



TRNKOVINY

24/14
24. vydání, zima 2014

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

- ▶ EXPORTUJEME 29 % (str. 2)
- ▶ Export ČINA 2014 (str. 2)
- ▶ Změna v uvádění údajů na etiketách v souvislosti s novým nařízením EU (str. 2)
- ▶ Vánoční dárek s vůní léta (str. 2)
- ▶ NA CO SE TĚŠIT PO NOVÉM ROCE? (str. 3)
- ▶ V řetězcích trochu jinak ... (str. 3)
- ▶ Recepty na horké nápoje se STROH (str. 4)
- ▶ Vašich názorů si vážíme ... (str. 4)
- ▶ Českých 100 nejlepších (str. 4)
- ▶ HOT HONEY (str. 4)



str. 2

Společnost investuje do rozšiřování sadů

Rok 2014 je dalším významným milníkem ve vztahu k rozšiřování našich švestkových a dalších ovocných sadů.



str. 2

Výrobky R. JELÍNEK v Berlíně

Od září letošního roku disponujeme nadstandardní expozicí našich výrobků v německé metropoli Berlíně.



str. 3

Barmanské klání s příchutí westernu

Na sklonku léta se uskutečnil již 14. ročník soutěže profesionálních barmanů RUDOLF JELÍNEK CUP 2014.



str. 3

Bourbony Evan Williams na Whisky Live! Prague

Společnost R. JELÍNEK prezentovala své distribuční portfolio amerických whisky na druhém ročníku přehládky Whisky Live! Prague.



str. 4

Harold Burstein – muž, který stojí za STROH

Rozhovor s panem Haroldem Bursteinem majitelem firmy STROH Austria GmbH, jejíž výrobky distribuujeme.

Nové výrobky z dílny R. JELÍNEK

Dárkové balení Bohemia Honey

Na podzim letošního roku jsme uvedli na trh dárkové balení likéru Bohemia Honey 0,5 l s dvěma panáky R. JELÍNEK. Toto balení je již tradičně na předvánočním trhu velmi populární. Navíc se spotřebitelé mohou na obalu inspirovat a připravit si studený koktejl či horký nápoj, jehož základem je Bohemia Honey.

Dárkové balení Vizovické slivovice

V předvánočním čase určitě zaujme také dárkové balení Vizovické slivovice. V mořeně dřevěné krabičce, vedle lahve Vizovické slivovice dle vlastního výběru,



najdete povidla a sušené švestky – tedy produkty, které mají svůj původ na vizovických stráních.

Vizovická povidla

Uvedením Vizovických povidel se vrátíme ke kořenům a tradicím našeho regionu – toto zpracování švestek se na Valašsku využívá od nepaměti. Povidla, připravená ze švestek z vizovických sadů, tak vhodně doplňují další sortiment výrobků ze švestek – sušené švestky a také speciálně pro nás připravený Vizovický čaj.

Family Reserve

K příležitosti 120 let existence společnosti byla stočená výjimečná slivovice, která dvacet let zrála v dubových sudech. Limitovaná edice nazvaná Family Reserve čítá jen tisíc lahví o obsahu 0,7 litru.



Slivovice má zlatou barvu a vznikla kombinací několika odrůd, aby výsledná chuť byla vyvážená. Postupně vyzrála na 44,5 procenta alkoholu v sudech, které byly uloženy ve vhodném prostředí, kde se řízeně střídaly teploty a na proces dohlíželi odborníci.

Family Reserve se stáčela ručně, společnost pro ni nechala vyrobit speciální lahve. Jedná se o exkluzivní lahev stojící na dřevěném podstavci a uloženou v dárkové kazetě.

Pálenka z rakytníku

V druhé polovině letošního roku jsme řadu netradičních pálenek rozšířili o Pálenku z rakytníku. Tato v pořadí již 14. pálenka se vyrábí macerací rakytníkových plodů ve velejemném obilném lihu a následnou destilací tohoto macerátu. Jde tedy o takzvaný průtahový destilát. Na trh je dodávána pálenka se 42% obsahem alkoholu v limitované sérii lahví o objemu 0,2 l.

Elixír z rakytníku

Na závěr roku finišujeme s přípravou dalšího produktu, který by měl být základem nové řady. Půjde o výrobek z plodů rakytníku s názvem Elixír z rakytníku. Přelomový bude v tom, že díky využití původní suroviny se v jednom panáku skrývá doporučená denní dávka vitamínu C pro dospělou osobu. Zajímavostí je, že plody rakytníku obsahují až desetkrát více vitamínu C než pomeranč a také mnoho dalších léčivých látek.

Petra Jurečková, Irena Konečná

Vážení kolegové, přátelé,

díky zájmu zákazníků je tradičně poslední čtvrtletí v našem oboru časem největšího pracovního vypětí nás všech. Vždy vnímám, že všichni zatnou zuby a s pokorou vše zvládnou a s enormním nasazením se šťastně unaveni vždy dočkáme Štědrého dne. Vánoční nálada je synonymem spíše firemního vánočního shonu. Takového zájmu zákazníků si vážíme a jsem rád, že drtivá většina kolegů si uvědomuje, že je lépe více práce, než žádná práce.



