



Серпень-вересень
2007 рік
№ 8 (108)

ГАЛИЦЬКА КАВА



Рекламно-інформаційна газета СП "Галка Лтд"

Українські традиції

СОРОЧИНСЬКИЙ ЯРМАРОК – родзинка української самобутності

Впродовж кількох днів цього року тривав на Полтавщині Національний Сорочинський ярмарок, який завершився 19 серпня. Загалом понад 200 підприємств із України, Росії, Молдови, Польщі, Грузії, Білорусі, Німеччини та інших країн представляли на ньому свою продукцію. А якщо до них додати ще понад 300 приватних підприємців, майже стільки ж майстрів народних промислів, близько півсотні закладів громадського харчування, а також понад мільйон відвідувачів, то захід справді виявився велелюдним. Працювали у Великих Сорочинцях і наші представники з рекламного відділу СП "Галка", а також їхні колеги з ТзОВ "Галка-Полтава".



Ярмарок у Великих Сорочинцях – це єдина загальнодержавна виставка-ярмарок в Україні, яка діє на підставі Положення та за Наказом Президента з 1999 року і має статус Національної.

Метою проведення Ярмарку є стимулювання ділової активності, розвиток економічних зв'язків між регіонами, висвітлення досягнень вітчизняного виробника. Описаний видатним письменником М.В. Гоголем, Сорочинський Ярмарок на сьогоднішній день зумів зберегти народні елементи. Тому це не просто виставка-

ють учасників майже зі всіх областей України та з-за кордону. Ярмарок широко висвітлюється в засобах масової інформації та має широкий міжнародний резонанс.

З метою популяризації досягнень учасників Ярмарку, найкращі з них отримують номінації та дипломи. Хочеться зазначити, що продукція Торгової марки "Галка" теж була цього року відзначена почесним Дипломом Національного Сорочинського ярмарку.

Не є таємницею те, що смаки та вподобання людей є різними, тому й на виставці-ярмарку в селі Великі

Сорочинці була представлена вся гамма кавової продукції Торгової марки "Галка" – кава в зернах та мелена, розчинна кава та напої, сублимована кава, латте та капучіно, дитячі кавові напої, натуральні чаї, фітчаї, кавове шоколадне драже тощо. Під час дегустації кави та купівлі львівської продукції люди мали можливість відразу



Традиційна Національна Сорочинська виставка-ярмарок збирає на сьогоднішній день сотні тисяч глядачів не тільки з України, а також і інших країн світу. Сорочинський ярмарок увібрав в себе історію та традиції України, її національного буття.

продаж товарів, це також Всеукраїнський художній фестиваль за участю колективів із всієї України, а також зірок української естради.

Яскраве дійство щороку збирає понад мільйон людей. Великі Сорочинці прийма-

придбати її у представників ТзОВ "Галка-Полтава" у Полтавській області. Захід супроводжувався приємними і несподіваними для споживачів подарунками від "Галки".

(Закінчення на стор. 2)

Інформовини

НАЦІОНАЛЬНА КОРПОРАЦІЯ ПОСТАВКИ ТОВАРІВ (CONAV) НАДАЛА ВІДОМОСТІ ЩОДО ВРОЖАЮ КАВИ 2007/08 РОКУ

Національна Корпорація Поставки Товарів (Conav) повідомила, що бразильські фермери зібрали 63% з прогнозованих 36.5 млн. 60-кг мішків кавового зерна з врожаєм 2007/08 року до 10 липня, що більше від 56% тиждень тому і проти 48% рік тому, заявив аналітик Safras & Mercado. Робусти зібрали разом 93%, більше від 87% у попередньому тижні і 86% торік. Зібрано 49% арабіки, яка дозріває пізніше, більше від 43% тиждень тому і проти 37% в минулому році.

ВИРОБНИКИ ГОНДУРАСУ ВИМАГАЮТЬ РЕФОРМИ І ДОДАТКОВИХ КРЕДИТІВ

Сотні кавовиробників знову об'єдналися в чотири великі організації, які протестували і вимагали кращого доступу до додаткових кредитів, разом із затвердженням спірної реформи існуючого довірчого фонду, який утворили в 2003р. З теперішнього фонду користаються 40.000 кавовиробників і він фінансується \$9-відрахуванням за кожен 48-кг мішок проданої кави. На думку впливових людей, які прощтовхують дану реформу, з неї скористає додатково 30.000 отримувачів кредиту. Кава є третьою за величиною статтею прибутку в країні і дає приблизно \$400 млн. за рік.

