

TRNKOVINY

22/13
22. vydání, zima 2013

RUDOLF JELÍNEK a.s.
Razov 472
763 12 Vizovice
Czech Republic
www.rjelinek.cz

- ▶ Bohemia Honey – novinka roku 2013 (str. 1)
- ▶ Každý má někde svoje Vizovice... (str. 1)
- ▶ Setkání se STROH v Tatrách (str. 2)
- ▶ EXPORT – destinace Vietnam (str. 2)
- ▶ MONIN na Slovensku (str. 2)
- ▶ EXPORT – Exotická destinace Ázerbájdžán (str. 2)
- ▶ Produkty společnosti Fratelli Branca máme na skladě! (str. 3)
- ▶ Představili jsme se na kongresu světové barmanské asociace IBA (str. 3)
- ▶ RUDOLF JELÍNEK CUP již po třinácté – tentokrát v německém Haselünne (str. 3)
- ▶ Přípravy na vizovické Trnkobraní 2014 v plném proudu (str. 3)
- ▶ Modrá je dobrá... (str. 4)
- ▶ Rekreačnímu areálu Kaminka byl udělen certifikát (str. 4)
- ▶ Českých 100 nej (str. 4)



Rekordní úroda švestek

Vpořádá již šestá sklizeň se zapíše nesmazatelně do historie naší firmy. Jedná se totiž o rekordní výsledek, pokud jde o množství ovoce.



Zákon o povinném značení lihu

Nová legislativa zásadním způsobem mění podmínky v našem oboru. Seznamte se s nejdůležitějšími částmi tohoto zákona.



Jdeme s dobou a novými trendy!

Konzumace whisky má na českém trhu rostoucí tendenci, proto na trh uvádíme americký bourbon Evan Williams.



R. JELÍNEK opět na PRAGUE BAR SHOW

Zúčastnili jsme se třetího ročníku přehlídky Znejnovějších trendů v nápojové gastronomii, která se konala na konci října v Praze.



Amerika očima prezidenta R. JELÍNEK USA, Inc.

Rozhovor s panem Neilem Holtzem prezidentem pro aktivity v USA o jeho životě a vztahu ke značce R. JELÍNEK.

Bohemia Honey – novinka roku 2013

Očekávanou novinkou letošního roku je bezesporu Bohemia Honey. Premiový výrobek, u kterého jsme téměř rok kombinovali, zkoušeli a testovali tu správnou souhru chuti, vůně a barvy. Výsledkem je plně přírodní produkt, který obsahuje vyvážené množství všech složek.

Spojuje tradiční chuť tříleté bílé slivovice, vůni švestek a jemnou chuť a vůni lipového medu. Ten je zastoupen ve vysokém podílu – litr výrobku obsahuje 130 gramů medu. Kvalita a výsledná chuť likéru je zaručena díky pečlivému výběru surovin, mistrovskému umu palírenských odborníků z Vizovic a dlouhodobému zrání. Netradiční vzhled a chuť podtrhuje tradiční design lahve – budík, typický pro výrobky značky R. JELÍNEK.

Ačkoli se na první pohled může zdát, že smíchat slivovici s medem není nic složitějšího, opak je pravdou. „V první fázi bylo nutné určit, jaké množství medu bude novinka obsahovat, abychom dosáhli optimální vyváženosti a jedinečnosti chuti.

V další fázi byl rozhodující výběr medu. Můžeme prozradit, že se nám neosvědčil med smíšený, lesní a ani speciality typu pohankového medu. Zeleňou dostal až med lipový, který zajistil v kombinaci se slivovici nejlepší chuť,“ popisují okolnosti přípravy novinky kolegové z útvaru výroby, kteří měli vývoj na starosti.

Slivovice i med jsou čistě přírodní produkty a specialisté firmy RUDOLF JELÍNEK proto museli navrhnout celý proces výroby tak, aby se v jeho průběhu ne-

vytvářely nežádoucích usazeniny. Med se ve slivovici zcela nerozpustí, pouze se dlouhodobě maceruje a tím předá nápoji svou chuť a vůni. Jeho nerozpuštěné zbytky se následně odfil-



trují. O příjemnou nazlátlou barvu

se pak postará kapka karamelu. Poté nápoj zraje v tancích, kde dojde ke sladění chuti a vůni a „zakalacení“ likéru.

Přestože slivovice míchaná s medem není v české kotlíně úplnou novinkou a podomácku se stále někde připravuje, RUDOLF JELÍNEK se nechal k její výrobě inspirovat až za oceánem. Obchodníci společnosti sledují trendy na klíčových světových trzích a neuniklo jim, že v USA již nějakou dobu roste obliba lihovin s medovou příchutí. „Přestože chuťte zákazníkům se na jednotlivých trzích liší, považujeme to za trend, který by mohl dorazit i k nám. Chtěli jsme být o krok před českou konkurencí a nabídnout zdejšími zákazníkům něco jedinečného, co si je získá svou výjimečnou chuť,“ vysvětluje Zdeněk Chromý.

Dalším záměrem bylo vyvinout nápoj, který by oslovil i zákazníky nepatřící mezi tradiční konzumenty slivovice. Šlo o to, nabídnout jim jemnější chuť doplněnou příjemnou vůní medu.

Petra Jurečková

Vážení kolegové, přátelé,

díky Vaší důvěře, tedy našich věrných zákazníků a práci celého kolektivu firmy RUDOLF JELÍNEK můžeme rok po nejvážnějším zásahu do celého sektoru výroby lihovin konstatovat, že jsme vše překonali a opět se dostali do černých čísel. Za těmito slovy se však skrývá nesdělitelné množství vynaložené práce, energie a času. Nicméně je patrné, že podnikání v této oblasti bude navždy jiné a poznamenané snad pozitivními změnami zákonů, ale také změnou zákaznických návyků. Rozhodně je jisté, že musíme o důvěru zákazníků a našich partnerů na zmenšujícím se trhu bojovat s ještě větším úsilím, a co neefektivněji vynakládat omezené zdroje, které máme k dispozici. Navzdory všem našim nedokonalostem však věnujme, že všichni pracujeme pro značku R. JELÍNEK s hrdostí a potěšením.