Letos však jedno zastavení a ohlednutí se snad s připomenutím 25 let od listopadu zvládlí všichni. Jistě nejrůznějšími úhly pohledu. Pro českou společnost je typický spíše méně spokojený a více pesimistický přístup. Nicméně z tvrdých nejen ekonomických dat je evidentní, že jsme se jako národ neměli nikdy lépe a zároveň můžeme užívat nejcennějšího lidského statku – svobody. Svobody ve všech jejích podobách a významech.

Není to vůbec samozřejmé, ale stejně se můžeme vyjádřit o kondici společnosti RUDOLF JELÍNEK. Ve své dlouhé historii společnost nyní dosahuje největšího rozvoje a věřím, že s pevnými dlouhodobými základy.

Tak jako svobodu nemáme samozřejmě danou a navždy, tak i za výsledky a stavem naší firmy je každodenní usilování ve všech oblastech jejího života a práce všech zaměstnanců a kolegů přeměněná do příně našich zákazníků. Myslím si, že nutnost každodenního usilování musíme mít vždy na paměti – ať již jde o svobodu nebo dobré výsledky! ☺

Děkuji všem svým kolegům za jejich pracovní nasazení, výdrž a práci pro společnost v roce 2014. Zákazníkům, obchodním partnerům a příznivcům děkuji za podporu.

Přeji Vám všem pohodové a krásné Vánoce strávené se svými blízkými, veselého Silvestra a především zdraví a energií, optimismu a pokoru do nového roku 2015!

Váš,
Pavel Dvořáček, Vizovice, 11. 12. 2014

Změny ve vedení UVDL

Novým prezidentem Unie výrobců a dovozců lihovin byl na valné hromadě zvolen její dosavadní viceprezident a generální ředitel společnosti RUDOLF JELÍNEK a.s. Pavel Dvořáček. Viceprezidenty se stali Vladimír Darebník – výkonný ředitel společnosti Jan Becher – Karlovarská Becherovka, a.s. se zaměřením na agendu zodpovědné konzumace lihovin (Fórum „Pij s rozumem“) a Pavel Mucha – současný finanční ředitel společnosti STOCK Plzeň – Božkov, s.r.o.

„UVDL i nadále bude partnerem a odborným garantem při tvorbě nové legislativy v ČR po předchozí metanolové aféře v České republice,“ sdělil nový prezident UVDL Pavel Dvořáček. „Role UVDL a její kroky jsou konzistentní a budou i nadále směřovat k eliminaci černého trhu s lihovinami u nás,“ dodal.

Členové UVDL představují 85 % současného legálního trhu s alkoholem a aktivně se podílejí na ochraně trhu před nepoctivými výrobci a jejich dodavateli.

Petra Jurečková

Bohemia Honey si získává další zákazníky

Dlouhou dobu připravovaná novinka, která svůj vstup na trh zažila v rámci Prague Bar Show 2013, pokračuje v úspěšném tahu a získává si srdce dalších zákazníků. Tento likér, který spojuje tradiční chuť třileté bílé slivovice, vůni švestek a jemnou chuť a vůni lipového medu, přináší svým konzumentům neuvěřitelný zážitek chuti a vůni. Abychom ho mohli dopřát co největšímu počtu zákazníků, rozhodli jsme se, že pro letošní rok bude Bohemia Honey hrát v naší komunikaci prim.

V závěru loňského roku jsme naplánovali kampaň, jejíž stěžejní částí byla televizní reklama se spotem o délce 30 vteřin. Při jeho tvorbě jsme oslovili přední agentury působící nejen na českém trhu. Po pečlivém uvážení byl nakonec vybrán návrh od kreativního tvůrce Jakuba Konopásky, který je mimochodem také autorem i televizního spotu na Plum vodku. Jeho návrh v sobě spojoval dvě stěžejní myšlenky, které jsme zákazníkům chtěli sdělit. Tou první byl odkaz k tradici v podobě pěstování švestek ve vlastních sadech a tou druhou bylo představit Bohemia Honey jako unikátní přírodní produkt, který obsahuje prvotřídní švestkový destilát a lipový med, který



je včelaři považován za nejlepší. Samotné natáčení spotu bylo realizováno se společností Negativ s.r.o., což je jedna z předních filmových produkcí v České republice a zaměřuje se především na autorské filmy a projekty s mezinárodním potenciálem. Třešnickou na dortu bylo navázání spolupráce v oblasti hudby. Autorskou píseň šitou přímo na náš spot připravil Jan P. Muchow, přední český hudebník a skladatel. Ve všech třech případech jsme se tedy vložili do rukou prověřených a zkušených profesionálů.

Natáčení spotu probíhalo ve dvou dnech. První se odehrával na konci srpna přímo v našich sadech na Těchlově, probíhal za svitu

slunce a stromy byly obsypány dozrávajícím švestkami. Jeden z našich kolegů, Martin Častulík, byl vybrán štábem jako jeden z protagonistů a ve spotu si zahrál jednoho z česáčů ovoce. Druhá část spotu se odehrává v prostoru baru, kde se jako ryba ve vodě cítí ambasadour našich značek Achim Šipl. Jistě vás nepřekvapí, že si ve spotu zahrál roli barmana.