СТАРІ ДЕРЕВА ВИЛУЧАТИМУТЬ ІЗ КАВОВОГО ВИРОБНИЦТВА САЛЬВАДОРУ

Кавові дерева Сальвадору наближаються до межі "пенсійного віку" і службові особи з індустрії заявляють, що минула основа економіки повільно відходить в історію. Незважаючи на те, що більша частина сучасних технологій вирощування кавових дерев дотримується думки, що дерева необхідно насаджувати через 15-20 років, середній вік кавових дерев в країні значно більший. Внаслідок цього врожаї тепер є набагато нижчими від світових норм і сектор може ніколи не вийти з кризи, в яку він потрапив через борги фермерів після рекордно низьких цін в останньому десятиріччі. Згідно з повідомленням Фондації Дослідження Кави Сальвадору, врожаї в середньому тепер становлять приблизно дев'ять 60-кг мішків зеленої кави з 1 га, менше половини того, що фермери збирали в 1991/92 роках. Едуардо Естев з торгового гіганта ECOM нещодавно заявив, що врожаї менше 10 мішків з 1 га є неприйнятними на сучасному ринку. Інші аналітики погодились, що низьковрожайні ферми приречені.

McDONALD'S ХОЧЕ ОТРИМАТИ РИНКОВУ ЧАСТКУ КАВИ СПЕЦІАЛЬНОЇ

McDonald's Corp. нещодавно повідомила, що сподівається отримати ринкову частку у роздрібних торговців кави спеціальної у США, оскільки готується розширювати свої пропозиції латте, капучіно і охолодженої кави. В 2006 році McDonald's впровадила нову кавову суміш у своїх ресторанах в США, позаяк хотіла збільшити продаж сніданків. Цей крок був гучним успіхом і мережа гамбургерів зараз пропонує ароматизовану охолоджену каву, напої еспресо і солодкий чай в тисячах закладів. Компанія повідомила, що сніданок є найбільш прибутковим часом дня McDonald's.



❖ Українські традиції

“На ярмарку ми мали нагоду поспілкуватися із мешканцями різних областей України, з іноземними туристами, які відвідали свято, – розповідають працівники рекламного відді-

врення від львівської кави у відвідувачів залишилися надзвичайними. Після дегустації натуральної меленої кави, навіть ті споживачі, котрі до цього були прихильниками “роз-

ТМ “Галка” та “Еспресо Класік” від ТМ “Bank of Coffee”.

Широсердечна атмосфера, яка панувала на експозиції “Галка”, створалася зусиллями працівників рекламного відділу та “Галка-Полтава” – Любові, Надії та Катерини. Особливо приємним для “галківчан” став той факт, що скуштувавши та придбавши продукцію, навіть ті люди, які вперше відкрили для себе Торгову марку “Галка”, оцінили якість придбанної кави та приходили декілька днів поспіль за новими покупками.

Останні шість років Торгова марка “Галка” не брала участі в Сорочинському ярмарку, а отже, для нас це було майже новим відкриттям знову відчутти смак українського духу та розмаїтості святкової атмосфери під спекотним сонечком Полтавщини. І, звісно ж, ще однією нагодою представити гідний асортимент продукції Львівської кавової фабрики “Галка”, подарувати оточуючим насолоду від кави.

Враховуючи рідкісний збіг імен дівчат-“галківчанок” на Сорочинському Ярмарку, – **Віра, Надія і Любов**, – ми щиро **віримо** та **надіємося**, що споживачі і надалі віддаватимуть перевагу нашій продукції та **полюблятимуть** каву від торгової марки “Галка”.

Ярмарковий рух в Україні має багатовікову історію

І це справді так. Адже в 40-х роках XIX ст. тут діяло 12 тисяч ярмарків, у тому числі 178 великих і середніх. Сорочинський не був ні найбільшим з них, ні найви-

любов до України, глибоке знання скарбів української народної творчості та своєрідність побуту свого народу. В повісті «Сорочинський ярмарок», що є складовою



лу Львівського СП “Галка”. – Зокрема, серед гостей були мешканці Росії, Індонезії, Польщі, Італії, Канади, США. Аромати кави не дозволили спокійно оминати нашу експозицію і телевізійникам каналу “Інтер”. Приємно, що

чинки”, змінювали свої вподобання на користь натуральної кави. За п’ять днів нашого перебування у Великих Сорочинцях понад 2000 осіб мали змогу скуштувати такі види кавової продукції як “Гердан”, “Еспресо” від



домішим. Село Великі Сорочинці Миргородського району, напевно, й залишилося б, як і багато інших сіл Полтавщини, маловідомим, якщо б його не прославив на віки видатний письменник Микола Васильович Гоголь. Саме

частиною «Вечорів на хуторі біля Диканьки», Микола Васильович відтворив поезію народного життя, майстерно поєднавши все це з дотепним гумором.

