

Signature kokteli kao inovativna ponuda u turizmu

Vujica, Klaudio

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Šibenik University of Applied Sciences / Veleučilište u Šibeniku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:143:805812>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-09-27**

Repository / Repozitorij:

[VUS REPOSITORY - Repozitorij završnih radova Veleučilišta u Šibeniku](#)



VELEUČILIŠTE U ŠIBENIKU
ODJEL STUDIJA MENADŽMENTA I TURIZMA
PRIJEDIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ TURISTIČKI
MENADŽMET

Klaudio Vujica

SIGNATURE KOKTELI

Završni rad

Šibenik, 2024.

VELEUČILIŠTE U ŠIBENIKU
ODJEL STUDIJA MENADŽMENTA I TURIZMA
PRIJEDIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ TURISTIČKI
MENADŽMET

SIGNATURE KOKTELI

Završni rad

Kolegij: Nutricionizam u turizmu

Mentorica: dr. sc. Nikolina Gaćina, v. pred.

Student: Klaudio Vujica

Matični broj studenta: 0203017656

Šibenik, rujan 2024.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, Klaudio Vujica, student Veleučilišta u Šibeniku, JMBAG 0203017656 izjavljujem pod materijalnom i kaznenom odgovornošću i svojim potpisom potvrđujem da je moj završni rad na preddiplomskom stručnom studiju turističkog menadžmenta pod naslovom:

Signature kokteli

isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu, a što pokazuju korištene bilješke i bibliografija.

Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog rada, te da nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

U Šibeniku, rujan 2024.

Student: Klaudio Vujica

Odjel Menadžment

Preddiplomski stručni studij Turistički menadžment

SIGNATURE KOKTELI

KLAUDIO VUJICA

Novi Kraj 72, 35429 Gornji Bogičevci

kvujica@vus.hr

Sažetak:

Signature kokteli predstavljaju središnji element u suvremenom ugostiteljstvu, a ovaj rad istražuje njihovu povijesnu evoluciju, marketinšku vrijednost i utjecaj na brendiranje ugostiteljskih objekata. Rad prati razvoj alkoholnih pića od primitivnih metoda fermentacije do sofisticiranih tehnika destilacije koje su se razvile kroz stoljeća, posebice u kontekstu srednjovjekovne Europe i modernog doba. Istražuje se kako signature kokteli, kao originalne kreacije koje odražavaju identitet i inovativnost barmena ili barova, doprinose diferencijaciji u industriji. Također se istražuje kako inovacije u pripremi koktela mogu unaprijediti poslovne strategije, privući pažnju gostiju i potaknuti njihovu emotivnu povezanost s brendom. Marketinški aspekti signature koktela obuhvaćaju korištenje digitalnih platformi za promociju, stvaranje ekskluzivnih iskustava koja pridobivaju lojalnost gostiju, i analizu financijskih prednosti koje proizlaze iz ponude visoko kvalitetnih, jedinstvenih koktela. Rad zaključuje naglašavanjem važnosti prilagodbe i kreativnosti u razvoju koktela, te njihovog utjecaja na uspjeh ugostiteljskih objekata u konkurentnom okruženju.

(39 stranica / 7 slika / 1 tablica / 21 literaturna navoda / jezik izvornika: hrvatski)

Rad je pohranjen u digitalnom repozitoriju Knjižnice Veleučilišta u Šibeniku

Ključne riječi: kokteli, signature kokteli, barmeni, miksologija

Mentorica: dr. sc. Nikolina Gaćina, v. pred

Rad je prihvaćen za obranu dana:

BASIC DOCUMENTATION CARD

Polytechnic of Šibenik

Batchelor Thesis

Department of Management and Tourism Studies

Professional Undergraduate Studies of Tourism Management

SIGANTURE COCKTAILS

KLAUDIO VUJICA

Novi Kraj 72, 35429 Gornji Bogičevci

kvujica@vus.hr

Abstract:

Signature cocktails represent a central element in modern hospitality, and this paper explores their historical evolution, marketing value, and impact on branding hospitality venues. The work traces the development of alcoholic beverages from primitive fermentation methods to sophisticated distillation techniques that have evolved over the centuries, particularly in the context of medieval Europe and the modern era. It investigates how signature cocktails, as original creations that reflect the identity and innovation of bartenders or bars, contribute to differentiation in the industry. The paper also explores how innovations in cocktail preparation can enhance business strategies, attract guest attention, and foster their emotional connection with the brand. Marketing aspects of signature cocktails include the use of digital platforms for promotion, the creation of exclusive experiences that gain guest loyalty, and an analysis of the financial benefits arising from offering high-quality, unique cocktails. The work concludes by emphasizing the importance of adaptability and creativity in cocktail development, and their impact on the success of hospitality venues in a competitive environment.

(39 pages / 7 figures / 1 tables / 21 references / original in Croatian language)

Thesis deposited in Polytechnic of Šibenik Library digital repository

Keywords: cocktail, signature cocktails, barmen, mixology

Supervisor: dr. sc. Nikolina Gaćina, v. pred

Paper accepted:

SADRŽAJ

| | |
|---|----|
| 1. UVOD | 1 |
| 2. POVIJEST KOKTELA | 2 |
| 2.1. Razvoj koktela kroz vremena..... | 3 |
| 3. SIGNATURE KOKTELI | 6 |
| 3.1. Oprema i tehnike rada..... | 7 |
| 3.2. Kreiranje signature koktela..... | 9 |
| 3.3. Prednosti izrade Signature koktel..... | 12 |
| 3.4. Nedostaci izrade signature koktela..... | 13 |
| 3.4. Elementi signature koktela | 14 |
| 3.5. Usporedba klasičnih i signature koktela | 14 |
| 3.6. Primjeri popularnih koktela..... | 16 |
| 4. MARKETINŠKI ASPEKT SIGNATURE KOKTELA..... | 20 |
| 4.1. SWOT analiza signature koktela..... | 22 |
| 4.2. Marketinški plan i brendiranje The Dead Rabbit bara | 23 |
| 4.2.1. Brend The Dead Rabbit | 24 |
| 4.2.2. Meni kao proizvod bara | 26 |
| 4.2.3. The Dead Rabbit kao uspješan primjer marketinškog brendiranja u ugostiteljstvu | 29 |
| 5. ZAKLJUČAK | 31 |
| LITERATURA..... | 32 |
| PRILOZI | 34 |

1. UVOD

Kokteli su omiljeno piće diljem svijeta, a njihova povijest seže duboko u prošlost. Prvi put su se spomenuli 1806. godine u priručniku gdje su definirani kao stimulirajuće piće sastavljeno od žestica s raznim šećerima, vodom i gorkim pićima (Lorena Blažević, 2024.). U svojim počecima, kokteli su bili jednostavne mješavine destiliranih alkoholnih pića, šećera i voća, a s vremenom su postajali složeniji, uključujući razne sastojke kao što su voćni sokovi, med, mlijeko, biljke, bjelanjak, itd. Danas se može reći da postoji beskrajn broj koktelnih recepata, od onih klasičnih poput *Old Fashion*-a i *Martini*-a do inovativnih kreacija modernih barmena. Upravo zahvaljujući osmišljavanjem inovacija i kreativnošću barmena nastaju i *signature* kokteli. *Signature* kokteli su jedinstveni i specifični kokteli koji su karakteristični za određeno mjesto ili određenu osobu i ne mogu se pronaći na nekoj drugoj lokaciji. Ovakve varijante koktela moraju donijeti nešto novo, bilo da se radi o neočekivanom okusu, jedinstvenoj prezentaciji ili inovativnoj tehnici pripreme. Iskusni barmeni stoga neprestano eksperimentiraju s novim sastojcima, tehnikama i idejama tražeći ravnotežu između poznatog i nepoznatog. Kada se govori o modifikaciji postojećih koktela, *signature* kokteli se trebaju istaknuti s neočekivanim twist-om kako bi se doživljaj koktela podignuo na novu razinu. Uvodni dio rada govori o povijesti koktela, od njegovih skromnih početaka do trenutnog statusa simbola ugostiteljske sofisticiranosti. Također u ovom poglavlju je prikazan utjecaj različitih kultura i doba na razvoj koktela, te ključne figure koje su obilježile razvoj koktela. Sljedeće poglavlje govori o konceptu *signature* koktela, odnosno što koktel čini “signature”, odabirući ključne elemente koji ga razlikuju od klasičnih koktela. U ovom poglavlju razmatraju se i kreativni procesi izrade *signature* koktela, od osmišljavanja i testiranja recepta do izražavanja jedinstvenog identiteta bara ili barmena. U zadnjem dijelu rada analizira se marketinški aspekt i utjecaj *signature* koktela na ugostiteljsku industriju, te govori o načinu na koji kokteli privlače goste i podižu ugled barova i restorana. Cilj ovog rada je temeljito istražiti koncept *signature* koktela, educirati o njegovim specifičnostima, te naglasiti njegov značaj u usporedbi s klasičnim koktelima u tom smislu za turističku ponudu pojedinog ugostiteljskog objekta.