To, jak samotné natáčení a následná post produkce v podobě animací včel se švestkami a mixu hudby dopadla, je na hodnocení našich zákazníků. Pevně věřím, že je spot oslovil a přispěje k jejich rozhodnutí si Bohemia Honey zakoupit a ochutnat.

Petra Jurečková

Společnost investuje do rozšiřování vlastních sadů



Pokud bychom chtěli najít dva významné milníky v historii naší společnosti ve vztahu k vlastní produkci švestek a dalšího ovoce, byl by to bezpochyby rok 2003, kdy byly založeny švestkové sady na Těchlově a následně období o 10 let později, kdy jsme plochu sadů výrazně rozšířili odkupem již vzrostlých sadů na jižní Moravě a výsadbou nových stromů na vlastních nově zakoupených pozemcích. Nyní disponujeme ovocnými sady ve Vizovicích, na jižní Moravě ve Starovicích,

Velkých Němčicích a v chřibských Kostelanech o celkové výměře 161 hektarů.

Naším cílem je výrazně posílit pěstování vlastního ovoce rozšířením o meruňky na jižní Moravě a v Kostelanech o třešně. Záměrem je, abychom v budoucnu úrodou ze svých stromů pokryli až třetinu produkce destilátů.

„Investice do nákupu a osazování sadů průběžně zvyšujeme. Nyní se pohybuje v řádu desítek milionů korun, ale v průběhu času se bude částka navyšovat,“ říká

generální ředitel firmy Pavel Dvořáček. Zhruba do tří let by měly vlastní sady zabírat plochu okolo 200 hektarů.

Bez povšimnutí by neměly zůstat ani sady v zahraničí, které obnovují a postupně rozšiřují sesterské společnosti v Rumunsku, Bulharsku a Chile. Plocha vlastní půdy je nyní téměř 200 hektarů, přičemž nejvíce stromů je hruškových, dále následují švestky a jabloně.

Jiří Koňářík

Výrobky R. JELÍNEK v Berlíně

Od září letošního roku disponujeme nadstandardní expozicí našich výrobků v německé metropoli Berlíně.

Dohoda s majiteli nejznámějšího obchodu KOCH Spirituosen v samém centru Berlína nedaleko ústředního náměstí Alexander Platzu, tzv. Alexu, umožňuje širokou prezentaci a prodej našich značkových výrobků. Expozice zahrnuje 25 prémiových a top produktů z Vizovic.

Projekt samostatně řídí a realizuje Petra Čerešňáková, která ho také dva měsíce uváděla v život a podporovala osobní účastí v Berlíně.

Tradiční prodejna KOCH Spirituosen je známým místem jak pro Berličany, tak i pro mnohé z 10 milionů turistů, kteří si chtějí zakoupit značkový a kvalitní alkohol. Vedle rozsáhlé nabídky lahví je prodej našich výrobků podpořen též instalací loga Original Czech Distilleries a umístěním reklamních obrazů R. JELÍNEK.

Slavnostní otevření proběhlo za účasti Ambasády ČR a Českého cen-

tra v Berlíně a za přítomnosti pozvaných krajanů žijících v Berlíně a vybraných zákazníků KOCH Spirituosen. Největší oblibě se mezi zákazníky těší klasické ovocné destiláty a též novinka Bohemia Honey.

Martin Děva



EXPORTUJEME 29 %

Titulěk tohoto příspěvku by mohl někoho uvést v omyl, že snad vyvážíme destiláty se stupňovitostí 29 %. Jde ale samozřejmě o celkový export výrobků R. JELÍNEK a zboží k celkovým firemním prodejm.

Za tímto údajem se skrývají prodeje do více než 30 zemí celého světa, kterým vévodí trojice destinací SLOVENSKO, USA a ITÁLIE. V porovnání s rokem 2013 aktuálně rosteme o 19 % a také se nám podařilo prosadit se na nové trhy jako je například Ázerbajdžán, Řecko nebo Belgie. K našim nejexotičtějším destinacím patří již kromě zmiňovaného Ázerbajdžánu také Nigérie.

Pevně i s ostatními kolegy z exportu

věříme, že tyto průběžné výsledky ještě do konce tohoto roku vylepšíme a překonáme naši magickou hranici 30 %. Jediný, kdo nám v tom může zamezit, je ještě mohutnější finiš prodeje na tuzemském trhu.

Zdeněk Chromý



Obdobně úspěšně jako naše exporty do Ruska se také rozvíjejí naše prodeje do Číny.

Dominantní zájem našich čínských zákazníků a tudíž i našich obchodních partnerů směřuje k bylinným likérům reprezentovaným výrobky Absinthe Premium a Luhačovicí bylinná. Objem exportu se uspokojivě rozvíjí a ve srovnání mezi roky 2013 a 2014 dosahuje více než 50 % nárůstu.

Ze sortimentu sesterské společnosti Milán METELKA také exportujeme Absinthe v provedení Verdoyante a De Moravie. Letos poprvé jsme vyvezli kontejner všech tří druhů SPICY, které našeho partnera zaujaly netradiční spicý chutí a zajímavým

designem lahví s hlavním motivem draka. Věříme, že SPICY získají oblibu zejména mezi mladšími čínskými konzumenty a tento sortiment se zařadí mezi naše úspěšné exportní artikly.