Jednou z největších letošních radostí je nejvyšší a nejkvalitnější sklizeň v našich vizovických sadech a také realizovaná investice do dalších pozemků, tentokrát v Kostelanech, kde v příštím roce začneme vysazovat třešňové sady. Plně očekáváni na Vaše reakce Vám přinášíme nový výrobek Bohemia Honey, který je vlastně jako lék na Valašku proěřený generacemi. Jistě jste zachytili moderní Pear vodku a jsem rád, že na zabijačce jsme – my Spolkaři – vybrali Čačanskou lepoticu. Také jsem pro tuto sladkou jednodruhovku hlasoval a nachystal jsem jí místo ve svém boxu!

Zapojili jsme se také do přepisování mapy českého a slovenského trhu a převzali jsme distribuci vybraných značek, které snad vhodně doplňují náš sortiment. Vyzkoušejte!

Bylo mi ctí a potěšením zároveň s celým tradičním týmem externích kolegů i spolupracovníků z firmy připravovat a realizovat podnikovou prodejnu s degustačním barem v Brně. Věřím, že budeme vidět a budeme Vám blíže. Snad budu moci za rok totéž napsat i o našem projektu v Praze.

Konečně jsme uzavřeli projekt rekonstrukce stáčírny, renovovali jsme druhý logistický sklad a vrátili jsme veškerou distribuci do Vizovic.

Dále... ale to už si nechám na příště. To nejdůležitější na závěr. Děkuji všem zákazníkům, obchodním partnerům a veřejnosti za podporu firmy a jejich výrobků a služeb. Děkuji všem svým kolegům za jejich pracovní nasazení, výdrž a práci pro společnost v roce 2013! Přeji Vám pohodové a krásné Vánoce strávené se svými blízkými, veselého Silvestra a především zdraví a energii do nového roku 2014!

Váš,

Pavel Dvořáček, Vizovice, 9. 12. 2013

Každý má někde svoje Vizovice...

Stylový interiér, vůně slivovice a přátelská atmosféra... tak by se daly několika málo slovy popsat první mimovizovické prostory společnosti RUDOLF JELÍNEK a.s. Jde o firemní značkovou prodejnu a degustační bar, které byly oficiálně otevřeny 8. listopadu 2013 na adrese Jezuitská 582/17, Brno.

Kromě produktů značek R. JELÍNEK a Metelka jsou zde k dostání i distribuované značky Berentzen, Stroh, Heaven Hill, Branca aj. V degustační části baru lze tyto produkty ochutnat a v prodejně je lze zakoupit.

Vyzkoušet můžete ale i jiné výrobky, např. vybrané druhy masných specialit

od společnosti MP Krásno, a.s., sýry od společnosti Orrero a.s., špičková vína značky Zlomek & Vávra, doutníky Davidoff a také různé druhy čokolád, sušeného ovoce, marmelád a cukrovínek. Pochutnat si můžete na výborné kávě La Borsa se zákusky, pro zahřátí si můžete objednat třeba Horké hrušky, Valašský čaj, Pra-

děd coffee, horké Bombardino nebo vinný punč.

Prostory byly navrženy Ing. Arch. Janem Konečným a interiér připomíná cestu ovoce až k samotnému destilátu. Tento příběh začíná v levé části degustačního baru, kde se nachází osvětlení designované jako ovocné stromy s žebříkem, s jehož pomocí

lze v našich představách toto ovoce sbírat, ve střední části prostor je umístěn destilační kotol, kde se sesbírané ovoce vydestiluje a v pravé části prodejny jsou již umístěny hotové produkty připravené k prodeji.

Kromě příjemného posezení s přáteli pro Vás v prostorách firemní prodejny uspořádáme řízené degustace ovocných destilátů, whisky nebo dalších výrobků dle Vašeho výběru, slepé degustace a degustační zkoušky a dle přání pro Vás zorganizujeme firemní, společenské nebo rodinné akce.

Tímto Vás srdečně zveme na návštěvu do našich brněnských Vizovic, přijďte se k nám podívat, nasát atmosféru a ochutnat něco výborného...

Markéta Matějčková



OTEVÍRACÍ DOBA:

PONDĚLÍ	zavřeno
ÚTERÝ	11.00 – 19.00
STŘEDA	11.00 – 19.00
ČTVRTEK	11.00 – 20.00
PÁTEK	11.00 – 23.00
SOBOTA	15.00 – 23.00
NEDĚLE	zavřeno

Kontaktní údaje: tel. 702 292 547,
e-mail: prodejna@rjelinek.cz.

Zákon o povinném značení lihu č. 307/2013 Sb.

Pro nás je zásadní především nový zákon o povinném značení lihu. Jaké změny přináší? Zavádí statut distributora, který musí podat přihlášku k registraci. Toto je nová povinnost, kterou předchodí zákon neřešil. Znamená to, že od 1. 12. 2013 musí každý distributor (velkoobchod), který prodává lihoviny i osobám, které nejsou konečnými spotřebiteli, podat do jednoho měsíce přihlášku k registraci a složit kauci 5 mil. Kč, dále musí zasílat denní report o všech prodejkách a převezech lihovin a také musí požádat o novou koncesi.

