

http://mam.ihned.cz/2-22508990-100000_d-a4 Češi pijí pivo nejraději

[Přejít do diskuse](#)

[\(0 příspěvků\)mam.ihned.cz](#) 28. 11. 2007 08:22 (aktualizováno: 28. 11. 2007 08:22)

Češi pijí pivo nejraději v hospodě, Němci doma

reklama

Češi pijí pivo ze všech Evropanů nejraději v restauraci, naopak popíjení zlatavého moku doma je láká ze všech nejméně, pouze 55 procent. Proti tomu v Německu, Polsku a Dánsku si na pivo doma pochutná 90 a více procent dotázaných. Ukázala to první část výzkumu provedeného v 15 evropských zemích, kterou nechala zpracovat společnost SABMiller, vlastník Plzeňského Prazdroje.

Ze studie vyplynulo, že 52 procent evropských respondentů preferuje z alkoholických nápojů pivo, víno 27 procent a jen tři procenta lihoviny nebo nápoje z nich. "Mezi muži je oblíba piva 57 procent, jako nejpreferovanější nápoj uvedlo pivo 39 procent žen," říká studie druhého největšího pivovaru světa.

"Češi sáhnou nejraději po pivu ze 65 procent, což je o 13 procent nad průměrem 15 zemí," řekl mluvčí Prazdroje Jiří Mareček. Dvojkou mezi alkoholickými nápoji je víno, které preferuje 26 procent dotázaných.

Obyvatelé 11 zemí konzumují pivo raději doma nebo na vlastní zahrádce. Pouze ve čtyřech státech si pivaři vychutnali svůj oblíbený nápoj častěji jinde, ve třech z nich měly minimálně navrch hospody. V ČR ale vyhrála restaurační zařízení o 20 procent.

Doma si v posledním měsíci dalo alespoň jednou pivo 55 procent Čechů, v restauracích 75 procent. Naopak ve většině ostatních zemí zmínilo konzumaci doma 82 až 92 procent tázaných a variantu "někde venku" uvedlo 45 až 60 pct. "Výzkum potvrdil, že pivní kultura je v Čechách na vysoké úrovni a tento nápoj hraje důležitou roli při setkáních s přáteli," dodal Mareček.

Průměrný čas, kdy si Evropané dávají ve všední den (kromě pátku) první pivo, je 18:23.

Nejdříve začínají Francouzi, v 17:10, nejpozději Italové, v 19:48, Češi v 18:47. Nejčasněji dopijí pivo Francouzi ve 20:33, nejdéle sedí u piva Němci, až do 22:59. Průměrný čas odchodu domů je 22:12, který Češi překračují v průměru o 26 minut.

Statistické šetření se koná v ČR, Belgii, Dánsku, Francii, Itálii, Maďarsku, Německu, Nizozemsku, Polsku, Rumunsku, Rusku, Slovensku, Španělsku, Švédsku a Velké Británii. V každé zemi odpovídá přibližně 500 respondentů, z toho 70 procent mužů. Výzkum zpracovává SABMiller na vzorku více než 7500 plnoletých osob, které pijí pivo alespoň jednou za dva týdny.

Pivo s příchutí je exportní záležitost

Zdroj: TISKOVÁ ZPRÁVA

Tradiční české pivo z malých pivovarů je ve světě stále více žádaným zbožím, které ale musí být přizpůsobováno požadavkům zahraničních konzumentů a podmínkám na

tamních trzích. Proto se v nymburském pivovaru vaří pro francouzské zákazníky Postřižinské pivo s karamelovou nebo citronovou příchutí, pro Švédy zase lehké výčepní pivo s obsahem alkoholu 2,8 %.

Postřižinský pivovar vyváží své pivo do mnoha zemí celého světa, jako je např. Německo, Francie, Itálie, Švédsko, Dánsko, Rumunsko, Finsko, Izrael, USA nebo Austrálie. Aby bylo možné prorazit na místní trhy, musí sládek v nymburském pivovaru uvařit nejen kvalitní a dobré pivo, ale také co možná nejvíce vyjít vstříc potřebám – zejména těm chuťovým – konkrétních zákazníků z jednotlivých zemí. Vaření tradičního českého piva tak lze bez nadsázky v dobrém slova smyslu označit za alchymii.