Naše produkty také doprovázely delegaci pana prezidenta Zemana při jeho nedávné obchodní misi v Čínské lidové republice a ve spolupráci s naším distributorem byly součástí všech národních expozičních, tak i menu během slavnostních večeří pořádaných v průběhu oficiální cesty. Naše produkty tvoří také součást publikace vydané u příležitosti 65. výročí obchodní spolupráce mezi Čínou a Českou republikou a Českem. Pouze naše výrobky a český křišťál jako spotřební sortiment se prosadily do tohoto katalogu, který jinak kompletně zaplňují výrobky strojírenského a těžkého průmyslu.

Martin Děva



Změna v uvádění údajů na etiketách v souvislosti s novým nařízením EU

V posledních týdnech a měsících zaměstnává řadu kolegů realizace zásadních úprav etiket na našich výrobcích.

Důvodem nejsou grafické redesigny, nýbrž nutnost vyhovět požadavkům nařízení EU č. 1169/2011. Produkty stáčené po 13. prosinci 2014 musejí mít etikety v souladu s touto normou.

Čeho se změny týkají? Základní myšlenkou je prohloubit informovanost spotřebitele. Nařízení přesně specifikuje velikost písma použitého pro povinné údaje (velikost malého písma „x“ musí mít nejméně 1,2 mm, jistě výjimky však jsou pro výrobky s menší plochou obalů) a v některých případech i umístění textů. Název výrobku, obsah alkoholu a celkový objem jsou uvedeny v jednom zorném poli, tedy na jedné etiketě. Nejvíce požadavků se vztahuje k uvádění složení, kdy musí být jednotlivé složky seřazeny sestupně podle hmotnostního podílu, zvláštní nároky jsou kladeny

na přídatné látky, jejichž označení předchází název skupiny (tedy např. barvivo – karamel) a zdůraznění – nejlépe tučným písmem – alergenních látek, což se však našich výrobků až na některé výjimky netýká.

Nařízení se rovněž věnuje uvádění výživových údajů, kde je stanoveno přechodné období do 13. prosince 2016. Od tohoto data bude nezbytné na potravinách uvádět dle přesně stanovených pravidel obsah jednotlivých živin. Nicméně pro nápoje o obsahu alkoholu vyšším než 1,2 % objemových je zde stanovena výjimka. U této kategorie komise pouze zvá-

ží, zda v budoucnu nevznikne povinnost uvádět energetickou hodnotu.

Co znamená zavedení tohoto nařízení v naší společnosti do praxe? Kromě důkladného nastudování všech kapitol, absolvování řady školení a vydiskutování nejednoznačných odstavců s kompetentními orgány bylo nutno provést detailní analýzu všech používaných etiket a navrhnout patřičné úpravy. Z hlediska zásobování vznikly zvýšené nároky na zodpovědnou logistiku a doobjednávání starších typů etiket s cílem jejich maximální dopouzívání a minimalizaci nevyhovujících zásob po 13. prosinci letošního roku. Pro oddělení marketingu ve spolupráci s externími grafiky se jedná především o zajištění potřebných úprav v textech etiket na základě dodaných připomínek.

Pavel Hůrta



Vánoční dárek s vůní léta

Pokud jste příznivci dobré zábavy a pohodové muziky, tak věřím, že jste si letošní konec léta díky 47. ročníku Vizovického Trnkobraní pořádně užili. Areál naší likérky byl plný již chvíli po otevření bran a spoustě návštěvníků nevidil ani silný déšť, který se na Vizovici snesl o sobotní noci. Vystoupení skupiny Kryštof, Tomáše Kluse, Monkey Business, Tří sester, MIG 21, Anety Langerové a mnoha dalších stála opravdu zato.

A tak, pokud se již nemůžete dočkat letního sluníčka a dalšího ročníku, máme pro vás skvělou zprávu – 48. ročník Vizovického Trnkobraní se uskuteč-

ní ve dnech 21. a 22. 8. 2015 a znovu se můžete těšit na skvěle našlapaný line-up festivalu! Program je téměř hotový a jako první hosty prozradíme kapelu Chinaski, Tomáše Kluse a skupinu Mandrage.

Pro věrné fanoušky jsme připravili vánoční edici permanentek za neuvěřitelných 450 Kč za vstupenku, které jsou k dostání na www.ticketstream.cz. S napětím pak můžete sledovat facebook a webové stránky Trnkobraní, kde budeme postupně odtajňovat jména dalších hudebních a divadelních hvězd. A také můžete začít trénovat po jídle trnkových knedlíků a v létě se pak pokusit zdolat rekord.

Markéta Matějčíná



RUDOLF JELÍNEK CUP 2014 - Barmanské klání s příchutí westernu

Na sklonku léta, v sobotu 6. září 2014, se uskutečnil již 14. ročník soutěže profesionálních barmanů RUDOLF JELÍNEK CUP. Po delším čase se soutěž vrátila do České republiky, a to přímo do sídla společnosti RUDOLF JELÍNEK.