Samozřejmě, že stejné povinnosti čekají i na výrobce. Subjekty povinné značit lih platí kauci ve dvou úrovních dle počtu kontrolních pásek. Výrobce, který si ročně nárokuje do 25 000 kolků, platí kauci ve výši 500 tis. Kč. Nad 25 001 kusů kolků je kauce stanovena na 5 mil. Kč. Další povinnosti jsou totožné jako u distributora. Povinnost se registrovat do tří měsíců, posílat denní report a požádat o vydání nové koncese. Výrobce je nově stanovena také povinnost vybavit kamerovým systémem místo, kde dochází k aplikaci kontrolní pásky a to tak, aby mohl celní úřad místo nepřetržitě monitorovat.

Nová koncese není upravena zákonem o značení lihu, ale živnostenským zákonem.

Nová legislativa zásadním způsobem mění podmínky v našem oboru. Čekali jsme na ni dlouho a vznikala na pozadí zásadních politických událostí, nakonec ji schválila poslanecká sněmovna těsně před svým rozpuštěním. Věříme, že přinese změny, které povedou ke zkvalitnění podnikatelského prostředí v oblasti výroby lihovin.

Dle novely byla výroba lihovin rozšířena i o jejich prodej. Takže tuto koncesi musí mít výrobci, distributoři i koneční prodejci. Důvodem je evidence všech podnikatelů, kteří vyrábí a prodávají alkohol. Tato evidence dosud neexistovala a např. při řešení metanolové aféry v minulém roce chyběla. Termín pro získání nové koncese je do poloviny dubna příštího roku.

Vrátíme – li se zpět z našeho pohledu k nejdůležitějšímu zákonu o značení lihu, nových povinností a změn je samozřejmě více. Dochází k omezení velikosti spotřebitelského balení lihovin. Nově může mít balení objem maximálně tři litry a v případě objemů nad jeden litr musejí být obaly pouze skleněné. V gastrozařízeních se mohou rozlévat pouze lihoviny v maximálním objemu jeden litr a na každém baru může být otevřena pouze jedna láhev od jednoho druhu, nebo mohou být otevřeny až tři láhve stejného balení, ale to pouze v případě, že tyto láhve jsou opatřeny jednocestným uzávěrem. Důležitou povinností gastrozařízení

je také to, že při otevření lahve budou muset dbát na to, aby nebyl porušen QR kód umístěný na kolkou. Ten musí zůstat čitelný pro případnou kontrolu celního úřadu.

V novém zákoně byl také snížen objem spotřebitelského balení, který musí být opatřen kolkem, nyní je to od objemu 0,06 litru.

V rámci platnosti nového zákona vzniknou také dva veřejně přístupné registry na portálu generálního ředitelství cel. Registr kontrolních pásek, kde budou evidovány všechny kontrolní pásky, které byly převzaty výrobcem ke značení a také informace, které kontrolní pásky byly např. zničeny nebo vráceny. Druhým registrem je registr osob povinných značit lih a distributorů lihu. V něm budou informace o všech výrobcích

a distributorech, kteří mají platnou registraci, ale také o těch, kteří o registraci z jakéhokoliv důvodu přišli. Důvodem je to, aby docházelo k převodu a prodeji lihu pouze mezi subjekty, které mají platnou registraci. Povinnost sledovat tyto údaje mají samotné subjekty.

Nové kontrolní pásky je možné aplikovat od 1. 12. 2013. Po tomto datu jsou již staré pásky neplatné a musí být vráceny na celní úřad. Nicméně hotové výrobky bude možné uvolňovat od výrobců (osob povinných značit lih) do volného daňového oběhu se starou kontrolní páskou ještě po dobu devíti měsíců (do konce srpna 2014).

Tento zákon se také přísněji staví k porušení povinností a sankce jsou opravdu citelné. V případě, že byla lihovina prodána nebo nakoupena v rozporu se zákonem např. prodej neregistrovaným distributorem nebo osobou povinnou značit lih nebo nákup

od těchto osob, je tento lih považován za neznačený i v případě, že by byla lihovina opatřena kontrolní páskou. Takové počínání je kvalifikováno jako nakládání s neznačeným lihem a pokuta se může vyšplhat až do výše 5 mil. Kč, navíc s možným uložením zákazu činnosti až na dva roky. Stejně tak i neoznámení prodeje (tzn. nesplnění oznamovací povinnosti) je podle zákona kvalifikováno jako nakládání s neznačeným lihem a viníkovi hrozí pokuta do 5 mil. Kč a možný zákaz činnosti až na dva roky.

Praktické záležitosti týkající se přímo kontrolních pásek řeší prováděcí vyhláška č. 334/2013 Sb. Zde dochází k zásadní změně v tom, že kontrolní pásky jsou označeny dvěma kódy – evidenčním dvanáctimístným kódem a individuálním osmimístným kódem. Evidenční kód ve svém posledním čtyřčíslí nese informaci o obsahu absolutního alkoholu umožňující stanovení základu spotřební daně a individuální kód bude tvořit jedinečný kód, který bude přiřazen vždy jedné kontrolní pásce.

I z tohoto stručného souhrnu je patrné, že tento nový zákon se dotkne všech podnikatelů v oblasti výroby a prodeje alkoholu. Doufáme, že se co nejrychleji převede do praxe a stane se účinnou normou regulující podnikání v tomto oboru. Jiří Koňařík

MONIN na Slovensku

Společnost RUDOLF JELÍNEK Slovakia, s.r.o. úspěšně distribuuje výrobky MONIN na Slovensku již celých 12 let. Za toto období prodala téměř půl milionu lahví profesionálních barmanských sirupů, likérů a pyré.

Důležitou událostí vzájemné spolupráce v tomto roce bylo podepsání nového (přímého) kontraktu na další období. Jak můžete vidět na fotografii, jednání se zúčastnili zleva Eric Bouton (Export Area Manager), Lubomír Čul (obchodní ředitel RUDOLF JELÍNEK

Slovakia, s.r.o.), Pavel Dvořáček (generální ředitel RUDOLF JELÍNEK a.s.), Olivier MONIN (prezident společnosti MONIN) a Zdeněk Chromý (manažer pro strategický rozvoj).