Jako kterýkoli jiný produkt lze i pivo „*uzpůsobit*“ požadavkům, resp. chuti, zákazníka. Protože Francouzům jako milovníkům vína hořkost piva vadí, dodává Postřižinský pivovar na francouzský trh dva druhy ochucených piv, a to s karamelovou a citronovou příchutí. V případě karamelového piva se jedná v podstatě o tradiční 11° pivo s obsahem alkoholu asi 4-7 %, které je dodáváno do země galského kohouta po celý rok. V případě piva s citronovou příchutí se jedná o čistě sezonní záležitost. Toto pivo je totiž určeno ke konzumaci na písčných plážích francouzských riviér za horkých letních dnů, a proto byl obsah alkoholu snížen na 3-3,5 %. „*Umíme samozřejmě uvařit pivo s různými dalšími příchutěmi, nebo dokonce s guaranou. Pravidelní účastníci červených slavností Postřižinského piva tak mohli už ochutnat např. pivo s příchutí ananasu, jahod, třešňi nebo banánů. Pivo s příchutí je ale téměř výhradně exportní záležitostí, český pivař je velmi konzervativní,*“ říká ředitel Pivovaru Nymburk Pavel Benák.

S jiným specifikem se zase setkáváme u Postřižinského piva, které směřuje na švédský trh. Zdejší zákon o spotřební dani totiž říká, že slabší piva s nízkým obsahem alkoholu jsou osvobozena od spotřební daně. Ve srovnání s „*vícealkoholickými*“ pivy jsou tak tato lehká výčepní piva velmi levná, a proto se jich prodá a vypije v této severské zemi nejvíce. Z tohoto důvodu vaří Postřižinský pivovar speciálně pro švédský trh exportní pivo Gold Bohemia Beer s obsahem alkoholu 2,8 %.

Oproti Francouzům mají Němci zase rádi, když má pivo říz a je pořádně hořké. Na německý trh je dodáváno nymburské pivo pod názvem Gold Bohemia Beer. Protože se všechny druhy Postřižinského piva vaří klasickým způsobem dvoustupňovým kvašením z vody, sladu, chmele a s přidáním kvasnic, je dodržen pro německého zákazníka velmi důležitý zákon o čistotě piva, tzv. Reinheitsgebot, který jmenovitě určuje, z jakých surovin musí být pivo uvařeno.

V blízké budoucnosti by se chtěl nymburský pivovar prosadit se svým pivem také na dalších zahraničních trzích, a to zvláště na těch východoevropských trzích, především pak na ukrajinském a ruském. „*Hledáme distribuční kanály, jak se na tyto trhy dostat. České pivo je zde hodnoceno jako jedno z nejlepších a jeho pití má už dlouhou tradici,*“ říká ředitel Postřižinského pivovaru Pavel Benák.

<http://www.beers.cz/index.php?detail=10554&sekce=1>

<http://www.chovani.eu/clanky/zobrazit/307-Nemecko>

V našem pivě není žádný „bullshit“, přesvědčuje Prazdroj německé zákazníky

velikost textu:

31. ledna 2008 8:07

"Ohne lemon. Ohne cranberry. Ohne bullshit." Tedy "Bez citronu. Bez brusinek. Bez dalších srágor," tak by se dala volně přeložit reklama, kterou se Plzeňský Prazdroj pokouší přesvědčit Němce o kvalitě svého piva.



foto: [Plzeňský Prazdroj](#)

Žádné zbytečné přísady.
Plzeňské pivo si vystačí
čisté, říká reklama
Prazdroje.

"Reklama používá štiplavější humor, Němci jí ale dobře porozumí. Německá obliba ředit pivo limonádou je všeobecně známá, proto jsou u našich západních sousedů také oblíbené různé módní výstřelky, jako piva s ovocnou příchutí," vysvětlil mluvčí Prazdroje Jiří Mareček, proč se firma rozhodla pro hrubší slova.

Druhou verzí je pak billboard s nápisem "Die Würde des Biers ist unantastbar," čili "Důstojnost piva je nedotknutelná." Oba obrázky odkazují na [jediné](#): že plzeňský pivovar se drží tradice a nehodlá do svého piva míchat žádné přísady.



"Českému pivaři to sice může trhat uši, ale v německých zemích je to celkem obvyklé. Když se namíchá Jim Beam s colou, taky se nikdo nediví," říká Jan Kočka z časopisu Svět piva.

Dodává, že ovocná piva se neobjevují pouze v Německu a Rakousku, tedy v zemích, které jsou pro takové míchání typické, ale také například v Belgii. "Tam ale probíhá přímo ovocné kvašení. Nejen smíchání piva a citronové limonády, což je ten klasický radler," dodal.

Kampaň spustil Prazdroj koncem loňského [roku](#) na billboardech v sedmi velkých německých městech převážně na území bývalé NDR, včetně Berlína. Poběží minimálně do konce března, objevila se také v časopisech.