Soutěže se zúčastnily více než dvě desítky barmanů a řada hostů z oblasti gastronomie. Hlavní ingrediencí soutěžních drinků kategorie CLASSIC se stala novinka v sortimen-

tu společnosti RUDOLF JELÍNEK, likér BOHEMIA HONEY. V kategorii FLAIR to pak byl produkt ze zámoří, bourbon Evan Williams. Povinnými ingrediencemi všech receptur byly také

produkty společností COCA-COLA a MONIN, které byly v letošním ročníku hlavními partnery soutěže.

Kategorie CLASSIC proběhla v prostorách exkurzní trasy, které soutěži dodávaly tradiční nádech a důstojnost. Po ukončení této části soutěže byla chvíle pro nahlédnutí do tajů výroby destilátů. Navečer nastal čas přesunu do „jiného“ světa – kategorie FLAIR probíhala totiž na western RANČI v Kostelanech u Kroměříže. Všechny hosty přivítal stylově šerif, barmani soutěžili s ozvěnou bičů a v kulisách pravého divokého západu. FLAIR tým dostal zcela jiný náboj i příchut.

Příjemná atmosféra soutěže se odrazila také ve výborných a profesionálních výkonech. Rozhodnutí tak nebylo jednoduché, ale nakonec padlo – vítězem se v letošním roce stali čeští barmani: Zuzana Pavlíčková v kategorii CLASSIC a v kategorii FREE STYLE Martin Vogeltanz.

Generálním partnerem soutěže je každoročně RUDOLF JELÍNEK a.s., který letos poprvé vypsala speciální cenu za kreativitu, ale jednoduchý drink, vytvořený z dostupných surovin a použitelný v praxi. Historicky prvním držitelem této ceny je Tomáš Kubíček (bar SaSaZu) s drinkem Spicy Honey.

Irena Konečná

Prague Bar Show 2014



V měsíci říjnu letošního roku jsme se již po druhé zúčastnili významné gastronomické události roku – Prague Bar Show na Novoměstské radnici v Praze, kterou zaštiťuje odborný časopis Barlife. Bez nadsázky jde o největší akci pro nápojové a barové profesionály v České republice, inspirovanou světovými výstavami typu Bar Convent Berlín. Mimo exhibice jednotlivých nápojových značek nabízí také vzdělávací program v podání světových špiček v oboru.

Na letošní Prague Bar Show se představilo celkem 163 značek a produktů od 48 společností. Společnost RUDOLF JELÍNEK se v letošním ročníku zaměřila na prezentaci nového výrobku – likéru Bohemia Honey, kosher destilátů a výrobků firmy Heaven Hill Distilleries. Návštěvníky u našeho stánku určitě zaujala zmrzlina z Bohemia Honey a také prezentace produktů v podání Achima Šipla.

Více informací, fotografií a videí přímo z akce najdete na www.praguebarshow.cz.

Irena Konečná

NA CO SE TĚŠIT PO NOVÉM ROCE?

Blížící se konec roku znamená pro mnohé bilancování. Pro některá naše střediska je to ale již období intenzivní přípravy na následující rok. Pozvat bychom vás chtěli především na dvě naše nejnovější střediska – na Ranč Kostelany a do degustačního baru v Brně.



Během prvního roku působení společnosti RUDOLF JELÍNEK na Ranči Kostelany se již stalo pravidlem, že jak v restauraci, tak v přílehlých prostorách probíhají různé aktivity a víkendy v restauraci jsou věnovány gastronomickým specialitám. I v roce 2015 se tak můžete v restauraci Saloon těšit na zvěřinové speciality, americké hamburgery, steakový víkend, tataráky, švestkové dobroty, gulášky, zabijačku, grilování

a spoustu dalších. Standardní nabídka areálu – tedy aquacentrum s bazénem, whirlpoolem a saunou, bowling, projíždky na koních a westernové divadlo a programy budou doplněny dalšími akcemi – výukou country tanců, sportovně-relaxačními víkendy, country večery s kapelami. Již nyní připravujeme Junior program – westernová vystoupení s projíždkami na koních, pro-

hlídkou Ranče a úkoly pro školní výlety z mateřských a základních škol, které se konají vždy v květnu a červnu.

A pokud byste hledali místo pro meeting, obchodní setkání, prezentaci nebo vzdělávání vašich obchodních partnerů nebo zaměstnanců, pak je Ranč ideálním

místem. Nabízí profesionální zázemí jak pro pracovní setkání, tak pro následnou odpočinkovou část. Od projíždek na koních, přes degustační zkoušky ovocných destilátů až po lety helikoptérou, stačí jen vyslovit přání a tým Ranče složený ze šikovných a znalých kolegů je pro vás splní.