Tento krok byl vyústěním a zpečetěním dlouhodobé spolupráce. Věříme, že bude mít pozitivní vliv a díky němu se výrazně zjednoduší a urychlí cesta výrobků k zákazníkovi. Lubomír Čul



Rekordní úroda švestek z našich sadů

Letošní v pořadí již šestá sklizeň se zapíše nesmazatelně do historie naší firmy. Jedná se totiž o rekordní výsledek, pokud jde o množství sklizeného ovoce. Celkově jsme v období od 5. 8. do 8. 10. 2013 sklídili 435 tun švestek. Největší výnosy jsme zaznamenali u odrůd Čačanská lepotica a Gabrovská. Naopak za svým maximem zůstala odrůda Stanley.

Na sklizni se podílelo až 40 zaměstnanců, kteří denně načesali v průměru sedm tun ovoce. V první fázi používali mechanický setřasač a následně bylo nutné švestky dosbírat ručně. Start sklizně poznamenala silná vichřice, díky níž popadala téměř polovina švestek nejranější odrůdy Katinka.

Celkově se sezóna vydařila a našim neskromným přáním je, aby ta následující



ci byla z hlediska výnosů a kvality ovoce ještě lepší. Máme k tomu hned dva předpoklady. Pečlivě se o sady staráme a všechny stromy ještě neplodí naplno. Jak tento stav nastane, můžeme se dočkat sklizni, které budou i přes 500 tun. Jiří Koňařík

EXPORT – exotická destinace Ázerbájdžán

Ne každý cestuje do Ázerbájdžánu a ne každý prodává své výrobky do této středoasijské země. Jiný kontinent, jiná kultura, jiné náboženství – můžeme tak tuto zemi z našeho pohledu označit za exotickou.

Od letošního podzimu se Ázerbájdžán zařadil na mapu exportních teritorií naší společnosti. Ve spolupráci s ázerbájdžánsko-českou obchodní komorou jsme podepsali smlouvu s novým ob-

chodním partnerem, ázerbájdžánskou společností BAZIS-TA.

Po obdržení kolků a jejich aplikaci na láhve byla připravena historicky první dodávka do tohoto teritoria. Zásilku tvořily především lihoviny Moravské řady a dále vodka a Plum vodka.

Věřím, že si naše produkty najdou své ázerbájdžánské klienty, a na tuto předvánoční dodávku navážeme další a rozšiřující se spoluprací. Martin Déva

EXPORT – destinace Vietnam

V roce 2007 jsme historicky poprvé uskutečnili vývoz našich výrobků do Vietnamu. Po ukončení činnosti původního partnera jsme se na tento rozvíjející se trh vrátili a ve spolupráci s VN fórem jsme obnovili dodávky novému partnerovi.

V letech 2007 – 2008 směřovaly do Vietnamu zejména exkluzivní kosher destiláty. Aktuálně jsme do sortimentu začlenili jak běžnější

lihoviny jako Dry Gin, Vodka a 3letou Gold Cock Whisky, tak i v Asii oblíbené bylinné likéry se standardní lihovitostí jako Praděd a Praděd Bitter, ale i silný Absinthe Premium 70%.

Ve spolupráci s naší společností vietnamský partner vybavil show room (viz fotografie), který slouží pro velkoobchodní partnery. Zahájení prodeje bylo uvedeno slavnostním otevřením za přítomnosti úředních, vojenských a společenských autorit z města Vinh i provincie Nghe An, a taktéž velvyslance ČR ve Vietnamu pana Mgr. Martina Klepetka.

V současné době náš partner buduje bar ve stylu R. JELÍNEK a ten bude sloužit jednak přímému prodeji hostům, a také maloobchodnímu prodeji ve městě.



Setkání se STROH v Tatrách

V září to byl rok, co jsme se naplno opěli do distribuce produktů STROH jak na českém, tak na slovenském trhu. Naše společné výročí jsme „oslavili“ od 17. do 19. září 2013 pracovním setkáním se zástupcem firmy STROH Austria GmbH panem Dominikem Mattemsem. Jak se na nás sluší a patří, chtěli jsme mu ukázat ze svého ročního snažení co nejvíce, a tak jsme se vypravili do Tater. Tam jsme navštívili obchodní partnery a prodejní místa, společně jsme proškolili barmanský tým tamější sítě luxusních hotelů a promýšleli další kroky naší spolupráce. S jistotou můžu říci, že STROH je v Tatrách k zakoupení opravdu téměř všude, dokonce i v nejvýše položeném baru v nadmořské výšce 2 634 metrů na Lomnickém štítě. Petra Juráňová

Produkty společnosti Fratelli Branca máme na skladě!

Již v minulém čísle Trnkovin jsme avizovali nově přichozí produkty do našeho portfolia z italské společnosti Fratelli Branca. Nyní Vás, milí čtenáři, můžeme informovat, že produkty máme na skladě a začali jsme v listopadu s jejich prodejem.

Vyzkoušejte nezapomenutelnou chuť tradičního Fernetu Branca! Hořký bylinný likér je vyrobený macerací více jak 40 bylin, koření a kořenů. Suroviny použité při jeho výrobě pocházejí ze čtyř kontinentů. Finální chuť Fernetu Branca dodává pomalé roční zrání v dubových sudech. Neobsahuje žádná dochucovadla, barviva, ani umělé přísady. Recept připravil Bernardino Branca v roce 1845 a dodnes je přísně střeženým rodinným tajemstvím. Fer-



net Branca je jediným bitterem na trhu, který je tak dlouho stařen v dubových sudech. Jeho vlastnosti určuje Aloe a pryskyřice, která prochází procesem tepelného zpracování a díky staření v sudech změni své sensorické vlastnosti. Dlouhé období usazování je nezbytné pro dosažení chuťového zaobalení, které fernet de facto určuje. Fernet Branca je druhý nejprodávánější bitter na světě. Je distribuován ve více než 160 zemích světa.