2. POVIJEST KOKTELA

Alkoholna pića su oduvijek bila važan dio društvenih i kulturnih običaja. Od drevnih civilizacija, poput Ilira, koji su proizvodili medovinu, do modernih tehnika destilacije koje su se razvile tijekom srednjeg vijeka, alkohol je bio prisutan u različitim oblicima. Grci su uveli vinogradarstvo u Dalmaciju, što je unaprijedilo proizvodnju vina, ali lokalne tradicije poput proizvodnje medovine su se nastavile paralelno. S vremenom, pod Rimskim Carstvom, uzgoj vinove loze je dostigao visoke standarde, dok su lokalni Iliri i dalje njegovali svoje tradicionalno piće. U srednjem vijeku, tehnike destilacije postale su sofisticiranije zahvaljujući alkemičarima koji su eksperimentirali s transformacijom metala u plemenite materijale. Ovaj period također obilježava početak intenzivnije međukulturalne razmjene, gdje su Arapi prenijeli znanja o destilaciji u Europu, osobito u Španjolsku. Španjolski liječnik Arnaldo de Villanova bio je jedan od prvih koji je destilirao vino i dodavao mu ljekovite biljke, stvarajući osnove za proizvodnju likera i drugih alkoholnih pića koji su imali terapijsku vrijednost. Daljnji razvoj alkoholnih pića nastavlja se kroz renesansu i početak novog vijeka, gdje benediktinski i dominikanski redovi u Francuskoj i Zadru eksperimentiraju s različitim voćnim i aromatičnim likerima. U 15. stoljeću, pod Mletačkom upravom, Dalmacija doživljava procvat proizvodnje rakije, osobito maraskina. Destilacija postaje važan poljoprivredni obrt, a proizvodi poput likera od višnje maraske stječu međunarodnu popularnost. Tijekom 18. i 19. stoljeća, razvoj industrijske proizvodnje alkohola širi se diljem Europe. U Hrvatskoj, osobito u Zadru i Splitu, osnivaju se prve tvornice koje proizvode likere i rakije za šire tržište. Ove aktivnosti dovode do povećanja izvoza i prepoznatljivosti lokalnih specijaliteta kao što su maraskino i likeri od travarica. Poslijeratni period i političke promjene 20. stoljeća utječu na industriju alkoholnih pića u Hrvatskoj, gdje nacionalizacija i konfiskacija tvorničkih kapaciteta rezultiraju državnim monopolom na proizvodnju alkohola. No, s osamostaljenjem Hrvatske i tranzicijom prema tržišnoj ekonomiji, otvaraju se nove mogućnosti za revitalizaciju i inovaciju u industriji, naglašavajući potrebu za prilagodbom i modernizacijom kako bi se očuvala bogata tradicija i razvila nova tržišta. (Prvi hrvatski portal o koktelima, 2015.).

2.1. Razvoj koktela kroz vremena

Dok se točan izvor koktela još ne zna, dokazi o miješanju različitih pića datiraju još iz antike. Drevni Egipćani su uživali u mješavinama piva s voćem i začинима, Grci su cijenili vino aromatizirano s medom i biljem, a Rimljani su miješali vino i vodu s začinjanim octom. Ove rane prakse miješanja postavile su temelje za kasniji razvoj koktela. U srednjem vijeku i renesansi konzumacija alkoholnih pića bila je široko rasprostranjena. Začinsko vino i likerski napitci postali su popularni, a *hipocras*, začinsko vino s cimetom, đumbirom i kardamomom bio je omiljen u Europi. U isto vrijeme, u Aziji su se razvili aromatizirani destilirani napitci poput *araka* i rakije. Ove inovacije proširile su dostupne okuse i tehnike miješanja što je doprinijelo evoluciji koktela. (Prvi hrvatski portal o koktelima, 2015.).

Početkom 19. stoljeća, u Americi se razvila kultura pijenja koja je uključivala razne vrste alkoholnih pića. Do 1820. godine, prosječna godišnja konzumacija alkohola po osobi iznosila je 7 galona. U Rusiji se vodka pila uz obroke, dok su Francuzi konzumirali alkohol samo uz hranu kako bi spriječili prekomjerno opijanje. Nijemci i Nizozemci su najviše uživali u pivu, dok su Englezi i Irci preferirali viski. U današnje vrijeme, alkohol se pije iz različitih razloga i na mnogobrojne načine. (Kljajić, 2019.).

Prekretnica u povijesti koktela dogodila se u 18. stoljeću u Sjedinjenim Američkim Državama. Rast kolonija, pojava plantaža i trgovine doveli su do dostupnosti različitih sastojaka poput ruma, melase¹ i voća. U tavernama i saloonima počeli su se miješati destilirani alkohol, šećer, voda i začini te su se na taj način stvarale preteče današnjih koktela. Godine 1806., jedan barmen iz New Yorka je napravio piće od alkoholnog pića, šećera, vode i *bitter*-a za urednika lokalnih novina koji ga je potom pohvalio u svom članku kao “stimulativni napitak”. Ovo se smatra prvim tiskanim zapisom o koktelu, što je pokrenulo svijet miksologije kakvog danas postoji. U knjizi “Vodič za barmene” (“The Bartenders Guide”) sakupio je i kodificirao ono što je tada bila usmena tradicija recepata iz ranih dana koktela, uključujući i neke od njegovih vlastitih kreacija. Vodič je postavio načela za formuliranje miješanih pića svih kategorija, a kasnije ga je nekoliko puta nadgradio kako bi uključio nova pića koja je otkrio ili stvorio. Prvo la *Fizz*, *Flip*, *Sour*, ali i varijacije najranijeg oblika miješanog pića - punč (Albamika, 2024.).

¹ Objasniti što je melasa i napisati referencu!



Slika 1. Jerry “Professor” Thomas

Izvor: <https://kokteli.hr/povijest/>

Prohibicija je 1920-ih godina udarila Ameriku, zabranivši alkohol za čak 13 godina. To je značilo da ljubitelji koktela nisu mogli uživati u kulturi posjećivanja barova i ispijanja koktela, već su umjesto toga morali posjećivati ilegalne barove poznate još kao “speakeasy” barove. Budući da alkohol koji se tamo prodavao nije bio proizveden u profesionalnoj destileriji, pića su bila puno oštrija i gruba za konzumirati. Prohibicija je podrazumijevala izbacivanje okusa alkohola, što je za koktele označavalo udaljavanje od početnog cilja poboljšanja okusa pića. To je dovelo do novog vala koktela s puno izraženijim aromama koji su prekrivali lošu kvalitetu alkoholnih pića, a klasici poput *Highballa* postali su izrazito popularni. Gin je postao rašireniji jer je bio jednostavan za napraviti kod kuće za razliku od *whiskey*-a. Klasični kokteli na bazi *whiskey*-a kao što je *Old Fashion*, postali su popularni kroz ove godine, a reputacija *bourbon*-a je opala zbog toga što je bio razrijeđen. Nakon 13 dugih godina, prohibicija se ukinula, a javno zanimanje za koktele je znatno poraslo zahvaljujući legendarnim piscima poput Ernesta Hemingwaya koji je često pisao o svojoj ljubavi prema *whiskey*-u sa sodom, kao i o *Daiquiri*-iju i *Negroni*-iju. Šezdesete i sedamdesete godine također su popularizirale koktele, točnije kada je “mućkan, ne miješan” Martini postao najcitiranija rečenica iz najpoznatijeg filma James Bond. (Albamika,2024.).

Tiki kokteli, poput prohibicije, imaju značajan doprinos razvoju svijeta koktela. *Tiki* kultura započinje 1934. godine u Americi, kada je Don the Beachcomber otvorio prvi restoran u polinezijskom stilu u Hollywoodu. U polinezijskoj mitologiji, *tiki* označava prvog čovjeka kojeg je stvorilo božanstvo Tumatauenga i također se odnosi na velike drvene statue humanoida. Don the Beachcomberov restoran posluživao je kantonsku kuhinju i inovativne rum punch koktele. Don

je postao pionir u kreaciji tropskih koktela, prvi uvodeći mješavine aromatičnih sirupa sa svježim sokovima i rumom. Godine 1936. Victor Bergeron, poznatiji kao *Trader Vic*, prihvatio je *tiki* kulturu u svom restoranu u Oaklandu. Kasnije je proširio svoj lanac restorana širom svijeta, popularizirajući *tiki* koncept. Do sredine 1950-ih, mnogi su restorani preuzeli i kopirali Donovu temu posluživanja hrane i pića. Posebnost *tiki* restorana su keramičke čaše u obliku humanoida u kojima se poslužuju kokteli. Danas su te čaše visoko cijenjene i predstavljaju simbol *tiki* kulture. Don the Beachcomber zaslužan je za kreaciju nekoliko svjetski poznatih koktela poput *Zombie* i *Mai Tai*, iako *Trader Vic* također tvrdi da je on izumitelj *Mai Tai* koktela. Razvoj *tiki* kulture u Americi tijekom 20. stoljeća značajno je utjecao na ugostiteljstvo i kulturu ispijanja koktela. Inovacije koje su uveli pioniri poput Don the Beachcombera i *Trader Vica* ostavile su trajan pečat na industriju, a *tiki* čaše i tropski kokteli i danas uživaju veliku popularnost (Kljajić, 2019).