Ярмарки продовжували існувати до 20-х років XX століття. З

СОРОЧИНСЬКИЙ ЯРМАРОК – родзинка української самобутності*

* Закінчення. Початок на стор. 1.



тут, у будиночку, який на початку XIX ст. належав відомому тоді на Миргородщині лікарю М.Я. Трохимовському, і народився майбутній митець.

У часи М.В. Гоголя поселення мало статус містечка. У давнину воно ще називалось Краснопіль, а з 20-х років XVII ст. вже мало назву Сорочинці. З введенням Б. Хмельницьким на визволеній від польських магнатів і шляхти території нового полкового адміністративно-територіального і військового устрою, Сорочинці стають сотенним містечком Миргородського полку. Тут з’являються маєтності козацької старшини. Дбаючи про Україну і про розвиток своїх маєтків, у 1732–1734 роках у Сорочинцях, на замовлення Данила Апостола, на той час козацького гетьмана, споруджується гарна мурована Спасо-Преображенська церква у стилі бароко. В інтер’єрі панує чудовий семиярусний різьблений іконостас, утворений трьома іконостасами, які містять сто ікон. На стіні бабинця – гетьманський герб.

22 березня 1809 року в церкві зроблено запис до церковної книги: «20 березня (за діючим тоді юліанським календарем, а за новим григоріанським календарем дата народження М.В. Гоголя – 1 квітня) у поміщика Василя Яновського народився син Микола і хрещений 22 березня».

У своєму першому творі з циклу повістей «Вечори на хуторі біля Диканьки» (1831–1832 рр.), які принесли М.В. Гоголю велике визнання, письменник виявив



цього часу вся торгівля в селах перейшла до кооперації та під контроль держави.

З 1966 року ярмарки починають відроджуватись, і започатковує цю давню традицію Сорочинський ярмарок. На нього з’їжджалося чимало представників різних організацій, торгових підприємств та виробників не лише з Полтавщини, але й з багатьох інших областей. Багато людей приїздило в Сорочинці, щоб придбати різноманітні, дефіцитні на той час товари. Покупців не зупиняло навіть те, що ярмарковий майдан являв собою необладнане поле, без будь-яких умов для учасників та гостей.

Період перебудови та розпаду Радянського Союзу, перших років Незалежності, коли Україна потерпала від суцільного товарного голоду та інфляції, міг стати початком кінця Сорочинського ярмарку. Він проводився вже практично за інерцією, але не викликав ні в кого ентузіазму, ані в організаторів, ані в учасників і був головним боєм, і для тих, і інших. А сам ярмарок, ніби жива істота, терпів і чекав, коли ж, врешті, з’являться люди, яким він буде небайдужий, і які захочуть повернути його до життя. І дочекався...

Рекламний відділ СП “Галка”.



◆ Інформновини

ПАЛИВНА КРИЗА ТА ЇЇ НАСЛІДКИ ДЛЯ КАВОВОГО СЕКТОРУ УГАНДИ

Паливна криза в Уганді вразила кавовий сектор через нормування енергії та скорочення палива для теплових електростанцій, повідомив звіт DJ. Керівник угандського провідного експортера кави, Kuagalany Coffee Company Ltd., вважає, що компанія зменшила на половину свій випуск через скорочення енергії. Kuagalany обробляє приблизно 45% кавового виробництва Уганди. Угандське міністерство енергії та мінералів повідомило, що скорочення палива відбулось у зв'язку з технічними несправностями на нафтопроводі Момбаса-Елдорет в Кенії. Угандські автоцистерни для пального тепер повинні їхати в Момбаса, щоб отримати паливо. Уряд нещодавно оголосив, що його паливні запаси закінчилися. Уганда стала більш залежною від теплової енергії в 2006 році після того, як рівні води на її основній гідроелектростанції на річці Ніл зменшились, змушуючи її зменшити випуск на половину.

ДРУГА ЧЕРГА ПОЗИК ДЛЯ КАВОВИРОБНИКІВ БРАЗИЛІЇ

Уряд Бразилії виділив другу чергу низько-відсоткових позик на суму 90 млн. бразильських реалів (\$44.5 млн.) для кавових виробників, після випуску першої черги позик на суму 80 млн. бразильських реалів. Малоімовірно, що нові позик матимуть великий вплив на кавовий ринок Бразилії, тому що фермери мають гроші і доступ до позик приватного сектору. Готівка допоможе їм утримувати свіжі кави, але урядові позик підлягають виплаті до кінця року. Фермер може взяти позик на суму до 200.000 бразильських реалів під 9.5% за рік, порівняно зі звичайними 12.5% за рік. Уряд відклав окремо 450 млн. реалів для збирання врожаю і 426 млн. реалів – для догляду за врожаєм.