Letním trendem mezi mladými bylo pít Fernet Branca s kapkou mátového sirupu. Branca se tímto nechal inspirovat a rozhodl se vyvinout a následně produkovat likér Brancamenta. Základem likéru je Fernet Branca doplněný esenciálními oleji máty, které jsou přímo extrahované z rostlin máty, celý produkt je přírodního charakteru.

Dalším z produktů našeho italského partnera je likér Caffè Borghetti. Jedná se o kávový likér, jehož základem je pravé italské espresso, obsahuje skutečnou kávovou zrna, která jsou pražena v daném stupni vlhkosti a to po dobu, která byla doladěna v průběhu téměř 150 let zkušeností. Použitá káva je jemná směs Arabica, pěstovaná ve vysokých nadmořských výškách v Jižní Americe, a Robusta z Afriky. Káva Arabica je jemná a mírná, ale bohaté chuti. Smícháním s vysoce kvalitními zrny kávy Robusta dodává likéru hloubku a konzistenci. Likér lze podávat mnoha různými způsoby. Při pokojové teplotě, teplý, nebo s ledem jako osvěžující drink pro teplý letní den.

Petra Jurášková

Jdeme s dobou a novými trendy!



Konzumace whisky má na českém trhu rostoucí tendenci. Naše společnost proto neváhá a uvádí na trh americký bourbon Evan Williams. Tento produkt je druhou nejprodávánější značkou na trhu USA a pochází z výroby společnosti Heaven

Hill se sídlem v Kentucky. Při výrobě se již od roku 1783 používá stejný starodávný proces a tradiční recept, dle kterého destiloval bourbon sám Evan Williams, jehož jméno značka nese.

Kromě bourbonu Evan Williams Black s klasickou příchutí se v našem novém portfoliu setkáte s trendovými ochucenými bourbony – Honey a Cinnamon. Ochucené Evan Williams bourbony jsou postaveny na úspěchu řady Evan Williams a jsou vyrobeny ze samých přírodních ingrediencí. Obsahují extra stařený bourbon, který je v Evan Williams Black a který jim dodává nasládlou chuť. Evan Williams Honey je se skutečným přírodním medem, zatímco Evan Williams Cinnamon je naplněn přírodním, teplým aroma skořice.

Vedle bourbonů Evan Williams se v naší nabídce objeví také speciální a prémiové bourbony a whisky Elijah Craig a Rittenhouse.

Petra Jurášková

RUDOLF JELÍNEK CUP již po třinácté – tentokrát v německém Haselünne

Hostitelskou zemí 13. ročníku mezinárodní barmanské soutěže profesionálních barmanů RUDOLF JELÍNEK CUP se stalo v roce 2013 Německo, přesněji městečko Haselünne. Díky vstřícnosti německé společnosti BERENTZEN-Gruppe AG, obchodního partnera firmy RUDOLF JELÍNEK, se soutěž konala přímo v prostorách sídla společnosti.

Soutěž se stala pro řadu soutěžících spravedlivým setkáním se svými kolegy ze zemí střední Evropy, kde



mohou poměřit své výkony – tentokrát se soutěže zúčastnila barmanská špička z České republiky, Slovenské republiky a Polska.

Barmanské klání probíhalo dne 10. září 2013 ve dvou kategoriích – CLASSIC a FREE STYLE. Hlavní povinnou suro-

vinou pro přípravu koktejlů byly dva nové produkty – PEAR VODKA (R. JELÍNEK) a PUSCHKIN WHIPPED CREAM (Berentzen).

Výkony všech soutěžících posuzovala odborná porota – v ní měli své místo také Aleš Svojanovský (prezident české bar-

manské asociace CBA), Tomáš Zahradil (člen české barmanské asociace CBA a vedoucí sekce Mistr kávy), Milan Šefc (viceprezident slovenské barmanské asociace SkBA) a Piotr Dzadkovic (viceprezident slovenské barmanské asociace SkBA).

Nejvyšší ohodnocení nakonec získal díky svému skvělému výkonu Martin Vogeltanz (Česká republika), který celé soutěži kraloval – prvenství totiž získal hned v obou kategoriích – CLASSIC i FREE STYLE. Pohár pro vítěze převzal z rukou zástupců společnosti RUDOLF JELÍNEK (Lubomír Čul, obchodní ředitel RUDOLF JELÍNEK Slovakia a ředitel soutěže) a Berentzen (Torsten Timm, general manager Berentzen Distillers Export Divison).

Svému českému kolegovi hned na místě mezi prvními poblahopřál také Achim Šipl, VIP host soutěže a aktuální mistr světa. Mezi soutěžícími se však neztratil ani zástupce slovenského Jelínka – Tomáš Gyen obsadil skvělé druhé místo v kategorii FREE STYLE.

Irena Konečná

Přípravy na Vizovické Trnkobraní 2014 v plném proudu

Vizovické Trnkobraní již neodmyslitelně patří k Vizovicím a především k naší firmě. Příprava každého ročníku započne hned po skončení toho předcházejícího, a proto Vám již teď můžeme odhalit část interpretů, kteří vystoupí na pódiu v roce 2014. S kým se příští rok na Vizovickém Trnkobraní setkáte, můžete průběžně sledovat na webu Trnkobraní. Už nyní se můžete těšit například na Tomáše Kluse, Anetu Langerovou, skupiny Tři sestry, Desmod, Mňága a Žďorp nebo Iné Kafe. Se svým zábavným programem opět vystoupí i uskupení Komici s.r.o.