V Bavorsku, které je považováno za pivařskou velmoc, reklama nasazena nebyla. Tam se ostatně od roku 1516 výroba piva drží zákona o jeho čistotě, který nařizuje, že se smí vyrábět jenom z [vody](#), sladu a chmele.

Mluvčí plzeňské firmy připomněl, že Pilsner Urquell je nejprodávanějším importovaným pivem v Německu. Za rok 2007 vzrostl vývoz o 3 procent

http://ekonomika.idnes.cz/v-nasem-pive-neni-zadny-bullshit-presvedcuje-prazdroj-nemecke-zakazniky-148-/ekoakcie.asp?c=A080130_144346_ekoakcie_maf

Francie: pivní trpaslík, který má žízeň

Autor: ČTK

15.12. 12:12



Francouzští pivaři patří ve své zemi, ve vinařské velmoci, k opomíjeným menšinám. Francie sice je ve světovém žebříčku pivním trpaslíkem, který se navíc stále zmenšuje, ale někdy také umí žíznit.

Pivní amatéři v zemi galského kohouta se shodují v tom, že jejich cílem není lámat rekordy a lít do sebe kvanta piv, jak nezřídka činí jejich sousedé za severními a západními hranicemi, ale vychutnávat si kvalitní pěnivé pití v malých dávkách, skoro jako aperitiv.

V metropoli země, ve které se vypije zhruba pětkrát méně piva na obyvatele než v Česku, je skoro s podivem, kolik restaurací nabízí třeba pět druhů točených piv. Nejčastěji nabízeným je domácí Kronenbourg, který nyní spadá pod dánský Carlsberg. Aktivně mu ale sekundují hlavně piva z Belgie a Nizozemska. Hospodští se většinou snaží nabízet všechny barevné

variaci. Kromě klasického zlatého moku třeba pivo bílé, tmavohnědé, vzácněji černé.

Vychutnávat všemi smysly

Piva ve Francii se čepují z menších soudků, než jak je zvykem v Česku, a také do menších sklenic. Pije se z třetinek, půllitr je pro Francouze takřka neznámý pojem. Štamgasti nemívají vyhrazený stůl, ale sedí většinou na baru přímo u pípy. Nejde přitom jen o kamarádství s výčepním, který si občas nalije s nimi, ale pití za zhruba tři eura (asi 75 korun) jim vyjde o několik desítek centů až půl eura levněji, než kdyby si sklenici nechali přinést ke stolu. Pak se už platí couvert, tedy obsluha.



Pokud chce mít pivař větší výběr, zamíří do podniků s cizími majiteli - buď belgickými nebo irskými. Francouzská pivní bible v této souvislosti nezapře své autory z vinařské země, kteří degustaci piva popisují úplně stejně jako kořování vína s důrazem kladeným rovněž na vnímání vůně a proměnlivost chuti až k pověstnému "ocásku", tedy poslednímu dojmu po definitivním spolknutí tekutiny.

Co do objemu produkce to jde ale ve Francii z kopce - množství vyrobeného piva v posledních letech rychle klesá. Podle údajů Sdružení francouzských pivovarů se ještě v roce 2004 výroba udržela na 20 milionech hektolitřů, loni to ale bylo jen 15 milionů. Pro srovnání - v šestkrát méně lidnatém Česku se v roce 2007 vyprodukovalo asi 20 hektolitřů piva. Spotřeba u národa s 63 miliony obyvatel byla loni přes 20 milionů hektolitřů, zatímco v desetimilionovém Česku přes 16 milionů. V přepočtu na hlavu tedy Češi jednoznačně vedou.

Sázka na inovace

Poměrně vysoká cena třetinky v hospodě patrně rozhodla o tom, že jen čtvrtina piv spotřebovaných ve Francii se vypije v restauracích. Větší část si Francouzi koupí v hypermarketu a vypijí doma.

Klesající spotřebu piva ve Francii se snaží pivovary zarazit inovacemi. Populární je třeba prodej malých soudků s přiloženou pípou. Více než 200 malých pivovarů se ve Francii snaží zaujmout také pivními slavnostmi a výstavami. Nebojí se přitom zaútočit ani přímo na srdce vinařských oblastí - naposledy před čtyřmi lety se třeba pivní festival konal v Bordeaux, tedy v posvátné baště milovníků vína.

http://www.tyden.cz/rubriky/apetit/pivo/francie-pivni-trpaslik-ktery-ma-zizen_95894.html

Francie a pivo?



Ač se většina z nás nad tímto spojením pozastaví, není to až tak nepravděpodobné.