Slika 2. Čaše u obliku tiki humanoida

Izvor: <https://www.plnasklenice.cz/poradna/tiki--barova-kultura-zalita-sluncem/>

U novije vrijeme pojam "tiki" koristi se za opisivanje polinezijske pop kulture. *Tiki* je također naziv za velike kipove drevnih ljudskih oblika isklesanih od drveta i kamena, prisutne u kulturama središnje i istočne Polinezije u Tihom oceanu. Na maorskom jeziku, koji je autohtoni jezik Novog Zelanda, riječ *Tiki* odnosi se na drvene, kamene ili koštane rezbarije lica s isplaženim jezikom. Ove rezbarije često simboliziraju zaštitu kada se nose kao privjesci, ili služe za označavanje granica važnih mjesta, poput sela ili grobnih lokaliteta, u svojim većim kipovnim oblicima. (Johhanes i Beke,1999)

3. SIGNATURE KOKTELI

Koktel je po definiciji mješavina od dva ili više sastojaka od kojih jedan treba biti alkoholna baza. (Kljajić, 2019)

Kao što je prethodno napisano, iz nekoliko različitih "obitelji" koktela i njihovom podrijetlu poput *punch-a*, *sling-a* i *tiki pića*, postoji još mnogo različitih koktela koji su zajedno s metodama i njihovim predstavnicima postali temelj svjetske koktel industrije. *Signature* koktel je jedinstveno i specifično piće kreirano da predstavlja određeni bar, restoran, barmena ili marku. Ovi kokteli su često ekskluzivni za određeno mjesto ili osobu i nisu dostupni drugdje. *Signature* kokteli su dizajnirani da budu prepoznatljivi po svojoj inovativnosti, upotrebi neobičnih sastojaka, jedinstvenom okusu, prezentaciji ili tehnici pripreme. Predstavlja originalnu kreaciju koja odražava identitet mjesta ili osobe koja ih je osmislila (Belobradic M., 2023.).

Barmen, također poznat kao miksolog, osoba je koja u licenciranom objektu poslužuje pića, najčešće alkoholna, iza šanka. Uloga barmena nije samo ograničena na točenje i posluživanje pića, već uključuje i održavanje zaliha, inventara te osiguravanje da su svi sastojci potrebni za pripremu koktela uvijek dostupni. Barmeni su odgovorni za cjelokupno funkcioniranje šanka, uključujući organizaciju radnog prostora, pripremu pića, te interakciju s gostima, što doprinosi njihovom ukupnom doživljaju posjeta ugostiteljskom objektu. Profesionalni barmen posjeduje razvijeno osjetilo okusa koje mu omogućuje prepoznavanje i razlikovanje različitih aroma i okusa. Ova sposobnost, koja se stječe kroz dugogodišnje iskustvo i usavršavanje, omogućuje barmenu da precizno odabere i kombinira sastojke kako bi stvorio uravnotežen i ugodan koktel. Barmeni koriste različite tehnike pripreme pića, kao što su miješanje, mućkanje, cijedenje i dekoriranje, kako bi osigurali da konačni proizvod zadovoljava visoke standarde kvalitete i estetike. Miksologija, odnosno vještina i umjetnost miješanja pića, zahtijeva duboko razumijevanje kemije i interakcije različitih sastojaka. Barmeni neprestano eksperimentiraju s novim kombinacijama okusa i tekstura, prilagođavajući se promjenama u preferencijama gostiju i trendovima u industriji. Na taj način, barmeni ne samo da održavaju tradiciju klasičnih koktela, već također aktivno doprinose inovacijama i razvoju novih pića koja zadovoljavaju zahtjeve modernih potrošača. Jedna od ključnih kompetencija profesionalnog barmena je sposobnost skladnog kombiniranja okusa, slično kao što to radi kuhar u kulinarstvu. Dok kuhar koristi toplinu plamena kako bi kombinirao i oblikovao okuse jela, barmen koristi hladnoću leda i preciznost u doziranju sastojaka

kako bi postigao željeni efekt u koktelu. Ova analogija između kuhara i barmena ukazuje na kompleksnost i važnost njihovih uloga u kreiranju ugostiteljskog iskustva. Barmen, baš kao i kuhar, mora imati temeljito razumijevanje sastojaka koje koristi, od alkoholnih pića i likera do različitih vrsta voća, začina i sirupa. Svaki sastojak ima specifična svojstva koja utječu na konačni okus i teksturu koktela, a barmen mora znati kako ih pravilno kombinirati kako bi stvorio skladan i uravnotežen napitak (Johhanes i Beke,1999).

3.1. Oprema i tehnike rada

Riječ "bar" potječe od riječi "barijera", što označava prepreku između gosta i točilioce. Barska stanica predstavlja radno mjesto barmena i mora biti profesionalno uređena kako bi omogućila jednostavno, kvalitetno i brzo posluživanje. Također, održavanje urednosti i higijene je od iznimne važnosti. (Kljajić, 2019).

Barska stanica uključuje sljedeće komponente:

- **Dva odvojena prostora za led:** jedan za led u kockama i drugi za drobljeni led.
- **Hlađeni prostor:** namijenjen za svježe sokove, tekuće slatko vrhnje i mlijeko.
- **Posudice za rezano voće:** koriste se za pripremu i dekoraciju koktela.
- **Prostor za čaše:** osigurava da su čaše uvijek dostupne i uredno posložene.
- **Prostor za električni mikser i fruit extractor:** omogućuje pripremu raznih napitaka i svježih sokova.
- **Sudoper:** za održavanje higijene i pranje opreme.
- **Prostor za često korištena pića (Speed Rack):** omogućuje brz i jednostavan pristup pićima koja se često poslužuju čista ili u miješanim napicima.



Slika 3. Prostor za često korištena pića (Speed rack)

Izvor: <https://theportablebarcompany.com/wp-content/uploads/2018/04/Half-Length-and-Tiered-Speed-Rails-Stocked.jpg>

Oprema jednog bara i tehnike pripreme koktela ključni su elementi za uspješno vođenje bara i pružanje visokokvalitetne usluge. Dobro opremljen bar, zajedno s vještim barmenima koji poznaju tehnike pripreme koktela, može značajno doprinijeti zadovoljstvu gostiju i uspjehu poslovanja. Kao i svakom umjetniku, i barmenu je potrebna kvalitetna oprema. Osnovna barska oprema uključuje (Kljajić, 2019):

- **Shakeri:** za miješanje koktela.
- **Barske žlice:** za miješanje pića.
- **Jiggeri:** za precizno mjerenje sastojaka.
- **Cjedila:** za odvajanje tekućine od leda i drugih čvrstih sastojaka.
- **Muddler:** za gnječenje voća, bilja i šećera.
- **Blenderi:** za pripremu koktela koji zahtijevaju miješanje s ledom ili voćem.

Tehnike Pripreme Koktela

- Različite tehnike pripreme koktela omogućuju barmenima da stvaraju raznolike i ukusne napitke:

- **Miješanje:** koristi se za pića koja sadrže lako miješljive sastojke.
- **Mučkanje:** koristi se za koktele s sokovima, sirupima, vrhnjem ili jajima.
- **Blendanje:** za koktele s voćem ili ledom.
- **Gnječenje:** za oslobađanje sokova i aroma iz voća i bilja.
- **Slojevanje:** za stvaranje koktela s različitim slojevima boja i okusa.
- **Flamiranje:** uključuje zapaljivanje alkohola na vrhu koktela, dodajući jedinstven element okusa i arome.

Oprema i tehnike pripreme koktela temelj su svakog uspješnog bara. Kvalitetna oprema omogućava barmenima da rade učinkovito i precizno, dok im poznavanje različitih tehnika pripreme koktela omogućava da kreiraju pića koja zadovoljavaju različite ukuse gostiju. Investicija u dobru opremu i edukaciju barmena ključni su za postizanje visokih standarda u ugostiteljstvu.

3.2. Kreiranje *signature* koktela

Kreiranje *signature* koktela zahtijeva visoku razinu znanja, vještine i kreativnosti. Barmeni koji stvaraju svoje koktele često su inspirirani raznim čimbenicima, poput sezonskih sastojaka, lokalnih običaja ili čak vlastitih sjećanja i iskustava. Proces kreiranja može uključivati mjesece eksperimentiranja i usavršavanja, sve dok se ne postigne savršena ravnoteža okusa i prezentacije. Tijekom ovog procesa, barmeni kombiniraju različite tehnike, od klasičnih metoda miješanja do suvremenih pristupa kao što su molekularna gastronomija ili korištenje neobičnih sastojaka poput biljnih ekstrakata ili egzotičnog voća. Kreiranje *signature* koktela donosi nekoliko praktičnih prednosti. Prvo, omogućuje diferencijaciju, jer rijetko koji bar nudi vlastiti *signature* koktel. Ovaj pristup može izdvojiti i stvoriti prepoznatljivo iskustvo za goste. Drugo, kreiranje *signature* koktela pruža priliku za personalizaciju, omogućujući baru ili restoranu da istakne vlastiti stil i preferencije, čime se doprinosi stvaranju jedinstvene atmosfere. Treće, *signature* koktel može dodatno naglasiti odabranu temu bara, povezujući je s ponuđenim pićem i tako pridonoseći cjelokupnom iskustvu. (Belobradic M., 2023.).

Koncept "savršeni koktel" može izazvati različita tumačenja, ovisno o kontekstu i izvoru. U kontekstu koktela, pojam se može odnositi na uravnoteženu kombinaciju sastojaka koja rezultira skladnim pićem. Međutim, različite knjige o koktelima nude različite recepte za "savršeni koktel," što pokazuje da ne postoji jednoznačna definicija ovog pojma.

Primjerice, u knjizi *The Savoy Cocktail Book* iz 1930. godine, savršeni koktel je definiran kao mješavina jednakih dijelova *Martinij-a*, dry gina, francuskog i talijanskog vermoutha. Recept uključuje:

- 1/3 francuskog vermoutha
- 1/3 talijanskog vermoutha
- 1/3 dry gina

Sastojci se protresu i procijede u čašu za koktel.