Vstupenky na Vizovické Trnkobraní 2014 máte možnost zakoupit již nyní. V měsíci prosinci za speciální cenu 400 Kč. Bližší informace naleznete na www.vizovicketrnkobraní.cz.

Markéta Matějčková

PRAGUE BAR SHOW 2013



Ve dnech 29. až 30. října se na Novoměstské radnici v Praze uskutečnil již třetí ročník Prague Bar Show. Tuto přehlídku nejnovějších trendů v nápojové gastronomii si nenechalo ujít 1 650 návštěvníků, kteří shlédli 118 značek od 45 výrobců a distributorů.

Mezi vystavovateli nechyběla ani naše společnost, která zde prezentovala nejen své tradiční výrobky, ale také distribuované značky od společností Branca a Heaven Hill.

Každá ze značek měla vlastní stánek a nápojoví specialisté mohli ochutnat ne-

jen čistou formu výrobků, ale především i míchané nápoje. Velký úspěch sklídil bourbon Evan Williams a Fernet Branca. Za výrobky značky R. JELÍNEK Vizovická slivovice a novinka Bohemia Honey, která byla právě zde uvedena na trh. V rámci připravené show se stala součástí zmrzliny, kterou návštěvníci přivítali jako příjemné zpestření a osvěžení. Působivě vypadala i příprava míchaného nápoje s názvem Moravský kohout, jehož základem je slivovice, Fernet Branca a Antica Formula.

Účast na Prague Bar Show pro nás byla velmi přínosná a to nejen z důvodu prezentace našich výrobků, navázání dalších obchodních kontaktů, ale především z pohledu spoluúčasti na zvyšování úrovně gastronomie v České republice.

Petra Jurečková

Představili jsme se na kongresu světové barmanské asociace IBA

Od 16. do 22. srpna se konal v pražském hotelu Hilton světový barmanský šampionát a zároveň již 62. mezinárodní kongres barmanské asociace IBA. Celkem ho navštívilo 550 účastníků z 64 zemí světa. O titul mistra světa soutěžilo 156 barmanů v kategoriích CLASSIC a FLAIR.

I naše společnost se mohla pyšnit zastoupením v tomto šampionátu. Želízkem v ohni byl Tomáš Gyén, náš obchodní zástupce pro Slovensko, který v kategorii FLAIR předvedl velmi sympatický výkon. Bohužel na prvních deset nejlepších to nestačilo, snad to vyjde příště.

Podíleli jsme se také na několika významných momentech v průběhu celého

týdne. Jedním z nich byl „welcome drink“ v podobě hruškovice na letišti Václava Havla. Zde jsme společně s dalšími zástupci za zvuku hudby přivítali nejen prezidenta IBA, ale dalších zhruba 400 účastníků. Všichni měli možnost ochutnat náš vynikající hruškový destilát, který byl servírován jako rituál s hruškou.

Naši společnost jsme po celou dobu konání kongresu prezentovali ve foyer hotelu Hilton. Zde se účastníci i široká veřejnost mohli seznámit s našimi výrobky, ochutnat je a také se dozvědět základní informace o firmě a připravovaných novinkách. Největší úspěch z námi představených produktů měla Vizovická slivovice a tradičně již Hruškovice Williams.

Jan Dozřaba



Amerika očima prezidenta R. JELÍNEK USA, Inc.



Neil Holtz, viceprezident pro aktivity v USA.

První otázka je zřejmá. Kdy a jak začala Tvá spolupráce s firmou RUDOLF JELÍNEK a.s. na trhu USA?

Asi šest měsíců před odchodem do důchodu ze společnosti William Grant s USA (pozn. importní společnost výrobce whisky W. Grant s) jsem zjistil, že se RUDOLF JELÍNEK snaží vrátit na trh USA. Poté jsem zkontaktoval osobu, která v té době zastupovala na americkém trhu značku R. JELÍNEK. Společně jsme jeli do Vizovic, kde jsem byl představen vrcholovému vedení firmy. A je pravdou, že toto jednání nakonec vyústilo ve velmi výjimečný vztah, který s vedením máme dodnes. A právě na tomto jednání jsem již navrhl, aby RUDOLF JELÍNEK vyvinul Plum vodku.

Brzy jsem byl přijat na pozici viceprezidenta pro aktivity v USA. Vždy jsem se považoval za člověka s citem pro budování značek a marketing, proto pro mě toto spojení bylo obzvláště naplňující. Také bylo velmi důležité, že jsem z předchozích dvou zaměstnání měl dobré vztahy s distributory, z nichž mnozí poté začali reprezentovat značku R. JELÍNEK ve svých oblastech.

Slyšel jsi tehdy o značce R. JELÍNEK poprvé, nebo ses s ní „setkal“ již dříve ve svém profesním životě?

Jako malý kluk jsem zmínku o značce R. JELÍNEK určitě doma slyšel. Jsem si ale jist, že jsem to v té době neregistroval natolik, abych věděl, co to Jelínek vlastně je. Musíš si uvědomit, že jsem se narodil v Newarku v New Jersey a žil jsem až do svých 12 let mezi mnoha (židovskými) příbuznými. Společně jsme, jako velká rodina, slavili mnohé svátky, včetně svátku Pesach. Newark v té době byl a stále je největším městem v New Jersey s obrovskou židovskou populací.

Když se dostáváme k Tvému dřívějšímu „alkoholovému životu“, poděl se s námi o svou kariéru. Pokud si dobře vzpomínám, Váš rodinný byznys v tomto oboru začal akvizicí distribuční společnosti na Floridě od rodiny Kennedy (pozn. pozdějšího prezidenta USA) v průběhu 40. let minulého století?