ПОЛЬСЬКИЙ RUSN ЗАПРОВАДИТЬ ЗАГАЛЬНОНАЦІОНАЛЬНУ МЕРЕЖУ КАВ'ЯРЕНЬ

Польський державний дистрибутор преси планує створити загальнонаціональну мережу кав'ярень, входячи таким чином на новий ринок, вартістю 500 млн. польських злотих (\$177.4 млн.) щорічно, повідомила місцева преса. Rusn планує створити мережу франчайзингових кав'ярень і стати лідером на внутрішньому ринку. Його перша торгова точка відкрита у Варшаві в травні 2007 року. Раніше компанія повідомила, що вона інвестує 163 млн. польських злотих (\$57.8 млн.) у розширення в 2007 році і 572 млн. польських злотих (202.9 млн.) у 2008/09 році.

ПРОГРАМА ОПЦІОНІВ КАВИ 2007/08 РОКУ В БРАЗИЛІЇ

Міністерство с/г повідомило, що розпочинає програму приватних опціонів для 6 млн. 60-кг мішків кави, зібраної з врожаю 2007/08 року (липень/червень). Крок спрямований на допомогу виробникам продавати свою каву більш рівномірно протягом наступного сезону і уникати зосередження продажу під час збору. Міністерство запевняє, що надасть 200 млн. бразильських реалів (\$97 млн.) для фінансування програми, яка дає виробникам право продавати каву 31 жовтня і 30 листопада. Уряд встановить ціну виконання опціону власником і ризикне надбавкою.

ЗАНЕПОКОЄННЯ КАВОВИХ ФЕРМЕРІВ ТАНЗАНІЇ

Танзанійське виробництво робусти 2007/08 року є під загрозою після в'янення кави в провідних регіонах з вирощування – Букова, Карагве і Міченій, повідомили промислові джерела. Захворювання вразило приблизно 40% дерев робусти в цих районах. Робуста становить чверть річного кавового випуску країни, який оцінено у 50,000 тонн в 2007/08 році, що більше ніж 45,000, вироблених в 2006/07 році.

Наталія Кудрик,
Оксана Чолач.
Переклад з англ.



Унікальний сорт кави "Бурбон Пуантю" надійшов у продаж в Японії

◆ Відновлене кавовиробництво

За підтримки французьких урядових кіл в Японії вдалося відновити комерційні масштаби виробництва одного із найдорожчих сортів кави "Бурбон Пуантю", історія якого розпочалася ще за часів розквіту династії Бурбонів у Франції.

В Японії надійшов у продаж унікальний сорт кави, який був повністю втрачений у першій половині минулого століття. Стверджується, що кава сорту "Бурбон Пуантю" була улюбленим напоєм французького короля Людовика XV і письменника Оноре де Бальзака. Кавова компанія UCC Veshima Coffee відтворила цей кавовий сорт



Людовик XV

на плантаціях острова Реюньон (заморський департамент Франції) в Індійському океані. 100 г зерен обійдуться кавоманам у 7350 ієн (близько \$ 60).

Історія цього легендарного сорту кави сягає часів розквіту династії Бурбонів у Франції. За наказом короля Людовика XV Вест-Індська компанія доставила кавові зерна із Сьмену на острові Реюньон, де з ними сталася доволі рідкісна подвійна мутація. Відтак вмист кофеїну у каві зменшився майже удвічі. А напій із зерен набув особливо вишуканого солодкого аро-

мату та бездоганного досконалого смаку.

На початку XIX століття кавові плантації постраждали від ударів циклонів та посухи. Відтоді обсяги врожаю поступово почали скорочуватися. Остання партія "Бурбон Пуантю" була відправлена з острова у 1942 році.

Японська компанія у 1999 році вирішила все ж таки відновити "улюблену каву французьких королів". У співпраці з місцевою владою на Реюньоні були знайдені близько 30 кавових дерев цього сорту, що збереглися. За підтримки французького уряду японцям вдалося відновити комерційні масштаби виробництва унікальних зерен. В Японії, куди цьогогоріч надійшли всього лише 2 тис. мішків "Бурбон Пуантю", вона вважається одним із найдорожчих сортів.

За матеріалами інтернет-сайту.

◆ Кавоспоживання

Кавова асоціація Бразилії передбачає зростаючий попит

За останні два роки бразильські кавові обсмажувальники об'єднали зусилля з урядом, щоб збільшити кавове споживання. Ці спроби виправдовують себе, повідомив президент бразильської Асоціації кавової промисловості (ABIC).

Кавовий відділ міністерства с/г нещодавно повідомив, що бразильці споживуть 17.3 млн. 60-кг мішків кави у фіскальному 2007 році, що більше ніж 16.3 млн. в 2006 році. Якщо Бразилія виробить 33 млн. мішків, на які сподівається уряд у 2007/08 році, то місцеві споживачі будуть потребувати більше ніж половину з них.