Je bezesporu pravda, že Francie dává přednost vínu, ale přesto hraje pivo v této zemi svou roli. Francouzi mají své dobré i špatné stránky, ale záliba v gastronomii v nejednom z nás zanechá pozitivní dojem. Tak, jak si dávají záležet na jídle a na vínu se určitým způsobem promítá i do pivovarnictví. Dějiny zanechaly v tomto národě mnoho estetičnosti a kultury a konzumace piva není výjimkou. Člověk při procházce městy nemůže přehlédnout nespočet barů a hospůdek, které nejenom, že nabízejí možnost posezení i za nevlídného počasí na teráskách, ale i různé druhy pív. Pro našince dosti nezvyklý pohled na **různě tvarované sklenice na stopkách s objemem 0,25l**. Každá značka má své vlastní sklenice. Dalším rozdílem je i množství, které si místní debatující muži dopřávají. Jednu či dvě sklenky pijí opravdu dost dlouho. Čech se tomu může zasmát, ale oni si to vychutnávají a nezávodí – někdy až moc. Ono by to v podstatě ani jinak nešlo při průměrné ceně obyčejného ležáku v rozmezí **2-2,50 euro**.



Francouzská pivnice

Ale dost bylo srovnávání. Francie nejenže pivo pije, ale i vyrábí. Existuje mnoho pivovarů i pivovárků. Škála sahá podobně jako všude v Evropě **od nadnárodních velkovýrobců přes menší, až k těm nejmenším nezávislým soukromým**. Všechno toto je příkladně sjednoceno v Asociaci francouzských pivovarníků - <http://www.brasseurs-de-france.com> (bohužel jen ve francouzštině). Stránky jsou velmi líbivě vytvořené s obrázky a videi a dávají možnost základních informací ohledně piva, jeho výrobě a samozřejmě i pivovarech. Nalezneme zde i různé recepty s pivem, vztah piva ke zdraví, jak jej servírovat, něco o historii a další informace o dění okolo piva.

Zajímavostí je i to, že **Francie je pátým největším producent piva v Evropě**, byť v konzumaci na jednoho obyvatele za rok připadá **pouze cca 30l**, oproti českým cca 160l, avšak francouzská spotřeba stále stoupá. Francie díky své geografické poloze má i příznivé podmínky pro výrobu sladu. Už delší dobu se v jeho exportu drží na prvním místě na světě. Celkem 78% domácí produkce jde na vývoz, což činí 1.500.000 tun.

Francie dle údajů eviduje stoupající počet mikro-pivovarů a v roce 2008 jich bylo po celém státě rozeseto přes dvě stě. Mnoho podniků je sjednoceno právě na stránkách francouzských pivovarníků. Lze je najít pod abecedním seznamem- <http://www.brasseurs-de-france.com/#/adresses/1/>, kde se dají sehnat základní informace o daném pivovaru, anebo podle regionů přímo kliknout na mapu - <http://www.brasseurs-de-france.com/#/carte/>.

Po celém území se na čepu dá sehnat především **Kronenbourg**, je to největší francouzský výrobce spadající pod dánskou skupinu Carlsberg (4m. na světě, se 120 mil. Hektolitry). Pivovar byl založen v roce 1664 ve Strasbourgu a v současné době produkuje 7,5 mil. hl. ročně. Vyrábí mnoho druhů piva, jako je např. Grimbergen, 1664, Kanterbrau, ale i Guinness.

Další s velkých hráčů na trhu nesmí chybět **Heineken France** s výrobou 6,5 mil. hl., k jeho značkám patří Desperados, Pelforth, 33 export, Amstel i George Killian's.

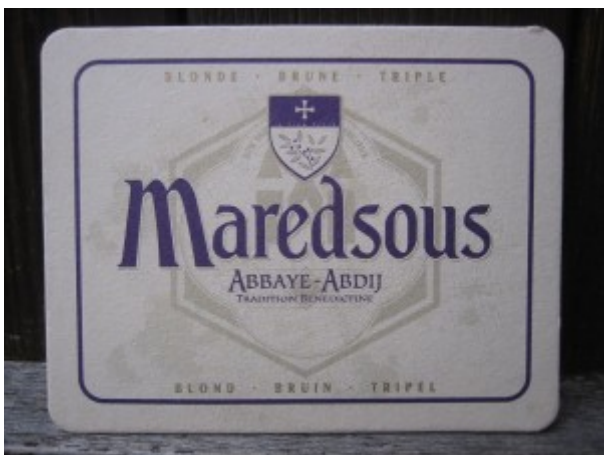
InBev nabízí své značky jako je hlavně Stella Artois, k tomu se často vidí Jupiler, Leffe a Hoegaarden.