Tím, že mé kořeny jsou spjaty se světem prodeje alkoholických výrobků, bylo prakticky nevyhnutelné nejtít ve šlépějích svého otce, všech jeho bratrů a celé naší rodiny s mnoha generacemi strýců a bratranců. Moje rodina se ve světě alkoholických nápojů pohybuje od 20. let (během prohibice), až do dnešní doby v pozici importéra, výrobce a velkoobchodníka. V roce 1933 (po prohibici), kdy se alkohol stal legálním artiklem, se moje rodina stala exkluzivním importérem značek jako Contreau, Piper Heidsieck a Remy Martin. V roce 1947 naše rodina koupila od Kennedyů importní společnost, která se zabývala především dovozem whisky, např. Haig whisky a Gordon s Gin. Následně v roce 1951 získala i distribuční práva pro Martini & Rossi. Když společnost ke konci 60. let odkoupila Medley Distilling Company, byl jsem zvolen generálním ředitelem a rozšířili jsme své podnikání z domácího trhu na trhy země západní Evropy, Austrálie a Nového Zélandu.

Naše rodina dovážela zboží až do roku 1986, poté jsem podepsal kontrakt se společností William Grant & sons na pozici viceprezidenta prodeje a marketingu pro speciální prodej na trhu USA. Svě angažmá jsem ve Wm Grant s ukončil v roce 1999 a jak vždy říkám svým blízkým, opravdu v důchodu jsem byl pouze asi šest hodin, než jsem založil společnost Melrose Hou-

se LLC, soukromou firmu se zaměřením na poradenství a broker byznys.

Jednoduchá otázka, těžká odpověď: Jak bys popsal pozici značky R. JELÍNEK na trhu USA?

Ve svém velmi specifickém segmentu mají produkty značky R. JELÍNEK pověst velmi kvalitní a prémiové řady výrobků. To, co začalo prodejem pouze dvou typů slivovice (5letá a zlatá 10letá košer slivovice) se již vyvinulo v řadu s osmi výrobky, a dalšími, které se k ní brzy připojí. Velká většina distributorů značky R. JELÍNEK už pracuje minimálně s pěti produkty.

Jakožto „otec“ konceptu Plum vodky, jak vidíš budoucnost tohoto výrobku?

S více než dvěma tisíci značkami vodek je trh USA přirozeně velmi tvrdý a protože každý distributor reprezentuje několik značek vodky, je konkurence ještě tvrdší. Co situaci Bohemia Plum vodce nezjednodušilo, je její transparentní lahev, která v záplavě minimálně 20 značek vodek v průměrném baru zapadá. Proto doufáme, že její nový modrý design spolu s kvalitou vodky a její specifickou chutí zajistí zvýšení prodeje.

V současné době jsou produkty značky R. JELÍNEK k dispozici ve více než 30 státech USA. Je budoucí růst prodeje závislý na rozšíření distribuce do jiných států, nebo na současných trzích?

V průběhu uplynulých osmi let náš byznys pravidelně každoročně rostl a myslím, že i s našimi novými produkty máme dů-

vod věřit, že tento trend bude pokračovat.

Je velmi těžké předpovídat, jak se budou prodeje značky R. JELÍNEK vyvíjet, měli bychom jednoduše věřit, že trend růstu bude pozitivní a zvyšující se. S jistotou si dovoluji tvrdit, že budoucí růst prodeje Slivovice košer 5leté a Hruškovice Williams košer je limitovaný. Nicméně růst jiných výrobových řad je neomezený, protože jsou směřovány do hlavních a růstových segmentů trhu. Došlo ke změně positioningu, tedy tržního umístění, košer Slivovice zlaté 10leté a je nyní prezentována jako brandy, což je velmi silná kategorie v USA. Důležitými faktory úspěchu tohoto prémiového výrobku je její stáří, tedy 10 let a obsah alkoholu 50 % (v USA 100 proof), z nichž oba údaje jsou na etiketě zásadní. Navíc již nyní má své věrné zákazníky a snad jich ještě spousta přibude.

Produkt, který naopak nemá prakticky žádné omezení růstu je vodka. Navíc nyní jdeme do boje i s Gluten Free vodkou, která nás zásadně odlišuje od většiny ze zmiňovaných dvou tisíc značek vodek na trhu. Tento marketingový tah nám otevírá dveře k opravdu unikátní pozici na trhu. Bohemia Plum vodka navíc posílí i díky zmiňované změně designu. Bohemia Honey je prozatím příliš novým produktem, ale pokud se dá soudit z reakce velkoobchodníků, měla by být velmi dobře přijata trhem a snad i spotřebiteli.

Jen pro představu, jak v současnosti vypadá trh USA (např. celková velikost trhu, který z trhů je největší, největší distributoři, kategorie, trendy v konzumaci aj.)?

Jedno slovo, které by nejlépe charakterizovalo trh s alkoholickými nápoji v USA je „obrovský“. V USA existují značky, kterých se prodávají miliony kartonů ročně a k tomu velké značky vín a piva. Přirozeně, dolarové tržby jdou ruku v ruce se zmiňovaným množstvím prodaných kartonů. Průzkumy ukázaly, že společnosti z oblasti alkoholických nápojů odvádí více daní státu než je daň z příjmu odvedená firmami a fyzickými osobami.

Vodka je zdaleka tou největší kategorií, kategorie bourbonů a whisky začíná znovu obnovovat svou ztracenou popularitu. Největším trhem je samozřejmě Kalifornie s 35 miliony obyvateli a New York.

Celkový počet velkoobchodů s alkoholickými nápoji se v posledních 20 letech značně snižoval, kdy čtyři velké korporace konsolidují a nakupují menší konkurenty. Tito největší hráči, kteří figurují na většině trhů, jsou: Southern Wine and Spirits, National Distributing Co., Charmer-Sunbelt a Glazers. První tři výše jmenovaní zastupují značku R. JELÍNEK v jednom nebo více státech. Glazers bude Jelínka brzy distribuovat v Illinois, kde aktuálně uzavřel partnerství s naším současným distributorem, firmou Stoller.