U knjizi *Mr. Boston Official Bartender's Guide*, recept za savršeni koktel naglašava gin, kombinirajući ga s jednakim dijelovima suhog i slatkog vermoutha, te jednim daškom Angostura bittera:

- 1 1/2 oz gina
- 1/4 oz suhog vermoutha
- 1/4 oz slatkog vermoutha
- 1 dašak Angostura bittera

Sastojci se miješaju s ledom i procijede u ohlađenu čašu za koktel.

U knjizi *Cocktail Codex*, autori Alex Day, Nick Fauchald i David Kaplan nude specifičan recept za "Perfect Manhattan," koristeći konkretne brendove vermoutha:

- 2 oz Rittenhouse raži
- 1/2 oz Cocchi Vermouth di Torino
- 1/2 oz Dolin suhog vermoutha
- 2 daška Angostura bittera

Sastojci se miješaju s ledom, procijede u ohlađenu čašu Nick & Nora, te ukrašavaju s limunovom koricom.

Ovi primjeri pokazuju da definicija savršenog koktela može varirati, ali se općenito odnosi na alkoholno piće napravljeno s jednakim dijelovima slatkog i suhog vermoutha, uz dodatak glavnog alkoholnog sastojka kao što je gin ili raženi viski (Prvi hrvatski portal o koktelima, 2021.).

Stvaranje *signature* koktela predstavlja važan aspekt u baru, omogućujući barmenima da pokažu svoju kreativnost i pruže nezaboravno iskustvo gostima. Proces kreiranja koktela je dinamičan i kontinuiran, prilagođavajući se promjenama ukusa i preferencija gostiju. Barmeni su stalno u kontaktu s trendovima, inovacijama i potrošačkim preferencijama kako bi osigurali da njihovi

kokteli ostanu relevantni i atraktivni. To zahtijeva kontinuirano istraživanje, eksperimentiranje i prilagođavanje recepata kako bi se očuvala kvaliteta i inovativnost koktela. Proces kreiranja *signature* koktela zahtijeva temu prigode, odabir baznog pića, uravnoteženje okusa, stvaranje naziva koktela, način dekoriranja ili graniranja, odabrati vrstu čaše (Chris Harris, 2024.).

- **Razmatranje teme prigode**

Prvi korak u kreiranju *signature* koktela je razmatranje teme događaja. Bilo da je riječ o ljetnoj zabavi u vrtu ili okupljanju inspiriranom zimskom čarolijom, koktel bi trebao odražavati ugođaj prigode koristeći boje, okuse i ukrase koji su u skladu s općom temom.

Ako se primjerice organizira događaj s temom "Veliki Gatsby", u tom slučaju bi se trebali pripremati klasičan koktel iz razdoblja 1920-ih s modernim zaokretom. Važno je odabrati odgovarajuće sastojke i obratiti pozornost na prezentaciju pića kako bi ona bila u skladu s temom događaja. Izrada *signature* koktela za posebne prigode može transformirati događaj u jedinstveno iskustvo koje ostaje u pamćenju gostiju. Međutim, kao i svaki proces koji uključuje kreativnost i pažljivo planiranje, i ovaj ima svoje prednosti i nedostatke koje treba uzeti u obzir prilikom donošenja odluke o tome hoće li se netko upustiti u izradu vlastitog *signature* koktela.

- **Odabir baznog pića**

Osnovni element svakog koktela je bazno piće. Odabir pića koje odgovara temi, a ujedno je i prihvaćeno među gostima, ključno je za uspješan koktel. Uobičajeni odabir su svestrana pića poput votke ili ruma, koja se mogu koristiti kao osnova za različite koktele.

Za elegantniji dojam mogu se koristiti pića poput viskija ili gina. Poznavanje karakteristika različitih alkoholnih pića može doprinijeti kvaliteti koktela.

- **Uravnoteženje okusa**

Kreiranje prepoznatljivog koktela zahtijeva uravnoteženje različitih okusa, uključujući slatkoću, kiselost, gorčinu, a po potrebi i pikantnost. Sladilo poput jednostavnog sirupa može se koristiti kao osnovni sastojak, dok kiselost može biti postignuta dodatkom svježih voćnih sokova ili octa.

Gorčina se obično dodaje pomoću likera ili bittera, a pikantni sastojci mogu donijeti toplinu bez prevelike dominacije. Uravnotežen koktel pruža harmoničan okus.

- **Kreiranje naziva koktela**

Naziv koktela važan je element koji može pobuditi zanimanje i izazvati znatiželju. Naziv može biti povezan s prigodom, okusom koktela ili uključivati igru riječi. Bitno je da naziv bude prepoznatljiv i jednostavan, kako bi ostavio dojam na goste.

- **Odabir garniranja**

Garnir je završni dodir koji upotpunjuje izgled i dojam koktela. Može uključivati jestivo cvijeće, koricu citrusa ili začinsko bilje koje nadopunjuje okus koktela. Garnir treba doprinijeti ukupnom doživljaju koktela, bilo kroz okus, aromu ili izgled.

- **Razmatranje staklenog posuda**

Odabir odgovarajućeg staklenog posuda igra važnu ulogu u prezentaciji koktela. Svaki koktel ima staklenku koja najbolje odgovara njegovom karakteru i sastojcima. Primjerice, visoka čaša može biti prikladna za osvježavajuće koktele, dok će za Martini koktel možda biti prikladnija čaša s nogom. Pravilno odabrano stakleno posuđe može poboljšati doživljaj pića, utječući na temperaturu i razinu razrjeđenja koktela.

3.3. Prednosti izrade Signature koktel

Jedna od glavnih prednosti izrade *signature* koktela jest stvaranje središnjeg elementa događaja koji može poslužiti kao prepoznatljiv simbol cijele prigode. *Signature* koktel može biti pažljivo osmišljen kako bi odražavao temu događaja, bilo da je riječ o ljetnoj zabavi na otvorenom, formalnom prijemu ili proslavi godišnjice. Pravilno odabranim bojama, okusima i garniranjima, koktel može dodatno naglasiti atmosferu događaja, čineći ga nezaboravnim za sve prisutne. Personalizacija je još jedna ključna prednost. Izradom *signature* koktela, organizator događaja ima priliku izraziti svoj osobni stil i ukus te ga podijeliti s gostima. Ova personalizacija može biti prilagođena specifičnom događaju, odražavajući na primjer, omiljene okuse slavljenika ili tradiciju koja je važna za dotičnu prigodu. Na taj način, koktel postaje više od običnog pića – postaje dio priče koja se želi ispričati gostima. *Signature* koktel također pruža mogućnost uvođenja gostiju u nove okuse i iskustva. Ova prilika za eksperimentiranje može biti prilika da se gosti upoznaju s

manje poznatim alkoholnim pićima, neobičnim kombinacijama sastojaka ili novim tehnikama miješanja. Ovaj aspekt izrade koktela može postati tema razgovora i potaknuti interakciju među gostima, čime doprinosi stvaranju živahne i dinamične atmosfere. Dodatno, izrada *signature* koktela može biti zabavna i kreativna aktivnost za one koji uživaju u izražavanju kroz okuse i estetiku. Proces eksperimentiranja s različitim sastojcima, testiranje raznih kombinacija i odabir savršenog recepta može biti izazovan, ali i iznimno zadovoljavajući. Na kraju, sam proces izrade koktela može doprinijeti stvaranju jedinstvenog iskustva za organizatora, kao i za njegove goste.

3.4. Nedostaci izrade signature koktela

Proces izrade *signature* koktela nije bez svojih nedostataka. Prvo, izrada takvog koktela može biti prilično zahtjevna, osobito ako se radi o velikom broju gostiju. Planiranje, nabava specifičnih sastojaka i osiguranje da svaki koktel bude dosljedno pripremljen mogu zahtijevati znatnu količinu vremena i truda. Ovo može biti osobito izazovno ako se organizator već suočava s nizom drugih zadataka vezanih uz organizaciju događaja. Troškovi su još jedan faktor koji treba uzeti u obzir. Specialty sastojci i alkoholna pića mogu biti skupi, osobito se koriste rijetke ili visoko kvalitetne opcije. Ovaj trošak može značajno povećati proračun za događaj, pa je važno pažljivo razmotriti dostupne resurse prije izrade *signature* koktela. Kvaliteta i dosljednost koktela također predstavljaju izazov. Da bi svaki gost imao jednako iskustvo, potrebno je osigurati da svaki koktel bude pripremljen na isti način, što može biti teško postići, osobito ako su potrebne složene tehnike ili ako se radi o velikom broju narudžbi u kratkom vremenu. Bez pažljivog planiranja, postoji rizik da će kvaliteta koktela varirati, što može utjecati na doživljaj gostiju. Nadalje, neki gosti možda neće biti skloni isprobavanju nepoznatih pića i mogli bi preferirati tradicionalne koktele ili jednostavnija pića. U takvim slučajevima, *signature* koktel može ostati neiskorišten, što može dovesti do rasipanja vremena i resursa utrošenih na njegovu pripremu. Konačno, priprema koktela po narudžbi može uzrokovati zastoje na šanku, osobito ako je potrebno vrijeme za miješanje svakog koktela. To može dovesti do stvaranja gužve i frustracije među gostima koji čekaju na svoje piće, čime se umanjuje cjelokupno iskustvo događaja (Chris Harris, 2024).