Oproti těmto gigantům nabízejících své standardní spektrum značek, nemálo kdy si dosti podobných, stojí už zmíněné nezávisle, převážně jen regionálně známé pivovárky. Jelikož nemám zmapovanou ani zdaleka francouzskou pivní scénu, mohu uvést pivovar, který se mi podařilo lépe poznat. Jedná se o rodinný pivovar **Vauclair** ležící kousek od městečka Chaumont v regionu Champagne-Ardenne. Pivovar nabízí (pro našince) poněkud nevídanou škálu piv neb své pivo, výhradně svrchně kvašené, prodává v lahvích s korkovým špuntem „zadrátované“ stejně, jak to známe z lahví šampaňského. Pivo značky **La Choue** v lahvích o objemu 0,75l a 0,33l dokvašuje (dozrává) a dají se ochutnat Blonde, Brune, Blanche, Rousee a Triple. Pivo po nalití krásně pění a má kvasnicový zákal. I přesto, že jsme národem preferujícím spodně kvašené ležáky, doporučuji toto pivo ochutnat, neboť je opravdu vynikající. Jinak se dá sehnat v okolí i na čepu (v případě zájmu můžu přivést).



La Choue

V místních „hospodách“ se s trochou trpělivosti dají sehnat i piva mimo škálu velkovýrobců. Převážně se pak jedná o piva z Belgie, o klášterní speciality jako trappistický dubbel a tripel, plus další nabízená v lahvích. Na výčepu se pak objevují i belgická klášterní piva, která nesplňují kritéria, aby byla nazývána trappistická jako například **Maredsous**, nabízející mimo jiné silný, svrchně kvašený Brune. Samozřejmě i zmiňované pivo La Choue a další regionální pivovary, které se budu snažit i nadále ochutnávat, abych si rozšířil pivní obzor.



Maredsous

<http://www.pivnidenik.cz/clanek/4096-Francie-a-pivo/index.htm>

[Vytisknout článek](#)

 **Autor:**

[Jakub Rybníček](#)

 **Přidáno:**

07.12.2009 06:41

30.09.2008 12:00

Pivo nebo víno?

V pražských Kobylisích mi nedávno jedna paní řekla: „A stejně je ta mládež všude stejná. Konzum, počítače, alkohol...“ Alkohol? Stop – co pijí Češi? Pivo, stejně tak jako Němci či Belgičané. Ale pivo nelítostně konkuruje na první (a snad i druhý) pohled sofistikovanější víno.



Ovšem rozdíly mezi mládeží v jednotlivých zemích výběrem alkoholu nekončí, ačkoliv značí jisté rozpoložení, náladu, a snad i mentalitu. Stereotypnímu výkladu o dvou kulturách se lze vyhnout jen při skutečném poznání srovnávaných prostředí. Dnes tedy bude řeč o mladých lidech v České republice a Francii, neboť se můj dvacetiletý život spravedlivě dělí na deset let „tam“ a „tady“. Přesto, zadání hovořit o národu (či věkové skupině dle národu) jako celku je scestné, a proto lze mé následující postřehy jakkoliv zpochybnit, jelikož jsou subjektivní a zobecněné pro potřeby takového článku. Vztahovačnost umlčet, a urážet se nebude ani čtenář ani autor.

Pivo a víno, mokasíny a sandály...

Jestliže si mladý Francouz spontánně objedná skleničku červeného, většinou se člověk může těšit na intelektuální rozjímání o vztazích, filmech, literatuře (většinou klasické či tzv. avantgardní) ale především o politice. Nemít názor na politiku –nehledě na motivaci a hloubku takovýchto názorů – je totiž nanejvýš trapné. Politika je ve Francii národním sportem, který mladí začínají hrát kolem patnácti let. Francouzský politický vějíř skýtá mnoho barev, a tak mají výběr, od revolucionářů v teniskách přes vlažné proevropské středo-politiky až po "pročišťující" (čistotu kupodivu nevymyslel Mirek Topolánek) fašisty. Pokud mluvíme o mládeži ve Francii, musíme si uvědomit stratifikaci francouzské společnosti a z ní plynoucí sociální, ekonomické a kulturní rozdíly, které Česká republika nikdy nepoznala. Kromě klasické střední vrstvy se ve Francii vyskytují i skupiny problematické, jejichž frustrace před nedávnem vyústily v násilí v některých kritických čtvrtích, převážně obývaných francouzskými přistěhovalci z dob dekolonizace. V těchto místech se mládež přes den i večer znuřeně táhla po ulicích, protože podmínky bydlení jsou často katastrofické. Na opačném extrému najdeme tradiční aristokratické rodiny z Paříže či Versailles, kdysi pošlechtěné Ludvíkem XIV., což jim ovšem i ve 21. století redukuje okruh potenciálních přátel. K takovému životu patří tzv. „rallys“, večírky, které vždy pořádá jedna „dobrá rodina“ a pozve děti z jiných „dobrých rodin“, aby se za pár let „dobré rodiny“ spojily skrz svazky manželské.

