

Mladí baristi predviedli počas súťaže umenie prípravy kávy

Absolútnym víťazom sa stal Michal Šuhajda z prievidskej strednej školy.

PRIEVIDZA. V Dome kultúry v Prievidzi sa stretli mladí baristi a predviedli umenie prípravy kvalitnej kávy a nápojov z nej, elegantný servis a zaujímavé vystúpenia.

Organizátorom súťaže bola

Stredná odborná škola obchodu a služieb v Prievidzi v spolupráci s mestom Prievidza, Kultúrnym a spoločenským strediskom v Prievidzi a Školou Baristu Stanislava Cibula.

Na podujatí sa zúčastnilo desať odborných škôl, spolu devätnásť súťažiacich.

Baristi museli v časovom limite dvanástich minút pripraviť štyri porcie kapučína

a štyri porcie voľného nápoja z espressa.

Porota hodnotila celkové vystúpenie, komunikáciu, odborné vedomosti a zručnosti, kreativitu a estetickú stránku servisu.

Strednú odbornú školu obchodu a služieb v Prievidzi reprezentovali Silvia Čakajdová a Michal Šuhajda z hotelovej akadémie.

Silvia dostala cenu za najlepší voľný nápoj z espressa a Michal získal prvé miesto ako absolútny víťaz.

Baristická súťaž má aj edukačný osvetový význam pre laickú aj odbornú verejnosť, ktorá má možnosť navštíviť túto gastronomickú udalosť s možnosťou degustácie správne pripravenej kávy.

ANNA KRÁLIKOVÁ



Absolútny víťaz

Michal Šuhajda baristickú súťaž vyhral.

FOTO: ANDREA ČERTÍKOVÁ

ČO PREFERUJÚ SLOVÁCI

Kávové nápoje s mliečnou penou sú aktuálnym trendom v oblasti pití kávy.

„Slováci tiež dávajú prednosť prevapkávanej káve pred zalievanou,“ povedal prezident Slovenskej baristickej asociácie Stanislav Cibula, odborný garant baristickej súťaže Prievidzský rytier čiernej dámy.

„Trend u nás skôr smeruje k príprave kávy, ktorá je na báze mliečnych nápojov napríklad kapučíno, ktoré sa pripravuje s nejakými obrázkami. Tomu hovoríme latté art. Niektorí zákazníci si sami pýtajú, aký obrázok chcú a ten nápoj im už vizuálne dáva chuťové bunky, najprv im jedia oči a potom ochutnajú kávu,“ ozrejmil Cibula.

Do úzadia, ako ďalej priblížil, ide klasická zalievaná káva, preferujú sa prevapkávané kávy, filtrované, fresh press či espressá z domácich kávovarov.

V minulých rokoch bola marketingovo podporená aj cibetková káva, tá už však podľa Cibulu nie je taká populárna, a to pre chov cibetiek v zajatí, ktorým dávajú nekvalitné kávové zrná.

„Do popredia ide slonia či vtáčia káva a ďalšie rôzne na podobnom princípe. Niektorí zákazníci dbajú aj na to, ako sa dodávateľ a pestovateľ stará o svojich zamestnancov, či zachováva dažďové pralesy,“ doplnil Cibula.

TASR