3.4. Elementi *signature* koktela

Jedan od ključnih elemenata *signature* koktela je njegova prezentacija. Način na koji je piće poslužno može biti jednako važan kao i sami sastojci. Odabir čaše, ukrasa, pa čak i način na koji se piće prezentira gostu, sve su to aspekti koji doprinose cjelokupnom doživljaju. Na primjer, koktel može biti poslužen u unikatnoj čaši izrađenoj po narudžbi, ukrašen jestivim cvijećem ili praćen dimnim efektom koji dodaje dramatičnost. Ovi detalji ne samo da privlače pažnju, već i stvaraju trajne uspomene kod gostiju (Cocktailhire, 2023.).

Elementi koje treba razmotriti prilikom kreiranja koktela uključuju profil okusa, dostupnost sastojaka, boju i prezentaciju, ime, izbor čaše, ukras te način pripreme. Profil okusa zahtijeva eksperimentiranje i prilagođavanje. Važno je razmotriti okuse i odabrati sastojke koji se međusobno nadopunjuju, održavajući ravnotežu između slatkog, kiselog, gorkog i alkoholnog. Dostupnost sastojaka igra ključnu ulogu; korištenje sezonskih ili uvijek dostupnih sastojaka osigurava da piće bude svježije i ukusno. Boja i prezentacija su od velikog značaja jer prvi dojam stvaramo očima. Sastojci trebaju biti vizualno privlačni, s obzirom na boju i način prezentacije, čime se stvara sveobuhvatan dojam koji privlači goste. Ime koktela treba biti zapamćeno i odražavati temu ili osobnost pića, čime se dodatno povezuje s identitetom bara. Odabir čaše također je bitan, jer ona ne samo da ističe koktel, već i odgovara stilu i temi pića, doprinoseći ukupnom dojmu i estetici. Ukras koktela ne samo da poboljšava vizualni dojam, već dodaje i novu dimenziju, obogaćujući okus i prezentaciju pića. Priprema koktela pred gostima ključna je, a važno je razmisliti o načinu pripreme, bilo da se radi o mućkanju, miješanju, blendanju ili nekoj drugoj tehnici. Također, treba razmotriti vrstu opreme koja će biti potrebna i udobnost pri pripremi pića pred gostima, izbjegavajući kompliciranje procesa kako bi priprema ostala praktična i zanimljiva (Chilled magazine, 2023.).

Eksperimentiranje je bitan dio procesa izrade koktela, pružajući priliku za razvijanje jedinstvenih okusa. Kroz kreativni proces, moguće je stvoriti pića koja se ističu po svojoj originalnosti i kvaliteti. Kontinuirano istraživanje i prilagođavanje recepata ključni su za održavanje visokih standarda kvalitete i inovativnosti, čineći svaki koktel jedinstvenim iskustvom za konzumente.

3.5. Usporedba klasičnih i *signature* koktela

Uspoređujući klasične koktele sa *signature* koktelima, može se primijetiti nekoliko ključnih razlika i utjecaja. Klasici poput Martini, *Old Fashioned* i *Mojito* već desetljećima drže svoju

poziciju u svijetu miksologije, a njihova popularnost često je povezana s kulturnim referencama i dugogodišnjim prisustvom u popularnoj kulturi. Martini je, primjerice, često povezan s Jamesom Bondom, dok su pića poput Cosmopolitana postala sinonim za određene društvene fenomene poput serije *Seks i grad*.



Slika 4. James Bond sa ikoničnim Vesper martini

Izvor: <https://lovemylife.reblog.hu/daniel-craig-a-nevem-bond-ujra-james-bond>

S druge strane, “oživljavanje” koktela *Old Fashioned*-a može se dijelom pripisati seriji *Mad Men* i širem interesu za viski kao kategoriju pića. Ove veze s pop kulturom mogu značajno utjecati na popularnost koktela, kao i marketinške kampanje koje promiču određena pića, poput Aperol Spritza. Nasuprot tome, *signature* kokteli često nastaju kao rezultat kreativnosti barmena i prilagođeni su specifičnom ambijentu ili temi bara. Za razliku od klasičnih koktela koji su uspostavljeni kroz desetljeća ili čak stoljeća, *signature* kokteli obično odražavaju suvremene trendove i preferencije gostiju. Ovi kokteli često koriste inovativne sastojke ili tehnike i prilagođavaju se aktualnim trendovima u prehrambenoj industriji. Na primjer, sve veća popularnost *mezcala* dovela je do uključivanja ovog destilata u klasične recepte poput *Margarite* ili *Old Fashion*-eda, stvarajući tako nove varijante koje se mogu smatrati modernim *signature* koktelima. Jedna od glavnih razlika između klasičnih i *signature* koktela je u njihovoj sposobnosti prilagodbe vremenu. Klasični kokteli, iako ponekad mijenjaju svoje sastojke ili način pripreme, uglavnom ostaju vjerni izvornim receptima. Klasični kokteli, poput *Martinij*-a ili *Margarite*, često

se ističu zbog svoje jednostavnosti i mogućnosti replikacije. Njihovi recepti obično sadrže nekoliko sastojaka koji su lako dostupni i imaju dug rok trajanja. Takvi kokteli su, zbog svoje praktičnosti i dostupnosti, postali sastavni dio jelovnika u barovima diljem svijeta. Na primjer, sastojci za *Manhattan*—whiskey, vermut i bitters—su standardni u većini barova od samih početaka, dok su svježi citrusi i menta postali popularni tek kasnije. Nasuprot tome, *signature* kokteli često uključuju specifične, ponekad teže dostupne sastojke ili zahtijevaju posebne tehnike pripreme. Ovi kokteli mogu biti jedinstveni za određeni bar ili miksologa, što otežava njihovu širu primjenu izvan mjesta gdje su izmišljeni. Upotreba vlasničkih sastojaka ili lokalnih namirnica može ograničiti njihovu rasprostranjenost, ali također omogućuje stvaranje jedinstvenih okusa koji su vezani za specifični kontekst ili lokaciju. Dok klasični kokteli, poput Martinija, mogu biti replicirani bilo gdje i bilo kada, *signature* kokteli često ostaju vezani uz specifični bar ili miksologa. Kod pripreme koktela kod kuće, ljudi se uglavnom oslanjaju na jednostavne recepte i dostupne sastojke, što ih vodi prema klasičnim koktelima. S druge strane, *signature* kokteli zahtijevaju veći stupanj angažmana, istraživanja i prilagodbe, što ih čini prikladnijima za specijalizirane barove. Slično kao što su klasični kokteli prilagođeni širokoj publici i jednostavni za pripremu, *signature* kokteli odražavaju specifične preferencije, kreativnost i stručnost miksologa, često ostavljajući trajan dojam, ali s ograničenijom primjenom izvan originalnog konteksta. *Signature* kokteli, s druge strane, često se razvijaju i prilagođavaju kako bi zadovoljili trenutne zahtjeve tržišta ili posebne potrebe određene publike. Ovo uključuje i upotrebu novih sastojaka, kao i promjene u načinu pripreme i prezentacije, s ciljem stvaranja pića koja su prilagođena suvremenom ukusu. (Allicia Miller, 2023)

Klasični kokteli zadržavaju svoju trajnu privlačnost kroz povezanost s kulturnim simbolima i njihovom dugotrajnom prisutnošću, *signature* kokteli nude fleksibilnost i inovaciju, omogućujući barmenima da stvaraju pića koja odražavaju trenutne trendove i specifične okolnosti. Ova dva pristupa predstavljaju različite aspekte miksologije, pri čemu klasici nude konzistentnost i pouzdanost, dok *signature* kokteli omogućuju eksperimentiranje i prilagodbu promjenjivim preferencijama potrošača.

3.6. Primjeri popularnih koktela

Primjeri popularnih koktela ilustriraju raznolikost i kreativnost u miksologiji, često predstavljajući jedinstvene karakteristike koje čine svaki koktel posebnim za određeni bar ili restoran. Top 100

koktela na našoj listi temelji se na analizi broja pregleda stranica Difford's Guidea od međunarodnih posjetitelja. Lista je sastavljena 4. siječnja 2024. godine, koristeći podatke prikupljene od 1. siječnja 2023. do 31. prosinca 2023. Najpopularniji koktel bio je Porn Star Martini, dok su se ostale pozicije na vrhu borile između *Gin Basil Smash-a*, *Naked and Famous-a*, *Amaretto Sour-a* i *Espresso Martini-a*. Posljednji je možda imao manje pregleda zbog postojanja više varijacija na različitim stranicama. Pregled statistike po pojedinim zemljama otkriva različite regionalne preferencije. Na primjer, *Fluffy Duck* je popularan u Australiji, Fitzgerald u Brazilu, a Paloma u Grčkoj. U Ujedinjenom Kraljevstvu, koktel *Cheeky Vimto* ostaje omiljen. Pandemija COVID-19 i posljedični lockdown potaknuli su mnoge ljude da postanu entuzijastični u pripremi koktela kod kuće. Tijekom 2023. taj je trend nastavio rasti, možda potaknut krizom životnog standarda i činjenicom da su kokteli znatno jeftiniji kad se pripremaju kod kuće. Time su večere kod kuće postale zamjena za posjete restoranima (Simon Difford, 2023.).

