháním lihoviny s upraveným obsahem alkoholu (např. na 40 %) s dalšími surovinami a takto upravená lihovina se dá odležet. Typickým produktem je gin. Kvasný líh se zředí měkkou vodou, smíchá s jalovčinkami a nechá se odležet v kamenných nádobách.

Dělení destilátů do skupin

Destiláty – ovocné, obilné, ostatní

Řezané destiláty

Konzumní lihoviny

Řezaný destilát – je připraven **smícháním** základní suroviny (např. **destilátu** z ovoce) **a lihu** v určitém poměru. Poměr může být dle zákona 1 : 1 nebo až 1 : 9. Poměr řezání a ton že se jedná o řezaný destilát musí výrobce uvést na láhvi. Cena řezaných destilátů by měla být nižší než destilátů. Řezání se používá právě ke snížení ceny, obzvláště u lihovin, které mají drahé nebo nedostupné suroviny (agáve – tequila).

Konzumní lihovina – je lihovina připravena **smícháním lihu, vody, barviv a esencí a aromat**. Typickým zástupce je tuzemák. Jedná se o levnější lihoviny, jejichž negativní dopad na zdraví konzumentů je vyšší než u čistých destilátů.

Metanol je pro člověka toxický. Náhodný příjem (konzumací, inhalací) vede k vážným intoxikacím v důsledku akumulace vysoce toxických metabolitů, tj. formaldehydu a formové kyseliny. Akutní otrava metanolem se obvykle projevuje bolestí hlavy, závratí, únavou, nauzeou, zvracením, modročerveným viděním, diplopií (dvojitým viděním), slepotou, může dojít až k úmrtí. Orální smrtelná dávka metanolu pro člověka je nižší než 1 mg/kg tělesné hmotnosti.

Metanol vzniká jako nežádoucí produkt při výrobě ovocných a zeleninových šťáv a to hydrolýzou metylesterových skupin v pektinech působením pektinesterázy (PE). Vyskytuje se proto přirozeně v nízké koncentraci v čerstvých ovocných šťávách a ve většině alkoholických nápojů.

Moje poznámky k výrobě a charakteristice destilátů

Vodka

Charakteristika:

Výroba:

Významné značky:

Gin

Charakteristika:

Výroba:

Významné značky:

Whisky skotská

Charakteristika:

Výroba:

Významné značky:

Whiskey irská charakteristika:

Výroba:

Významné značky:

Whisky & Whiskey stright charakteristika:

Výroba:

Významné značky:

Ostatní americké whiskey:

Kanadské whiskey:

Japonské whisky:

Ostatní destiláty:

Brandy charakteristika:

Výroba:

Významné značky:

Cognac charakteristika:

Výroba:

Významné značky:

Rum & Ron charakteristika:

Výroba:

Významné značky:

Tequila & Mezcal charakteristika:

Výroba:

Významné značky:

Výběrový seminář ke gastronomii

BARMANSKÝ KURZ

2017

Vyučující Mgr. Alexandr Burda

Vyučující cvičení: Bc. Jakub Orel a Bc. Adam Navrátil