Místem pro příjemné strávení pracovního i volného času je také náš brněnský degustační bar s prodejnou. Kromě nákupu všech výrobků značky R. JELÍNEK a také všech distribuovaných značek, se tady můžete cestou jen tak zastavit na kávu a skleničku třeba Bohemia Honey. Můžete si také vybrat z pravidelně pořádaných řízených degustací na zvolené téma. V průběhu roku se snažíme našim zákazníkům představit postupně všechny řady našich výrobků – Vizovické slivovice, kosher destiláty, různé druhy slivovic, ovocné destiláty, netradiční pálenky, whisky, likéry, absinty nebo likéry značky Milan METELKA. A také výrobky námi distri-

buovaných značek jako jsou Stroh, Fratelli Branca, Heaven Hill nebo Berentzen. Naši pracovníci vám kromě ochutnávky destilátů a drobného občerstvení, které je součástí degustace, nabídnou především odborný a zaslíbený výklad ke každému výrobku a prozradí i různá tajemství s ním spojená. Mnohé výrobky můžete ochutnat také v rámci akčních nabídek během akcí „Den s ...“, kdy je vždy vybraný den věnovaný určitému výrobku, který je v baru možné ochutnat a za výhodnou cenu koupit. Brněnský degustační bar je ideálním místem, pokud hledáte elegantní a zajímavé místo pro setkání se svými obchodními partnery a zákazníky a chcete jim nabídnout neuvěřitelné zážitky a netradičně strávené chvíle.

Aktuální program našich středisek včetně všech podrobností najdete vždy na jejich facebookovém profilu nebo na webu. Další dotazy vám pak kolegové rádi zodpoví osobně.

Markéta Matějová

V řetězcích trošku jinak ...

V souvislosti s plánovanou televizní kampaní na Bohemia Honey v měsíci listopadu, došlo k realizaci marketingové podpory také v řetězcích Tesco a Globus.

V Tesco se jednalo o in-store kampaň v deseti největších hypermarketech. Cílem bylo produkt podpořit, zviditelnit a přimět

koncového spotřebitele k samotnému nákupu. Kampaň spočívala v umístění tzv. „slavobrány“ do uličky k regálům, dále podla-



hové samolepky přímo u místa vystavení a největšího zviditelnění bylo docíleno pomocí regálového poutače, který umocňoval vystavení Bohemia Honey.

V nepřeborném množství akcí a konkurenčních výrobků, prodeje v listopadu vzrostly oproti ostatním měsícům o více než 150 %. Všechny podpůrné materiály mohlo shlédnout okolo dvou a půl milionu lidí, což je i průměrná návštěvnost na těchto deseti hypermarketech.

V Globusu, hypermarketu s daleko menším počtem obchodních jednotek, ale vhodnou cílovou skupinou zákazníků pro výrobky R. JELÍNEK, bylo realizováno speciální čtrnáctidenní druhotné vystavení Bohemia Honey a Hruškovice Williams. Řetězec měsíčně navštíví více než čtyři a půl milionu lidí, což mělo také za následek nárůst prodeje v řádech tisíců kusů.

Je jisté, že v těchto aktivitách budeme nadále pokračovat nejenom ve zmíněných řetězcích a věřím, že i v budoucnu budeme slavit obdobné prodejní úspěchy.

Jan Dozřaba

Bourbony Evan Williams na Whisky Live! Prague

Druhý ročník přehlídky Whisky Live! Prague přivítal na sklonku září v prostorách Novoměstské radnice více než šest set účastníků.

Předložil jim působivé whisky menu, mezi jehož položkami byly jak notoricky známé značky, tak tituly o český trh teprve usilující.

Společnost RUDOLF JELÍNEK prezentovala své distribuční portfolio amerických whisky. Návštěvníci měli možnost degustovat jak bourbony značky Evan Williams nebo Elijah Craig, tak žitnou whisky Rittenhouse. O produktech výrobce Heaven Hill Distilleries, mezi jehož portfolio se všechny prezentované whisky firmou RUDOLF JELÍNEK řadí, se fanoušci whisky mohli dozvědět více na odborné přednášce Mgr. Miroslava

Motyčky, obchodního a marketingového ředitele společnosti.

Silným magnetem nabídky odborných seminářů byl Jim Murray, autor ročenky Jim Murray's Whisky Bible a velký obdivovatel české whisky Gold Cock. Uspořádal dvě show, při kterých účastníci posoudili naslepo osm vzorků whisky. V programu ovšem byly i položky velmi speciální. Barmani Bugsy's baru nabídli speciální koktejly na bázi whisky. Jedinečné bylo i setkání devíti českých a jednoho rakouského whisky klubu pod patronací 12 Men Of Tyn(e).

Petra Juráňová

Harold Burstein – muž, který stojí za STROH

V tomto čísle Trnkovin vám přinášíme rozhovor s naším významným obchodním partnerem panem Haroldem Bursteinem. Ten je majitelem firmy STROH Austria GmbH, jejíž výrobky naše společnost distribuuje od poloviny roku 2012.

Pane Bursteine, firmu STROH Austria GmbH vlastíte od roku 2008, čím jste se zabýval před tím? Můžete nám ve zkratce popsat vaši kariéru?