S druge strane, sve veći broj barova i restorana sada nudi koktele, što je povećalo interes kod svih razina barmena. Kombinacija ovih faktora dovela je do kontinuiranog rasta posjeta Difford's Guideu, s 1,3 milijuna korisnika koji su pregledali 10 milijuna stranica samo tijekom prosinca.

Jedan od najpopularnijih koktela 21. stoljeća, Penicilin, potpisuje newyorški miksolog Sam Ross. Daiquiri je skupina alkoholnih pića čiji su glavni sastojci bijeli rum i sok od svježeg limeta. Ovo piće kubanskog podrijetla prvi se put pojavilo sredinom 18. stoljeća, a postalo je popularno među nautičarima britanske vojske. S vremenom, Daiquiri je evoluirao u brojne varijacije, koje se i danas poslužuju pod zajedničkim imenom. Iako osnovni sastojci ostaju bijeli rum i sok od limete, piću se često dodaju različiti voćni sirupi i likeri, čime se stvaraju različite verzije ovog koktela. Daiquiri se može prilagoditi preferencijama okusa, pa tako postoje verzije s dodatkom sirupa od jagoda ili banane. Recepti za ovo piće broje nekoliko desetaka varijacija, a neki od njih su postali posebno popularni. Klasični osnovni recept za Daiquiri, kao i njegove popularne varijacije, nude priliku za dublje razumijevanje ovog pića koje su cijenili poznati pojedinci poput pisca Ernesta Hemingwaya i predsjednika Johna F. Kennedyja. Hemingway je, primjerice, imao svoju posebnu verziju Daiquirija, poznatu kao "Papa Doble", koja se pripremala s dodatkom soka od grejpa i maraskina, te bez šećera. Ova verzija postala je toliko popularna da je postala sinonim za Hemingwayeve preferencije u pićima. S druge strane, John F. Kennedy bio je poznat po svojoj sklonosti prema klasičnom Daiquiriju, koji se posluživao tijekom njegovih društvenih okupljanja u Bijeloj kući. Daiquiri kao koktel ima bogatu povijest i široku lepezu varijacija, što ga čini jednim

od najraznovrsnijih pića u svijetu koktela. Bez obzira na specifičnu verziju, osnovni sastojci – bijeli rum i sok od limete – ostaju konstanta koja definira ovo piće i osigurava njegovu prepoznatljivost i popularnost kroz povijest i različite kulture. (Simon Difford, 2023.).

Još jedan popularan signature koktel je "*Espresso Martini*". Koktel koji kombinira kavu i votku te je stekao globalnu popularnost. Razvijen od strane poznatog britanskog barmena Richarda Bradsella tijekom 1980-ih godina prošlog stoljeća. Legenda kaže da je ideja za *espresso martini* proizašla iz susreta između mlade dame i Bradsella u jednom londonskom baru. Dama je izrazila želju za pićem koje bi je najprije razbudilo, a zatim joj pružilo uzbuđenje. U odgovoru na ovu narudžbu, Richard Bradsell je odlučio koristiti šalicu espressa kao osnovu, koju je kombinirao s likerom od kave i votkom. Rezultat je bio koktel koji je postao izuzetno popularan i široko prihvaćen u barovima diljem svijeta (Punkufer, 2023.).



Slika 5.: Espresso Martini

Izvor: <https://mixologists.co/kahlua-espresso-martini/>

"Aviation" je klasičan primjer koktela s modernim dodirima. Ovaj koktel koristi džin, maraschino liker, ljubičasti liker od ljubičica i limunov sok. Njegova svježina i kompleksnost okusa čine ga omiljenim među barmenima i ljubiteljima koktela. Recept za koktel Aviation prvi put je objavljen 1916. godine u knjizi „Recipes for Mixed Drinks“, posljednjem barskom priručniku prije Prohibicije, čiji je autor Hugo Ensslin. (Ante Carić, 2022.), Svaki od ovih koktela nudi jedinstveno iskustvo i odražava osobnost bara ili barmena koji ga je kreirao, čime postaju prepoznatljivi simboli njihovih mjesta nastanka.



Slika 6. Aviation Cocktail

Izvor: <https://www.delish.com/cooking/recipe-ideas/a36940314/aviation-cocktail-recipe/>

4. MARKETINŠKI ASPEKT SIGNATURE KOKTELA

Signature kokteli predstavljaju neizostavan element suvremenog ugostiteljstva, nudeći više od samog pića. Oni su sredstvo komunikacije, izraz kreativnosti i važan dio marketinške strategije. Kroz jedinstvene recepte, ugostiteljski objekti stvaraju posebna iskustva koja privlače goste i ostavljaju dugotrajan dojam. U ugostiteljskom svijetu gdje su iskustva postala ključna valuta, signature kokteli pomažu barovima i restoranima da izgrade svoj identitet, privuku pažnju i osiguraju lojalnost svojih gostiju. Kroz inovaciju i pažljivo osmišljene marketinške kampanje, ova vrsta koktela nastavlja oblikovati ugostiteljsku industriju i definirati nove standarde u ponudi napitaka. Prema Islandgardens.com, marketinški aspekt signature koktela obuhvaća:

- **Izgradnja brenda kroz signature koktele**

Stvaranje signature koktela omogućuje ugostiteljskim objektima da stvore prepoznatljivost na tržištu. Ovi kokteli često održavaju filozofiju ili temu restorana kao što su lokalni sastojci, povijesne reference ili moderna interpretacija klasičnih napitaka. Kroz kreativne recepte, kokteli postaju ne samo piće, nego i priča koja komunicira vrijednosti i identitet objekta. Na taj način signature kokteli postaju sredstvo kojim se objekt može diferencirati od konkurencije, stvarajući jedinstvenu ponudu koja se pamti.

- **Uključivanje društvenih mreža**

Društvene mreže također imaju ključnu ulogu u promociji signature koktela. Vizualno atraktivna pića često postaju viralan sadržaj privlačeći na taj način pažnju široke publike. Instagram, Tiktok i Facebook kao platforme koje se oslanjaju na vizualnu privlačnost, savršeni su za dijeljenje fotografija i videa jedinstvenih koktela što može rezultirati povećanjem svijesti o brendu i privlačenjem novih gostiju. Ovaj oblik digitalnog marketinga omogućuje restoranima i barovima da dospiju do šire publike bez potrebe za velikim ulaganjima u tradicionalno oglašavanje.

- **Unikatnost doživljaja**

Gosti često traže jedinstvena iskustva, a signature kokteli im upravo to pružaju. Ponuda koktela koji se ne mogu naći nigdje drugdje stvara osjećaj ekskluzive i pridonosi stvaranju uspomena koje će gosti pamtiti i dijeliti s drugima. Kroz kreativnost i inovaciju, ugostiteljski objekti mogu kreirati koktele koji postaju zaštitni znak. U svijetu ugostiteljstva, inovacija je ključ za privlačenje i zadržavanje gostiju. Signature kokteli pružaju miksologima priliku da izraze svoju kreativnost i istraže nove sastojke i tehnike. Na taj način se potiče i inovativnost unutar tima, motivirajući osoblje na stalno usavršavanje i eksperimentiranje što pozitivno utječe na cjelokupno poslovanje.

- **Emocionalna povezanost i lojalnost gostiju**

Signature kokteli često dolaze s pričama ili temama koje dodatno pojačavaju doživljaj gostiju. Na primjer koktel može biti inspiriran lokalnom pričom, povijesnim događajem ili kulturom što gostima omogućuje da se emocionalno povežu. Ova emocionalna povezanost rezultira većom lojalnošću i poticanjem preporuka „od usta do usta“ što je jedan od najučinkovitijih oblika marketinga.

- **Kulturni i sezonski aspekti**

U mnogim ugostiteljskim objektima, signature kokteli koriste lokalne ili sezonske sastojke čime se dodatno jača povezanost s lokalnom zajednicom i promovira održivost. Ovakav pristup ne samo da obogaćuje iskustvo gostiju, već i doprinosi autentičnosti i raznolikosti ponude. Lokalni gosti cijene napitke koji odražavaju njihov kraj, dok turisti uživaju u prilici da kroz koktel dožive duh destinacije.

- **Financijski aspekt**

Signature kokteli obično imaju višu cijenu od standardnih pića, a gosti su često spremni platiti više za iskustvo koje uključuje kvalitetne, često ekskluzivne sastojke i kreativnu prezentaciju. Ovakva ponuda omogućuje ugostiteljima da optimiziraju prihod i osiguraju bolji povrat na ulaganje u mixologiju i obuku osoblja.