Місцеві обсмажувальники мають державні фонди, які допоможуть їм досягти мети у 21 млн. мішків до 2010 року. В 2004 році бразильський державний кавовий фонд, відомий як Fufsafe, дав кавовим обсмажувальникам

\$2 млн. для продажу їх продукції через телебачення та у супермаркетах. Трьома роками пізніше цей показник збільшився втричі до \$6.5 млн.

ABIC заснував довготермінову комерційну кампанію, показуючи що кава не дуже відрізняється від зростаючої кількості енергетичних напоїв на ринку сьогодні. Послання звучить як: "кофеїн змушує вас рухатись". І не лише це. Сектор доклав багато зусиль в останні чотири роки для покращення якості. Завжди вважали, що Бразилія відвантажує свою найкращу каву в Європу, Японію і США і залишає найгіршу каву для місцевого споживання. Це поняття тепер змінилось, сказав президент ABIC.



◆ Африканські перспективи

Кавові фермери Африки серед основних вбачають питання якості своєї продукції

Значно збільшені ціни на каву додали оптимізму кавовим фермерам Африки. З додатковим використанням робусти в суміші і зростаючою популярністю сектору елітної кави перспективи на майбутнє видаються кращими, ніж були кілька років тому.

Завдяки тимчасовому дефіциту на робусту ціни на лондонському ринку ф'ючерсів зросли до рівня семилітньої давнини. Проте, вони будуть змушені залишитись приблизно на теперішніх рівнях, щоб гарантувати підтримку інтересу до кави.

Одним із основних питань якості кави в Африці є збільшене миття кавових зерен і відокремлення їх від кісточок. Через брак води більшість африканських фермерів все ще використовують суху технологію відокремлення і це зменшує попит на готовий продукт і дає менші надбавки.

Підбадьорює африканських виробників кави

водночас і те, що чимало супермаркетів в Об'єднаному Королівстві Великої Британії та інших європейських країнах мають у продажу кави для взаємовигідної торгівлі, а два провідних супермаркети в Британії недавно заявили, що продаватимуть лише африканську каву і чай.

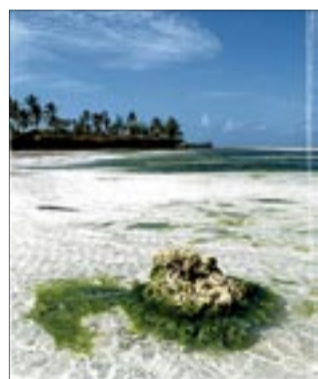
Сьогодні десять провідних східно-африканських країн-виробників планують створити спільну кавову біржу в наступні п'ять років, щоб координувати процес сертифікації для структур взаємовигідної торгівлі. Такою спільною біржею керуватиме Східно-африканська Асоціація Вишуканих Кав (EAFCA), до складу якої належать Кенія, Уганда, Танзанія, Малаві, Зімбabwe, Руанда, Бурунді, Замбія, Демократична Республіка Конго, Ефіопія.

F.O.Lights.



◆ Кавовий сектор

Загальнонаціональна кампанія заміни кавових дерев у Танзанії



Інститут Розвитку Кави Танзанії (TCRI) розпочав загальнонаціональну кампанію щодо заміни старих дерев арабіки на нові високоврожайні види, тому що країна намагається відновити свій кавовий сектор, як заявив Інститут в своєму звіті.

Танзанія розпочала втілювати загальнонаціональну програму повторного насадження дерев, за якою фермери отримали до 6 млн. саджанців і половина з них були високоврожайні сорти. Державна Рада Кави Танзанії оцінила, що програма насадження пожвавить річне виробництво кави в країні до 2 млн. мішків до 2010р. з теперішніх в середньому 800.000. Арабіка становить 75% всього виробництва кави в Танзанії.

◆ Нові ідеї

Agitor – новинка від британського винахідника

Британець Крайтон Шлибах та його компанія Tinkates розробили пристрій, який здатен розм'яшувати гарячий напій у закритій чашці.

Секретом Agitor є м'яка пластикова мембрана, що розташована всередині горнятка, біля дна. Мембрана має маленькі отвори, крізь які всмоктується рідина. Коли користувач натискає пальцями на дно чи стінки

горнятка, рідина виходить із мембрани і перемішує його вмст.

Британський винахідник гарантує, що, користуючись емкістю Agitor під час хвилини, поїздки в авто чи поїзді, людина не обпечеться окропом. А напоєм може бути не тільки кава, чай і гарячий шоколад, але й суп, бульйон швидкого приготування тощо. *За інтернет-повідомленням.*

◆ Рекламна акція

На вулицях Токіо встановлено автомати із безкоштовними кавою та соком

Запроваджене нововведення зовсім не є щедрістю японських виробників напоїв, а способом розповсюдження своєї реклами, повідомляють місцеві джерела.