Víceméně se dá říct, že ve Francii mezi mladými existuje jistá přirozená segregace, začínající v oblasti vizuální. Mladí se dobrovolně zařazují do kulturně-stylových skupin, jejichž dress code je první povinností, a tak se po ulicích procházejí individua v novodobých uniformách – arabská komunita chodí v hip hop mikinách s kapucí, značkových teplákách zasunutých do bílých ponožek, rockeři krátí kroky ve „slim jeans“ a oslepujících ofinách, neo-šlechtici nikdy nezují nablýskané mokasíny...

Zatímco v Čechách se mladí lidé v tričkách a sandálech (s ponožkami či bez) scházejí s půllitrem u stolního fotbalu a rezignovaně se shodnou na tom, že jediný možný postoj k politice je apatie, mladí Francouzi se nad silným kafem a novinami odhodlaně rozvášňují na

téma „poslední Sarkozyho projev“, a konverzace se neobejde bez euforických výkřiků a emotivních gest, ani bez hořkého patosu nad pokleslými hodnotami dneška... Degradaci světa ale popisují dívky v blyštivých balerínách a kluci v kašmírových šálách. Móda – té Francouzi opravdu rozumí, zatímco mít vkus, nedej bože nějak více extravagantní, je v Čechách ostuda (jde o poznávací znamení povrchních snobů), a přetrvává mýtus, že dobře se obléknout je luxus, na který každý nemá. Navíc – dobře oblečený mladý muž přeci musí být homosexuál, či alespoň neologicky metrosexuál. Ale buďme spravedliví – Jiřímu Kornovi se již všichni neposmívají, věci se mění k lepšímu a mladí Češi mají jistě citlivější estetické vnímání světa než jejich rodiče.

Humor a sebevědomí

Zásadní rozdíl mezi mladými lidmi v obou zemích je smysl pro humor: vzájemně si o sobě myslí, že žádný nemají, pomineme-li francouzské znalce vojáka Švejka či české fanoušky herce Louise de Funèse. Češi, poznamenaní humorem židovským, haškovským, i werichovoskovco-smoljako-zimmermanským, si dělají „srandu“ ze všeho, částečně proto, že jde o účinný obranný mechanismus před okolním světem, kterého se tradičně bojí (české suverenitě je 15 let), zatímco Francouzi si jej z historického hlediska přivlastňují a podřizují. Logicky tedy mají tendenci vše zesměšňovat lehce pohrdavým sarkasmem a ironií (o čemž svědčí nejoblíbenější filmy Francouzů, povětšinou přidržené a přisprostlé komedie), zatímco Čechům je bližší sebeironie a černý humor (přestože české komedie jsou obecně líbivé s úmyslem nikoho neurazit). Společný mají ovšem smysl pro absurdnost, ať už díky Franzi Kafkovi či Alfredu Jarrymu. Když se sejde mladý Čech a mladý Francouz, první druhému vyčte nafoukanost, pokrytectví a aroganci, druhý prvního obviní z otažitosti, nevychovanosti a mindráků. Zdá se, že nejvíce rozdílů skutečně plyne z rozlišné dávky sebevědomí.

Zatímco průměrný mladý Čech o všem pochybuje, a ze všeho nejvíce o sobě, jeho francouzský protějšek pochybuje pouze o tom, že by se mohl mýlit, neboť mít ten „správný“ názor je věc stylu, ega a dobré pověsti. Zatímco mladý Čech se mnohem snadněji nechá přemluvit a je až líným způsobem nekonfliktní, sedmnáctiletý Francouz nezná lepší sport než takzvané „débat“ a nezvítězit ve verbálním souboji je nepopsatelné ponížení.

Na závěr – Francouz nesmírně rád hovoří o sexu, zatímco Čech ho s dvouletým náskokem provozuje. Obecněji řečeno: Francouz mluví, Čech dělá. Z toho také plyne, kdo toho víc zkazí.

Problémem pro Čechy teď je, že Francouzům se předsednictví EU velmi daří – budeme stejně dobří, nebo si dokonce troufneme být lepší?

To abychom se na to raději napili – kobyliská paní měla pravdu.