4.1. SWOT analiza signature koktela

Tablica 1. SWOT analiza signature koktela

| SNAGE |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Jedinstvenost i diferencijacija – signature kokteli omogućuju barovima i restoranima da se izdvoje na tržištu• Veći profit – visokokvalitetni sastojci i kreativna prezentacija mogu opravdati veću cijenu što povećava profit• Brendiranje – signature kokteli mogu postati zaštitni znak objekta, pomažući u izgradnji prepoznatljivosti i lojalnosti brendu• Digitalni marketing – vizualno privlačni kokteli potiču korisnike da ih dijele na društvenim mrežama što povećava vidljivost i privlači nove goste |
| SLABOSTI |
| <ul style="list-style-type: none">• Visoki troškovi razvoja – osmišljavanje i izrada signature koktela može zahtijevati značajna ulaganja u istraživanje, razvoj, edukaciju osoblja i nabavu specijalnih sastojaka• Održavanje kvalitete – održavanje konzistentne kvalitete i prezentacije može biti izazovno, pogotovo u objektima s većim prometom• Ograničena privlačnost – signature kokteli mogu imati ograničenu privlačnost ako nisu dobro osmišljeni ili ne odgovaraju ukusu šire publike• Sezonalnost - signature kokteli mogu biti sezonski, što znači da ne mogu biti dostupni tijekom cijele godine, a to može utjecati na stalni promet |
| PRILIKE |
| <ul style="list-style-type: none">• Proširenje ponude - ugostiteljski objekti mogu razvijati nove signature koktele za različite sezone ili događaje, privlačeći različite skupine gostiju• Suradnja s lokalnim proizvođačima - korištenje lokalnih sastojaka može poboljšati autentičnost koktela i podržati lokalno gospodarstvo, što može privući ekološki svjesne goste.• Proširenje na druge platforme - ugostiteljski objekti mogu proširiti svoju ponudu signature koktela na digitalne platforme, npr. stvaranje online događaja vezanih za miksologiju |

- **Trend personalizacije** - iskorištavanje trenda prema personaliziranim iskustvima može omogućiti stvaranje koktela po mjeri za posebne prilike, povećavajući angažman gostiju

PRIJETNJE

- **Promjenjivi trendovi** - ugostiteljstvo je industrija osjetljiva na promjene u potrošačkim preferencijama, pa tako signature koktel koji je danas popularan može brzo postati zamijenjen s drugim
- **Visoka konkurencija** - kako sve više objekata kreira signature koktele, diferencijacija može postati izazovnija, a tržište prezasićeno
- **Ekonomičnost** - u vrijeme ekonomske nesigurnosti, gosti mogu biti manje spremni trošiti na luksuzne ili premium koktele
- **Regulacija i zakonodavstvo** - povećane regulacije u vezi s alkoholnim pićima ili promjene u zakonima o porezima i licenciranju mogu negativno utjecati na profitabilnost signature koktela

Izvor: Izrada autora

4.2. Marketinški plan i brendiranje The Dead Rabbit bara

The Dead Rabbit, otvoren 2013. godine u New Yorku, pruža izvrstan primjer marketinškog planiranja i brendiranja u ugostiteljstvu. Ovaj bar je uspješno kombinirao tradicionalne elemente irske kulture s modernim pristupom, stvarajući jedinstven i kohezivan brend. Kroz suradnje s irskim umjetnicima, glazbenicima i destilerijama, Dead Rabbit ističe svoje irsko nasljeđe, čime dodatno jača svoju autentičnost. Brendiranje bara odražava irsku povijest, vidljivo u njegovom interijeru i jelovniku koji nudi tradicionalna irska jela i pića. Bar također koristi narative o irskoj imigraciji i kulturnom utjecaju u Americi kako bi stvorio dublju emocionalnu povezanost s gostima, transformirajući posjet bar-u u kulturno iskustvo. Digitalne platforme, poput društvenih mreža i blogova, koriste se za angažman s globalnom publikom, dijeleći priče o povijesti bara, recepte za koktele i najave događanja, čime se proširuje doseg bara. Dodatno, prodaja personaliziranih proizvoda kao što su koktel knjige, majice i suveniri pomaže u povećanju prepoznatljivosti brenda i stvaranju dodatnih prihoda. Uz kontinuiranu inovaciju u ponudi koktela i tematskim događajima te edukaciju osoblja, Dead Rabbit uspijeva održati interes i privlačiti ponovne posjete, dodatno jačajući svoj ugled. Ovaj pristup može poslužiti kao model drugim

ugostiteljskim objektima u izgradnji snažnog i prepoznatljivog brenda kroz kombinaciju tradicije, inovacije i pažljivo osmišljene marketinške strategije (The Dead Rabbit, 2024.).

4.2.1. Brend The Dead Rabbit

U sredini devetnaestog stoljeća, kvart Five Points na donjem Manhattanu bio je mjesto intenzivnih sukoba između nacionalističkih i etničkih bandi koje su se borile za moć i teritorij. Jedna od najpoznatijih bandi bila je irska banda "Dead Rabbits" čiji je vođa bio John Morrissey.

Morrissey je obnašao brojne uloge tijekom svog života, uključujući uloge uličnog borca, profesionalnog boksača, političkog mišićara u Tammany Hallu, kongresmena, te na kraju, senatora New Yorka. Preminuo je 1878. godine u 47. godini, a njegovom sprovodu prisustvovali su članovi državnog senata. Morrissey je bio poznat po svojoj lojalnosti prema irskim imigrantima, iz kojih je i sam potekao. Njegov život i djela obilježeni su izraženim osjećajem časti i odanosti, dok je izdaja plemena smatrana najvećim prijestupom. Ova povijesna pozadina Morrisseyeva života korištena je kao osnova za drugi meni bara "The Dead Rabbit" nazvan "Warren Warrior". Meni je osmišljen kako bi odražavao teške životne uvjete i korupciju tog razdoblja te Morrisseyevu narav. Razvoj menija postavio je temelje za buduće pristupe kreiranju pića, dizajnu menija i integraciji narativa u identitet brenda. Morrisseyeva priča i dalje inspirira način na koji bar "The Dead Rabbit" razvija svoje menije i kreacije pića, povezujući povijest s modernim elementima ugostiteljstva. (Muldon, McGarry i Vose, 2018.).

Treći meni bara The Dead Rabbit, nazvan "Čovjek na misiji", ostao je unutar istog povijesnog i geografskog okvira kao i prethodni meniji, ali se fokus promijenio na osobu Lewisa Morrisa Peasea, evangelističkog borca za reforme i socijalnog reformatora. Ovaj meni predstavlja kontrast prethodnom liku Johna Morrisseyea, ističući lik vođen altruizmom i vjerom koji se bori protiv degeneracije društva. Morrisseyeva figura nastavila je biti prisutna unutar narativa bara, simbolizirajući trajni utjecaj njegovog lika unutar branda. Razvoj menija također je obuhvatio integraciju dviju mitologija: Johna Morrisseyea i bara The Dead Rabbit, što je ukazivalo na njihovo spajanje u jedinstvenu priču. Za četvrti meni, razvojni tim odlučio je napustiti povijesne okvire devetnaestog stoljeća. Uvođenjem lika Zeca, bar je počeo koristiti različite reprezentacije ovog lika, kao što su DJ, rock zvijezda i pjevačica kantautorica za promociju posebnih događaja. Ova strategija odražava inovativni pristup bara u kreiranju menija i njegovu sposobnost prilagodbe

promjenjivim trendovima u industriji, što doprinosi kontinuiranoj relevanciji i popularnosti bara na tržištu. (Muldon, McGarry i Vose, 2018.)

Ideja o reinkarnaciji Morrisseyja kao hibridnog lika čovjeka-zeca, koji predstavlja antijunaka u narativu bara, inicirala je duboka razmatranja unutar kreativnog tima. Diskusije između tima bara u New Yorku i kreativnog tima u Belfastu usredotočile su se na odabir odgovarajućeg vremenskog razdoblja za smještaj nove priče. Razmišljanja su uključivala pitanja poput percepcije lika od strane publike, njegove prošlosti, izvora i moguće interakcije s drugim likovima sličnog profila. U procesu razvoja, ilustrator je radio na vizualnim prikazima lika Zeca, koji su odmah izazvali niz pitanja o kontekstu njegove priče. Diskusije su se proširile na analizu filmskih likova poput Zelig, Woodyja Allena i Forresta Gumpa, koji su poznati po svojoj sposobnosti da se kreću kroz različite povijesne ere, što je služilo kao inspiracija za daljnji razvoj lika Zeca. Zaključeno je da bi lik Zeca trebao imati sličnu sposobnost kretanja kroz različite povijesne periode, što bi omogućilo bogatiji narativ i veću fleksibilnost u pripovijedanju. Ova odluka utemeljena je na spoznaji da su elementi njegove prošlosti, iako zagonetni, konstantno prisutni i ključni za razumijevanje njegovog lika. Razvoj priče je stoga bio usmjeren na povezivanje prošlih događaja s trenutnom naracijom, čime je osigurana koherencija i dubina priče koja se nastavlja razvijati. Kroz ovaj proces, *The Dead Rabbit* uspješno koristi kompleksne narative i likove za jačanje svoje marketinške strategije, pružajući gostima ne samo kulinarsko, već i bogato pripovjedno iskustvo (Muldon, McGarry i Vose, 2018.).