V následujících týdnech představí R. JELÍNEK USA nový produkt BOHEMIA HONEY. Od tohoto produktu si hodně slibujeme. Bereš ho jako potenciální milník pro R. JELÍNEK v USA?

Vždy hledáme a vyvíjíme nové produkty s vírou, že trefíme „jackpot“. Ano, věříme, že BOHEMIA HONEY má potenciál stát se velmi úspěšným produktem. Má zvučné jméno, máme dostatečné zastoupení na klíčových trzích a samotný produkt je skvělý, jak tady říkáme: „It is in the bottle.“ Pokud se z BOHEMIA HONEY milník nestane, rozhodně bude důležitým prvkem v portfoliu pro R. JELÍNEK USA i distributory.

Prý, kdybys hrál golf, nebylo by k tvému 15letému „sňatku“ se značkou R. JELÍNEK nikdy došlo. Jaké jsou tvé záliby, kromě značky R. JELÍNEK?

Tato značka má na trhu USA světlou budoucnost a bude stále více růst. Vzhledem k tomu, že nemám žádné zásadní koničky a byl jsem označen za workoholika. Doufám, že budu spojen se značkou R. JELÍNEK mnoho dalších let ve své nové pozici prezidenta R. JELÍNEK USA.

Děkuji za zajímavý rozhovor aneb „Thank you Chief.“, také se těším na další spolupráci.

Zdeněk Chromý



Největší „Jelínkův“ liquor store v Chicagu.

Modrá je dobrá...

Dne 15. listopadu 2013 se konal již 10. ročník Pravé valašské zabijačky Spolku přátel Jelínkovy slivovice. Letošní ročník se vzhledem k rekordní sklizni švestek v našich sadech nesl v duchu tématu: Modrá je dobrá...



Hlavním bodem programu byla tradiční degustace destilátů z jednotlivých odrůd švestek sklizně roku 2012. Členové Spolku měli možnost vyzkoušet destiláty z odrůd Hanita, Stanley, Čačanská rodná a Čačanská lepotica. Dle vyhodnocení výsledků degustací formulářů se vítězem ročníku 2012 stala odrůda Čačanská lepotica. Tato odrůda bude stočena v limitovaném počtu 2.012 ks lahví a na trhu bude k dostání od 1. března 2013.

Po degustaci již následovala soutěž Spolkaři bez hranic. Na deseti stanovištích byly pro účastníky nachystány soutěže v duchu práce u destilérce, např.

slepá degustace, při níž měli Spolkaři za úkol rozeznat nové produkty značky R. JELÍNEK, výlov pecek z výpalků na čas, překýblování kvasu z jedné bečky do druhé na čas, popis destilačního zařízení či běh se sudem na čas. Vítězem letošního ročníku se stal Igor Pilát se svým spolubojovníkem Pavlem Kamenčákem. Gratulujeme!

Atmosféru tradiční valašské akce dokreslovala hudba – cimbálová muzika Čardáš a harmonikář Stanislav Matějček. Letos jsme také měli čest přivítat skupinu Fleret s akustickou variantou koncertu.

Po celou dobu programu bylo možné degustovat výrobky značky R. JELÍNEK a zabijačkové speciality, které pro nás opět připravili naši kolegové z lesního penzionu Bunč.

Děkujeme všem zúčastněným, jak zaměstnancům, tak hostům a účinkujícím za pomoc a účast a již nyní se těšíme na další ročníky.

Martina Šišková

Ocenění pro Kamínku

REKREAČNÍMU AREÁLU KAMÍNKA BYL UDĚLEN CERTIFIKÁT

V areálu kroměřížského Arcibiskupského zámku se v listopadu udílely certifikáty projektu Společnost přátelská rodině. Soutěž vyhlásila Sít mateřských center o.s. Olomouckého a Zlínského kraje. Cílem projektu bylo obdarovat společnosti, které svou činností podporují zaměstnance i s jejich rodinami, matky s dětmi nebo zajišťují aktivity pro děti a mládež.

V rámci Zlínského kraje bylo nominováno celkem šest společností a Kamínka byla jednou ze čtyř oceněných organizací. Dalšími oceněnými byl hotel Horal Velké Karlovice, NEKKY baby club

Zlín a společnost OPTIMUM Kroměříž.

Certifikát jsme obdrželi za poskytované kvalitní služby, za přístup k dětem a rodinám s dětmi, dále za akce pořádané pro děti i rodiny. V letošním roce se na Kamínce vystřídal přes 10 000 dětí a žáků na školních výletech, školách v přírodě, sportovních soustředěních, adaptačních pobytech, pobytech maminek i tatínek s dětmi a samozřejmě na letních táborech. Z nejnavštěvovanějších akcí připomenu Pohádkovou Kamínku, tvořící dílny pro děti pořádané na Velikonocce, pálení čarodějnic, Halloween či Advent. V areálu jsme uspořádali 16 svateb, což také potvrzuje zájem o naše služby.

Děkujeme všem zaměstnancům Kamínky, kteří svou odpovědnou prací přispěli k získání tohoto ocenění.

Jarmila Dozbabová

Českých 100 nejlepších

Společnost RUDOLF JELÍNEK se posunula vpřed v žebříčku českých firem „Českých 100 nejlepších“. Společnost se v nejnovějším pořadí za rok 2012 umístila na 51. pozici, zatímco o rok dříve skončila na 60. místě. Výsledky za rok 2012 byly slavnostně vyhlášeny 29. listopadu 2013 během galavečeru na Pražském hradě.

Petra Jurečková

TRNKOVINY

R. JELÍNEK

© 2010 RUDOLF JELÍNEK a.s.
Razov 472, 763 12 Vizovice
Czech Republic
e-mail: rjelinek@rjelinek.cz
www.rjelinek.cz