Svoji kariéru jsem začal v roce 1983 v potravinářském průmyslu jako asistent marketingového a obchodního oddělení v jedné rakouské firmě na oplátku. Odcházel jsem z ní v roce 1996 jako marketingový a obchodní ředitel. Poté jsem nastoupil jako výkonný ředitel pro rakouský trh ve společnosti Seagram (pozn. tehdejší největší výrobce alkoholických nápojů na světě). Po převzetí společnosti Seagram společností Coca Cola, Diageo a Pernod Ricard jsem se přemístil do funkce výkonného ředitele ve skupině Eccles Group, tehdejšího bývalého majitele společnosti STROH. Ještě před odkupem majetkového podílu jsme měli v portfoliu několik TOP mezinárodních brandů, což mi dalo základ pro řízení značky jako jejího vlastníka.

Co konkrétně vás přimělo firmu STROH koupit?

Mám rád značky, které mají svoji tradici a pevně věřím ve světový potenciál značky STROH.

Firma STROH má tradici od roku 1832. V čem jste na ni navázal a co jste naopak vnesl nového?

Nové jsou všechny recepty na míchané koktejly, horké nápoje a pečivo. Co se týče designu, jsme velmi opatrní, abychom tradici udržovali. Pokud se budeme bavit o marketingových aktivitách obecně, vždy se snažíme být trendy. Dnes můžu říci, že značka STROH je v poměru k její velikosti jedna z nejvíce marketingově podporovaných značek na světě.

Firma STROH se zabývá i jinými brandy, povíte nám o nich něco více?

Ano, máme ještě další značky ve svém portfoliu, které ale prodáváme pouze na rakouském trhu. Jsou kvalitní a za velmi výhodnou cenu. Jako příklad můžu uvést Mautner Inländer Rum, který je jedničkou na rakouském trhu, co se týče prodaných kusů. V nabídce máme také likéry, vyzdvihl bych vaječný a cherry, a potom také brandy značky Bouchet. Pro rakouský trh jsou v našem portfoliu také ovocné destiláty.

Plánujete nějaké novinky ve vašem portfoliu?

Právě pracujeme na novém produktu STROH, momentálně jsme ve fázi testování. Je pravděpodobné, že v příští zimní sezóně bude naše novinka dostupná i na českém a slovenském trhu.

Od roku 2012 distribuuje firma RUDOLF JELÍNEK a.s. STROH výrobky na českém i slovenském trhu. Jak jste se o firmě dozvěděl? Znal jste ji i dříve, kdy jste ještě nepůsobil v alkoholové branži?

Dozvěděl jsem se o ní od naší tehdy



sesterské společnosti Stock Plzeň, která v mnoha prezentacích výkony společnosti zmiňovala. Z tohoto důvodu byla společnost RUDOLF JELÍNEK první, na kterou jsem se obrátil, když jsem hledal nového distributora pro tuto teritoria.

Jak vypadá všední den Harolda Bursteina? Trávíte hodně času na cestách?

Bezprostředně po majetkovém převzetí firmy STROH jsem opravdu hodně cestoval. Dnes trávím na cestách okolo 80 dní v roce. V současné době totiž exportujeme produkty STROH do více než 40 zemí světa. Naštěstí mám pouze několik pracovních dní, které se dají nazvat rutinou. 80 dní na cestách znamená totiž vždy různou zemi, různé příležitosti a různé lidi. Pro mne je v práci nejdůležitější jedno – do hloubky pochopit zvyklosti daných trhů. Když ale budu mluvit hodně obecně, de facto vyřizuju e-maily od brzkého rána do pozdního večera.

Řídíte se nějakým životním krédem? Hledíte příležitosti a využíváte je!

Mockrát děkuji panu Bursteinovi za jeho čas a doufám, že v zimním období si i vy zpřijmnete večery horkými nápoji z produktů STROH.

Petra Jurášková

Recepty na horké nápoje se STROH

STROH JAGERTEE (horký nápoj)



Smíchejte 1 díl Stroh Jagertee 40% se 3 díly horké vody, přidejte cukr, skořici a citronovou šťávu dle libosti a vychutnejte si zahřátí v alpském stylu.

STROHKOLADE

Přidejte do šálku domácí horké čokolády s mléčným základem 2 cl STROH 80, ozdobte šlehačkou a vánoční pochoutka je na světě.



Vašich názorů si vážíme ...

Důležitou součástí úspěšného fungování firmy RUDOLF JELÍNEK je i schopnost ptát se svých zákazníků na názor a především pak věnovat tomuto názoru patřičnou pozornost. Takovými opinion makery jsou členové Spolku přátel Jelínkovy slivovice. Jednou z výsad členství je i účast na dvou společenských akcích v roce – Jelínkův vizovický košť a Pravá valašská zabijačka, v rámci jejichž programu tito profesionální degustátoři hodnotí vzorky destilátů, které potom stáčíme do lahví, absorbují informace o produktech, naslouchají historii i novinkám apod. Dovolte nám tedy malé ohlédnutí za letošními ročníky těchto akcí formou dat a čísel.