Emma Pajerová Smetanová

<http://www.politoblog.eu/news/pivo-nebo-vino/>

Finské postřehy: Pivo

Dnes malé povídání o finských pivech. Pivo zakoupené v supermarketu má zásadně **4,4 % alkoholu**, silnější můžete koupit jen v předraženém [Alku](#). Jsou tady hrozně ujetí na **33 cl plechovky a sklenice**, které u nás dobrovolně nikdo snad ani neprodává, ani nekupuje. Na jedné straně je to legrační, na straně druhé to vychází dost drahé. V hospodě vám nenalijí půllitr, jak je běžné u nás, ale velmi často 33 cl, takže i když by se zdálo, že na akcích typu

one euro beer night until I am se přibližují českým cenám za pivo, tak to je prosím jen zbožné přání. V supermarketech apod. si můžete koupit větší plechovku, ale taky si připlatíte. Co je také zajímavé – ujíždějí na **plechovkách** a pivo ve sklenicích koupíte spíš málokdy. Nutno dodat, že plechovky jsou tady zálohované (0,15 €) a lze je vrátit. Pokud jste je nekoupili ve Švédsku ;).

Nejznámější piva

Hodnocení piv je relativní k Finským poměrům. U nás by mi asi nesedlo ani jedno z nich.

- [Karjala](#) (Karélie), slušné, velmi rozšířené pivo
- [Karhu](#) (Medvěd) je taky slušný a rozšířený
- [Lapin Kulta](#) (Laponské Zlato) se vaří v Tornio v Laponsku, je tady asi moje nejoblíbenější... má hezký modrý obal a prodává i pintové plechovky
- [Olvi](#) je opravdu hnusné pivo, ale čepuje se právě na takových těch levných akcích :/ (co se dá dělat, tohle je prostě Finsko)... Přísloví *vrána k vráně sedá* potvrzuje skutečnost, že Olvi má licenci na Starobrno ;)

Česká piva, která tu lze koupit

Nejčastěji lze vidět tyto:

- Kozel
- Budějovický Budvar (pod tímto názvem, protože tu lze koupit i americký Budweiser)
- Starobrno
- Krušovice
- Pilsner Urquell

Snad jsem na nic nezapomněl. Viděl jsem tu i čepovaný Rebel (heh!) v reggae baru a divná piva v Alku jako [Rohozec](#) nebo [Novou Paku](#), o jejichž existenci jsem snad ani netušil a když jsem je v regálu (v Alku spíš úhledné policiče) našel, dost jsem nechápal :).

Ceník

Jak lze nakupovat pivo:

- jedno pivo v hospodě (0.5 l) ... **4–5 €**
- plechovka Pilsneru ... **2.45 €**
- karton 24 malých (0.33 cl) plechovek Karjala ... **od cca 18 €**
- pivo (0.33 cl) v hospodě při happy hours ... **1 €, 2.50 €**

Kluby, diskotéky. Toto si nepamatuju dokonale, takže pokud to je nepřesně, nekamenujte mě:

- vstup do *Hevimesta* (rock/metal, šatna v ceně, v Po a St do 01:00 jsou 1 € piva) ... **4 €**
- šatna v *Kaarle* (vstup zdarma, piva normálně drahá) ... **kolem 2–3 €**
- šatna v *Onella* (největší diskotéka tady, vstup zdarma, piva do 3 € asi) ... **kolem 2–3 €**
- šatna+vstup v kabaretu (nebyl jsem tam, nevím jak se to píše, tuším že nemají ani slevy na piva) ... **8–9 €**

Konec párty

Každá akce ve Finsku musí dle zákona **končit ve 3:00 nebo nanejvýš ve 3:30**. Po této hodině nikde nic už není. Tento limit se dodržuje velmi přísně. Všechny podniky mají své **sekurit'áky**, kteří jsou všeobecně respektovaní a diskotéku či klub v danou hodinu prostě zavřou za jakoukoliv cenu. Vzhledem k alkoholismu Finů si taky umí velmi zkušeně poradit s opilci (to neznamená vždy agresivní cestou – spíše naopak). Jediné, co je otevřené stále je McDonald's a benzínky. Na **nonstop obchody** zapomeňte – běžné obchody i obrovské supermarkety nevybočují z běžné otvírací doby (všední dny tuším do 21:00, v sobotu do 18 hodin a v neděli to snad ani nejede... v So po 18 hodině nakoupíte možná tak v pizzerii nebo na benzínce). I kdyby byly supermarkety nonstop, Alko má státem dané otvírací hodiny a je i dáno, v jaké dny a do kolika hodin se smí vůbec **prodávat alkohol** (typicky nějaké nepříliš pozdní večerní hodiny).