Справа в тім, що автомати матимуть сенсорні дисплеї, але слугуватимуть вони не для того, щоб обрати напій: впродовж 30 секунд, потрібний для його приготування, транслюватиметься рекламний ролик. Разом із тим, клієнт отримує картонний стаканчик, на якому також вміщено рекламу.

Як сподіваються автори ідеї, одна з рекламних компаній японської столиці та виробник торгових автоматів Arax Corporation, – захід має окупити всі видатки, адже це не просто реклама послуг, але й продаж рекламного місця іншим компаніям.

Один стаканчик коштуватиме рекламодавцю 70-80 ієн, а якщо пропозиція знайде свого споживача, то поступово в країні будуть встановлені 35 тис. кавоавтоматів із безкоштовними напоями. За попередніми підрахунками, кожен автомат дасть прибуток у 5-6 млн. ієн (близько \$ 50 тис.) щорічно.

Prima Media.

◆ Іноземні інвестиції

Пропозиція Starbucks для індійського підприємства

Кавова мережа з США Starbucks Corp. запропонувала індійському уряду запровадити роздрібні магазини з однією торговою маркою в країні, повідомила місцева преса.

Нове призначення прийшло за три місяці після того, як Рада Сприяння Іноземним Інвестиціям в Індії, яка робить розрахунок всієї іноземної інвестиції в країні, затримала попереднє призначення компанії Starbucks сподівається відкрити свій перший магазин в Індії до кінця 2007р., або в Нью-Делі або в Мумбаї. Теперішні закони країни дозволяють іноземним компаніям відкривати роздрібні підприємства в Індії за умови, що вони продаватимуть продукцію лише під однією торговою маркою.



❖ Традиції народів світу

Країна Ранкової Свіжості та її чайно-кавові традиції



До сих пір ставлення до трапези, кавової і чайної церемонії у мешканців Країни Ранкової Свіжості, як здавна називають Корею, дуже серйозне. Хоча Корея географічно не надто велика, її кухня, традиції надзвичайно різноманітні і багаті, вони різняться в кожному окремому районі, починаючи від північних провінцій Кореїського півострова, і закінчуючи його південними околицями, й мають свої особливості.

Кава користується великою популярністю серед місцевих жителів, хоча їхні предки ще зовсім недавно й гадки не мали про ароматний кавовий напій. Сьогодні ж у Кореї кава в моді скрізь. Втім, навіть у престижних ресторанах, кав'ярнях і барах, як правило, не всюди використовують професійні кавоварки „Еспресо“, а здебільшого обмежуються звичайною розчинною кавою, або заварюють натуральну каву відразу у горнятку для кожного окремого клієнта.

Щодо споживання чаю, то в Кореї воно має також свої відмінності. Якщо, приміром, в Китаї здавна в чаї цінували аромат, а до напою зі чайного листя додавали пахучі квіти, то у японців – свій традиційний чай, який тішить ваше око оригінальним оксамитовим світло-зеленим кольором. У Кореї ж чорний чай взагалі не популярний, зелений – лише для гурманів, і коштує він недешево. Переважно ж тут п'ють чай взагалі без чайного листя. Достатньо, наприклад, запарити шкірку подібних на

лимон плодів цитрона або ж м'якоть айви. Є чаї і з гіркою полину, горхів, кори з кориці тощо. І корейці часто просто не можуть збагнути, як це європейці отримують задоволення від чашки звичайного чорного чаю, – на їх думку, – зовсім позбавленого смаку і навіть якогось м'якого. Інша річ – теплий, солодкуватий напій з ніжним ароматом фруктів, квітів, ягід, пахучих дикорослих трав. Щодо останніх, то великою популярністю в країні користуються цілющі і ароматні чаї з грициків звичайних (рос. назва “пастушня сумка”) „ненгі”. Рослину заварюють разом із корінцями.

Монахи з гірського буддистського храму „Священна риба”, що поблизу південнокорейського міста Пусан, збирають ніжні молоді пагінці грициків, що ростуть на землі, просто поплід їхніми ногами, мийуть та ошпарюють окропом з річкової води. Смачні і цілющі напої готують і зі знайомих всім квітів і коренів дзвіночка, який корейці називають „тораджи”, а також з деяких сортів папороті, хоча на думку багатьох дослідників, саме до складу папороті-орляка, наприклад, входять і небезпечні токсини.