PRAVÁ VALAŠSKÁ ZABIJAČKA

Termín konání: 21. 11. 2014
Ročník: 11.
Téma akce: Tenkrát na Západě ...
Program: Degustace a výběr vizovické odrůdové slivovice ročníku 2013
Degustované odrůdy: Katinka, Presenta, Valjevka a Čačanská rodná
Vítězná odrůda: Presenta
Uvedení na trh: 1. 3. 2015 v počtu 2013 lahví
Soutěž Spolkaři bez hranic – westernové soutěže a hry – vítěz: Peter Biro s doprovodem
Novinky: na trh byl v den zabijačky uveden exkluzivní produkt Family Reserve – slivovice ročník 1994, která zrála v dubových sudech 20 let a vznikla u příležitosti 120 let existence firmy

JELÍNKŮV VIZOVICKÝ KOŠT

Termín konání: 22. 8. 2014
Ročník: 12.
Počet degustovaných vzorků: 1 159
Nejpočetnější kategorie – slivovice: 544 vzorků
Degustátoři: 284 rozdělených do 40 komisí
Absolutní vítěz: Marie Rosíková z Petrova se vzorkem slivovice
Obec s nejlépe hodnocenými vzorky: Petrov
Vítěz pěstitelského pálení ve společnosti RUDOLF JELÍNEK a.s.: Martin Katrušák ze Zlína
Novinky: na trh byla v den košť uvedena Vizovická slivovice 2012 a kniha Království slivovice

VYHODNOCENÍ

Termínově je první akcí v roce košť a zabijačka následuje v listopadu, záměrně jsou v tomto článku akce přehozeny. V rámci hodnocení uplynulých ročníků košť by společnost RUDOLF JELÍNEK ráda změnila některá pravidla této tradiční akce z důvodu zvyšování kvality a úrovně výsledků košť. Změny by se měly týkat např. počtu degustačních kol, pravidel bodování i hodnocení ve finálovém kole. Na změny jsme se zeptali výrobně-technického ředitele společnosti Mgr. Jiřího Koňářka, který za kvalitu a úroveň košť zodpovídá.

■ Dobrý den, čeho se tedy změny budou týkat především?

Změn je několik, rád bych se v úvodu zmínil o hodnocení základních kol. Ty by nově probíhaly ve dvou kolech a ne ve třech, jak tomu bylo doposud. Z každého kola a od jedné komise by pak do finá-

le postupoval vždy jeden vzorek. Tím by bylo docíleno toho, po čem spousta účastníků košť už dlouho volala, že vždy z jednoho kola komise vybere nejlepší vzorek do finále. Výhodou je to, že se v průběhu hodnocení budou moci k jednotlivým vzorkům vracet.

Také bychom chtěli, aby se formuláře začaly vyplňovat k jednotlivým vzorkům kompletně, tzn. ve všech hodnocených parametrech. Protože zkušenost ze 12 ročníků ukázala, že někteří hodnotitelé hodnotí vzorky z patra celkovým počtem bodů a následně nejsou schopni rozdělit body do jednotlivých parametrů, což je pro správné hodnocení vzorku velmi důležité.

Dále uvažujeme o zavedení nové kategorie – „vínovice“. Důvodem je to, že nám lidé hlásí čím dál tím více tohoto druhu destilátu a tak má význam jej hodnotit v samostatné kategorii.

■ Změny by se měly týkat i finálového kola. Můžete nám, prosím, popsat, o jaké změny se bude jednat?

U finálového kola jsme dospěli k názoru, že jeho hodnocení svěříme do rukou zkušených degustátorů. Ti přijedou přímo na toto hodnocení. Jejich výhodou bude to, že nebudou nijak zatíženi hodnocením ze základního kola. Navíc budou ještě hodnotit v degustačních boxech, kterými budou odděleni od ostatních hodnotitelů a tím nebudou ovlivněni názorem nikoho jiného.

■ Proč jste se rozhodli změnit po letech organizaci košť a co by tyto změny měly přinést?

Máme za sebou již 12 ročníků a dokážeme se tedy ohlédnout a vyhodnotit, co by mohlo přinést jeho větší objektivitu a odbornost. Také toto téma diskutujeme s hodnotiteli a to nejen našeho košť, ale i jiných košť, studujeme literaturu a sledujeme, jak to dělají jinde, třeba i za hranicemi. Ve zkratce lze říci, že nám jde o to se neustále zlepšovat a být, vzhledem i k velikosti košť, tím, kdo hledá cesty, jak nejlépe destiláty objektivně posoudit a ohodnotit.

Děkuji za rozhovor.

Martina Šiřková

Českých 100 nejlepších

Společnost RUDOLF JELÍNEK získala ocenění v prestižní anketě „Českých 100 nejlepších“, kterou pořádá a vyhláší společnost Comenius, Panevropská společnost pro kulturu, vzdělávání a vědeckotechnickou spolupráci.

V nejnovějším pořadí za rok 2013 se společnost RUDOLF JELÍNEK umístila na 47. pozici, zatímco o rok dříve skončila na 51. místě. Slavnostní vyhlášení výsledků proběhlo 28. listopadu 2014 ve Španělském sále Pražského hradu.

Petra Jurečková

HOT HONEY

- 4 cl Bohemia Honey R. JELÍNEK
- 1,5 cl jablečného džusu
- 1 lžička medu nebo cukru
- sušené ovoce (jablka)
- skořice



Všechny nealkoholické složky společně ohřejeme, následně přelijeme do poháru a doplníme Bohemia Honey. Na závěr ozdobíme sušeným ovocem a skořicí.

TRNKOVINY

R. JELÍNEK

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