Dokonalé Finsko

Tak snad jsem napsal zase pro změnu něco, co mě na Finsku sere ;) . Ale zase ceny je třeba brát tak, jak je berou Finové. Pro ně je 10 euro asi jako u nás... nevím, třeba tak 50 korun. Možná kilo. Možná. Takže pokud tu žijete delší dobu, nemůžete přepočítávat. Nekoupili byste si absolutně nic a do konce pobytu byste *žrali těstoviny*. Musíte se dívat na to, co je nejlevnější a koupit to. A zakázat si násobení 29 ;) . Nebo 28? Nějak ten kurs už nesleduju :D .

Tags: [erasmus](#), [finsko](#)

<http://blog.javorek.net/finske-postrehy-pivo/>

Maďaři a pivo

[Gregor Martin Papucsek \(gmp\)](#) 07.09.2001

Hlavní pivní sezóna už víceméně skončila, letní horka skončila, a tak i Maďaři už v pití piva trochu přibrzdili. Trochu nostalgicky si na "pivní měsíce" zavzpomíná a zafilozofuje náš budapešťský spolupracovník Gregor Martin Papucsek.

Výrobci piva v Maďarsku si nemohou stěžovat. Už druhý rok trvá stoupající trend spotřeby "tekutého chleba". Maďaři už nejsou tak citliví na to, že jde v podstatě o cizí pivo, a nevadí jim, že všechny pivovary vlastní rakouské, německé, holandské, a dokonce jihoafrické firmy. Hovořím o tom proto, že tomu tak nebylo vždycky. Hrdí Maďaři ve druhé polovině 19. století dokonce tento mok bojkotovali, protože symbolizoval rakouskou nadvládu. Došlo k tomu poté, co Habsburkové krutě potlačili revoluci v letech 1848-49. Na plných 150 let se Maďaři zavázali, že když už si pivo dají, nebudou si jím připíjet. A opravdu: v Maďarsku si pivními korbely neřukali, tento zvyk se rozšiřuje znovu až v posledních letech. Vždyť 150 let starý závazek vypršel...

Spotřebě piva přálo i - v pořadí druhé - horké léto, kdy se za dva měsíce vypilo tolik piva jako dohromady za ostatní měsíce a možná i víc, než je vody v Balatonu. Kromě letovisek se pivo

konzumuje hlavně na třech kolosálních akcích. Začátkem srpna se mládež z celé Evropy schází na starobudínském ostrově, kde kdysi byly loděnice a kde tento rok už po desáté uspořádali takzvaný "maďarský Woodstock". Pivo tam teklo proudem. Potom se koná Velká cena Maďarska, kdy více než 300 000 návštěvníků na Hungaroringu uspořádá závody i v pití piva. A do třetice - právě minulý víkend se tu konala "Budapešťská paráda", něco jako berlínská "Love Parade", kdy centrem města prošlo a na největším budapešťském náměstí se vybouřilo nejen při techno-hudbě půl milionu mladých lidí. Lahve a plechovky od piva po nich uklízeli dva dny.

Trochu menšího kalibru bývají pivní festivaly po celé zemi. Zásadně chodím jen na ty, kde se zároveň opéká maso - před pár lety jich bylo víc, ale údajně onemocněl vousatý strýc, který byl hlavním maďarským specialistou na pečení masa a chodil z akce na akci. Jistě bude chybět v následujících měsících, kdy půjde do tuhého v rámci předvolební kampaně. Politické strany se budou muset spokojit s gulášem, ke kterému - mimochodem - se pivo hodí také.

Při pivu se také dobře filozofuje. Například o životě. Představte si, že do zavařovací sklenice vložíte větší kameny. Když je pohár plný. Když je sklenice plná, můžete tam přidat i drobný štěrk nebo písek. A velké kameny znamenají podstatné věci v životě: rodinu a zdraví. Štěrk zase méně důležité, jako je práce, byt, auto. A písek znamená jen zanedbatelné drobnosti. Když do sklenice nasypete nejdříve písek, nezůstane už místo na důležitější věci v životě. Takže: je třeba se soustředit jen na kameny. Tímto způsobem znázornil v zahradě pod velkým stromem smysl života můj starý přítel. Když však zamyšleně hledím na sklenici naplněnou kameny, štěrkem a pískem, najednou kamarád vyskočí, přinese další pivo a nalije ho do poháru. A co z toho vyplývá? Ať už máš jakýkoliv život, na jedno pivo si v něm vždycky musíš najít místo...

<http://www.rozhlas.cz/svet/portal/zprava/14853>