Популярним в країні є чай „інсамчха”, – заварюють його з порошок сушених коренів культивованого

женшеня, бджолиного меду і декількох подрібнених зерен кедрових горішків. З кожним новим ковтком цього чаю по вашому тілу розливається приємне тепло, а у роті – залишається фантастичний присмак терпкого, ледь гіркуватого женшеня і солодкуватого меду.

Проте, зі всім дивовижним різ-



номаніттям корейського чаю і кави можна познайомитися, скуштувавши ці напої у сеульських чайних і кафетеріях – затишних закладах, що носять назву „табан”. Тут полюбляють посидіти навіть домогосподарки, допоки їхні чоловіки навідується до місцевих кнайп, де подають спиртне. Втім, і чоловіки у „табанах” також не рідкість, бо майстерно заварений корейський чай, хоч і без

чайного листя, чашечка чорної міцної кави, мають добру тонізуючу дію, допомагають будь-кому зняти стрес і відчутно підняти свій настрій.

Заглянемо ненадовго у затишний корейський „чиб”, – що дослівно перекладається, як „дім”, – у Південній Кореї так називають ошатні невеличкі приватні кав'ярні, кафетерії, ресторанички. Їх господарі, як правило, самі, без прислуги, накладають стіл для гостей, а якщо треба, то й складуть вам компанію, підтримають цікаву бесіду, заспівають чи розкажуть веселий, дотепний анекдот.

Типовий корейський „чиб” в центрі Сеула вкрито черепицею, вікна ажурно заграбовані, на стінах – каліграфічні панно. В приміщенні чується збудливий сандаловий аромат, який поєднується з екзотичними пахощами фруктів, квіткових чаїв і свіжої кави.

Ступивши на поріг, відвідувачі залишають біля входу своє взуття, а ступні їх ніг в холодну пору року зігріває приємне тепло підігрітої підлоги. Господар „чибу” проведе вас у вільну кімнату, посеред якої стоїть стіл заввишки колін. Довкола столу розкладені зручні тоненькі подушки з шовкової тканини з вишивкою, сидіти на них слід схрестивши ноги „по-турецьки”. Коли на столі з'явиться чудовий ароматний чай, кава чи екзотичні корейські страви, господарі привітно звертаються до своїх гостей скуштувати їх.

Завершуючи традиційну корейську трапезу, відвідувачі щиро дякують господарям за гостинність, а також одне одному за дружню компанію та спожиту разом смачну їжу і напої.

Т. Костянтинів.

❖ Винахід британців

Вмивання кавовим милом еквівалентне двом горняткам кави

Винахідники Великобританії створили мило, до складу якого входить кофеїн та м'ятне масло. Його назвали Shower Shock. Призначення винаходу – допомогти людям швидше прокинутися вранці в той час, як вони вмиваються чи приймають душ.

За кількістю кофеїну, який буде проникати до організму людини крізь пори шкіри під час ранкового вмивання, мило Shower Shock еквівалентне двом горняткам кави. Ефект відчуватиметься вже впродовж п'яти хвилин. На думку виробників, краще все ж таки скористатися цим засобом для душу, ніж щоранку очікувати, поки звариться ваш бадьорий напій, передає MIGnews.

Віра Дума.



❖ Інформація для ділових людей

ПРОДУКЦІЮ ТОРГОВОЇ МАРКИ „ГАЛКА” МОЖНА ПРИДБАТИ В МЕРЕЖІ ФІРМОВОЇ ТОРГІВЛІ ТА ТОРГОВИХ ПРЕДСТАВНИЦТВАХ В УСІХ РЕГІОНАХ УКРАЇНИ ЗА АДРЕСАМИ:

Західний регіон			
ТзОВ „Торговий Дім „Галка”	м. Львів	(032) 240-22-40	
ТзОВ „Галка Маркет”	м. Львів	(032) 233-41-30	
ТзОВ „Галка-Чай”	м. Львів	(032) 298-28-29	
ТзОВ „Галка Плюс”	м. Львів	(032) 297-81-04	
Прикарпатський торговий дім	м. Івано-Франківськ	(0342) 55-90-75	
ТзОВ „Галка Івано-Франківськ”	м. Івано-Франківськ	(0342) 77-96-99	
ТОВ „Галка Мукачєво”	м. Мукачєво	(03131) 4-99-71	
ТОВ „Олбі Рос”	м. Чернівці	(0372) 58-50-27	
„Галка Микулинці”	смт. Микулинці, Тернопільська обл.	(03551) 5-19-92	
ТОВ „Галка Луцьк”	м. Луцьк	(0332) 24-94-60	
ТОВ „СКС”	м. Житомир	(0412) 41-88-99	
ТзОВ „Галка Рівне”	м. Рівне	(0362) 63-62-22	
Альфа трейд сервіс	м. Вінниця	(0432) 52-33-94	
„ГАЛА ТЕА”	м. Хмельницький	(0382) 72-89-15	
Східний регіон			
ТзОВ „Галка Полтава”	м. Полтава	(0532) 61-35-94	
ТОВ „Антарес”	м. Харків	(0577) 58-52-06	
ПП „ВАГ-ТМ”	м. Харків	(057) 754-61-16, (057) 733-35-68	
ТОВ „Хамстер Клуб Інтернешнл”	м. Запоріжжя	(8050) 421591	
ТзОВ „Галка Дніпропетровськ”	м. Дніпропетровськ	(056) 234-11-74	
ТОВ „Вітел”	Донецька обл., м. Горлівка	(06242) 5-23-57	
ТОВ „Полонез”	м. Луганськ	(0642) 34-70-91	
Південний регіон			
ПФ „Бакко”	м. Одеса	(0482) 34-52-53	
ПП „Чекалкін А.М.”	м. Севастополь	(0692) 44-98-58	
ПП „Скарлет – Миколаїв”	м. Миколаїв	(0512) 44-31-51	
ПП „Бантиси”	м. Сімферополь	(0652) 51-01-98	
Центральний регіон			
ТОВ „Логос”	м. Київ	(044) 417-67-53	
ТОВ „Корнет Лтд”	м. Київ	(044) 241-14-05	
ТзОВ „Галка Чернігів”	м. Чернігів	(04622) 2-63-83	
ПП „Лім Сервіс”	м. Черкаси	(0472) 63-22-28	

❖ Мистецтво Кави

Досконала філіжанка кави із Неаполя

Італійці вважаються особливо завзятими кавоманами, котрі досягли у мистецтві приготування кави неабиякої практичної досконалості.

Напевно, першу в Європі філіжанку кави на початку XVII століття запарював нунцій Папи Римського Делла-Валлі, який довгий час мешкав у Персії. Незабаром у Венеції була вже відкрита перша кав'ярня, а італійці зробилися найбільшими фанами нового напою – кави.

Сьогодні в звичайній маленькій кнайпі, і у фешенебельному ресторані, і вдома, жителі Італії не пошкодують зусиль і часу аби кожна чашка кави стала в їхніх руках справжнім шедевром. Звісно ж, чого ще доводиться очікувати від нації, яка відкрила у Неаполітанському університеті спеціальний факультет, де студентів вчать варити класичний еспресо.

У переліку споживання кави на душу населення італійці посідають поміж тим доволі скромне

місце. Справа в тім, що вони не ставляться до пиття кави як до ритуалу і не просиджують годинами за кав'ярничковими столиками. Римляни, наприклад, вічно поспішаючи, кидають бармену у кав'ярні коротке: „Caffe!” і на ходу, як горілку, швидко випивають маленьку, наче наперсток, чашечку tazzina – ароматного еспресо, і згодом вже стрімком несуться далі у своїх справах. У tazzina міститься всього лише 30 мл найміцнішого напою. Якщо порція має бути солідніше, то замовляти слід lungo, тоді води бути більше і кави вийде 60 мл. Щоправда, італійці сприймають “лунгістів” зневажливо, адже, на їхню думку, справжня кава має бути обов'язково міцною: carico, ristretto або basso (видери око).

Кава в італійському барі – це майже завжди еспресо. Міцність кави можна відкоректувати, замовивши cafe corretto – із додаванням бренді, лікеру, рому чи настоянки. А якщо ви хочете освіжитися, замовляйте cafe freddo із льодом і капелюшком із пухких пінок або granita al cafe – заморожену каву.

За допомогою сучасних моделей кавоварок-еспресо можна легко приготувати ще один італійський шедевр – cappuccino. У бокал з молоком вставляється трубочка із насадкою, під тиском пропускається пара і ось вже перед вами свіжа міцна кава з високою піною (не піновою!) кльпячого молока.

Чимало поціновувачів додають до кави ще збите у піну кльпяче молоко. Називають такий напій “забрудненим” – caffee macchiato. А ось для кави без кофеїну італійці навіть не вживають слово “кава”, напевно язык все ж таки не повертається.

ARS.



Рекламно-інформаційна газета
Видавець
СП „Галка Лтд”

Свідоцтво про державну реєстрацію
ЛВ 369 від 15 серпня 1997 року

Редактор
Олександр СЕГЕДІЙ
При передруку посилання
на газету „Галицька кава”
обов'язкове
© Усі права застережено

Адреса редакції:
Львів, вул. Мельничука, 12,
тел. (0322) 40-91-63
E-mail: info@galca.ua
WEB: www.galca.ua

Віддруковано
у друкарні “Простір-М”
м. Львів, вул. Чайковського, 27
1 друк.арк.
Тираж 1000 прим.