Uvođenje novog lika antijunaka odigralo se u kontekstu New Yorka sedamdesetih godina dvadesetog stoljeća, razdoblja koje je obilježeno društvenim nemirima, ekonomskim padom i visokom stopom kriminala. Period je vizualno i tematski poznat kroz filmove poput "Taxi Driver", "The Warriors", "The Godfather", i "Serpico". Izbor ovog vremenskog perioda za postavljanje narativa bio je motiviran prisutnošću bandi organiziranih po etničkim i teritorijalnim osnovama, što je rezultiralo čestim sukobima, od manjih do dugotrajnih i smrtonosnih. Stoljeće nakon smrti Johna Morrisseyja, dinamika njegovog vremena—bande, korupcija, nasilje i siromaštvo—još su uvijek bili prisutni. U to doba, opijati izbora su bili jeftina žestoka pića i gin iz domaće proizvodnje. Nasuprot tome, sedamdesete su obilježile teške droge i iznude kao glavne izvore prihoda. Razlika između bogatih i siromašnih postajala je sve izraženija, dok je kulturni jaz dodatno naglašen scenom u Studio 54 i nastankom hip-hop kulture na ulicama. Jimmy Coonan, član notorno nasilne

irske bande Westies, bio je ključan u sukobima s irskim mafijaškim šefom Mickeyem Spillaneom, što je dovelo do izraženih teritorijalnih sukoba i promjena u organiziranom kriminalu. Ova dinamika dovela je do ponovnog razmatranja Morrisseyevog duha i njegove uloge u narativu bara. Meni inspiriran ovim razdobljem bio je najambiciozniji projekt do tada, realiziran kroz seriju od šest stripova. Priča je obuhvatila sukob između tradicionalnog kodeksa časti i pragmatičnijeg suvremenog pristupa novcu, moći i nasilju. Centralni lik, Zec, simbolizira osvetu i borbu protiv osobnih i kolektivnih demona, krećući se od margine društva do pozicija moći, uz kontinuirani povratak osnovnim temama. Ovaj narativni pristup ne samo da obogaćuje gostoprimstvo bara već i pruža duboki uvid u složenost ljudskih narativa unutar urbanog konteksta. iskustvo (Muldon, McGarry i Vose, 2018.).



Slika 7: Slika lika The Dead Rabbit

Izvor: <https://www.212area.com/new-york-city/tribeca/nightlife/dead-rabbit-nyc.htm>

4.2.2. Meni kao proizvod bara

Proces razvoja menija u baru The Dead Rabbit karakterizira sustavno prikupljanje i evaluacija prijedloga za nova pića od strane svih zaposlenika. Ideje su obavezne za sve članove tima, što podrazumijeva aktivno sudjelovanje u generiranju i testiranju novih recepata. Ove aktivnosti su

centralne tijekom sesija istraživanja i razvoja koje se održavaju dvaput mjesečno. Tijekom ovih sesija koristi se Evernote za dokumentaciju svih relevantnih informacija, uključujući feedback, podjelu ideja i izbjegavanje dupliciranja prijedloga. Osobe odgovorne za novu kreaciju pića zadužene su za nabavku sastojaka, što im je omogućeno kroz financijska sredstva koja bar pruža za ovu svrhu. Ovaj pristup osigurava da svaki prijedlog pića prođe kroz temeljitu analizu i testiranje, gdje svaki član tima kuša piće i pruža objektivne povratne informacije. Proces razvoja novih pića uključuje višestruke iteracije, gdje se recepti prilagođavaju i prezentiraju do pet puta kako bi se postigla željena kvaliteta i karakteristike pića. Ukoliko rezultat ne zadovoljava postavljene kriterije, prijedlog se odbacuje i prelazi na novi prijedlog, čime se održava visoki standard ponude. Inkluzija pića u stalni meni temelji se na detaljnoj evaluaciji njegove prikladnosti unutar trenutne ponude bara. Razmatraju se faktori kao što su sezonska prikladnost, zastupljenost određenih stilova pića te ukupni balans menija. Neka pića mogu biti privremeno isključena iz ponude s opcijom da se ponovno razmotre za uključivanje u budućim iteracijama menija, ovisno o strateškim odlukama i tržišnim trendovima. Ovaj metodološki pristup razvoju menija omogućava The Dead Rabbit baru da održi dinamičnost i inovativnost u svojoj ponudi, što doprinosi njegovom pozicioniranju na tržištu kao vodećeg mjesta za koktele i društvena okupljanja (Muldon, McGarry i Vose, 2018.).

Meniji u baru The Dead Rabbit su dizajnirani s ciljem postizanja ravnoteže kako bi zadovoljili širok spektar ukusa klijenata, uključujući stilove kao što su Old Fashioned, Sazerac i Manhattan. Struktura menija je ključna za olakšavanje navigacije gostiju kroz ponudu, što se postiže organizacijom pića prema različitim kriterijima kao što su način pripreme (mućkano, miješano, građeno) i intenzitet okusa od najlakšeg do najintenzivnijeg. Razvoj menija započinje bez prethodno kreiranih pića. Inicijalni korak uključuje kreiranje okvira menija koji će kasnije definirati strukturu ponude. Okvir menija uključuje specifikacije pića poput tipa alkohola, stila pića, i sastojaka, čime se unaprijed planira struktura ponude. Korištenje digitalnih alata kao što je Evernote omogućuje efikasno prikupljanje i analizu povratnih informacija tijekom razvoja, što doprinosi eliminaciji redundantnih prijedloga i usavršavanju konačne ponude. Pri kreiranju novog menija koristi se metoda vizualnog planiranja koja uključuje korištenje ploča za plakate i ljepljivih bilješki. Ova metoda omogućuje fleksibilno manipuliranje elementima menija, što olakšava postizanje optimalne organizacije i prezentacije pića. Nakon što se konačna selekcija pića odobri, prenosi se u razvojni folder gdje je dostupna za daljnje proučavanje od strane osoblja, pripremajući

tim za uvođenje novog menija. Kroz ovaj proces, The Dead Rabbit uspijeva održati dinamičnost i atraktivnost svoje ponude, istovremeno poštujući tradicionalne elemente i inovativne pristupe u pripremi koktela. Ovaj pristup ne samo da olakšava operativnu implementaciju novih menija, već i doprinosi stalnom obrazovanju i uključivanju osoblja u procese razvoja, čime se jača njihova kompetencija i posvećenost kvaliteti usluge (Muldon, McGarry i Vose, 2018.).

Prilikom uvođenja novog menija, prvi korak uključuje organizaciju i pripremu radnog prostora, kao i detaljno označavanje i inventarizaciju svih sastojaka koji se uklanjaju ili uvode. U zavisnosti od dostupnog prostora, neophodno je ponekad kombinirati manje sastojke u manje serije kako bi se optimizirala upotreba prostora i olakšala integracija novih elemenata u meni. Ovaj proces zahtijeva preciznu organizaciju i planiranje kako bi se sve potrebne aktivnosti mogle izvesti u ograničenom vremenskom periodu. Nakon što je meni sastavljen i pripremljen, važno je da sve osoblje bar ili restorana detaljno upozna novi meni kroz degustacije i edukaciju o svakom piću i njegovim sastojcima. Ovo osigurava da osoblje može efikasno komunicirati s gostima, pružajući informacije o karakteristikama i sastavu svakog pića. U fazi nakon uvođenja menija, provodi se kontinuirani nadzor kako bi se osigurala konzistentnost u kvaliteti i prezentaciji pića. Ovo uključuje redovne kontrole i naručivanje pića, kako bi se verificirala dosljednost između različitih smjena i dana. Kontinuirana obuka osoblja o tehnikama serviranja i detaljima o sastojcima pića također je ključna za održavanje visokih standarda usluge. Kroz ovaj ciklus, osoblje ne samo da stječe znanje i vještine potrebne za uspješno pružanje usluge, već i ima priliku kušati nova pića, što doprinosi boljem razumijevanju ponude i motivaciji osoblja. Ovaj integrirani pristup pripremi i implementaciji menija omogućava objektima da održe relevantnost i privlačnost svoje ponude, povećavajući zadovoljstvo gostiju i potičući ponovne posjete (Muldon, McGarry i Vose, 2018.).

Bar The Dead Rabbit pristupa razvoju svojih koktela s ciljem potpune transparentnosti. Postupak stvaranja koktela uključuje detaljan pregled sastojaka, alata i metoda koje se koriste u pripremi pića, što je vidljivo na primjeru devedeset originalnih koktela iz prvih triju menija bara. Svaki korak u pripremi koktela, od odabira sastojaka do finalnog serviranja pića, dokumentiran je kako bi se osigurala konzistentnost i kvaliteta. Osnovni sastojci koktela uključuju alkoholna pića, biljne ekstrakte, voće i druge komponente koje daju karakteristične okuse. Alati koji se koriste u pripremi pića su specijalizirani i odabrani kako bi maksimizirali efikasnost i preciznost u stvaranju svakog koktela. Način serviranja pića također je pažljivo planiran; odabir čaše i vrste leda prilagođava se

karakteristikama svakog koktela kako bi se istaknule njegove specifičnosti. Ukrasi koji se dodaju na koktele nisu samo estetski elementi, već i dio koji doprinosi ukupnom doživljaju pića. The Dead Rabbit naglašava važnost edukacije osoblja i gostiju o svim aspektima pripreme koktela. Redovito se održavaju edukacijske sesije na kojima osoblje uči o novim tehnikama i sastojcima, što omogućava da svaki član tima može kompetentno informirati goste o pićima koja se nude. Ovaj pristup ne samo da podiže razinu usluge, već i potiče kulturu stalnog učenja i inovacija unutar tima. Bar The Dead Rabbit koristi digitalne platforme za dijeljenje svojih znanja i iskustava s širom publikom. Objavljivanje detalja o koktelima, uključujući recepte i priče o njihovom nastanku, omogućava gostima da dožive dio atmosfere bara čak i ako nisu fizički prisutni. Ova strategija ne samo da pomaže u širenju brenda, već i u stvaranju zajednice ljubitelja koktela koji cijene transparentnost i majstorstvo. U kreiranju novih koktela često se koriste rijetki ili specijalizirani sastojci koji nisu široko dostupni. Razvoj tih sastojaka, kao što su posebni *bitteri*, tinkture i sirupi, zahtijeva dodatne napore i stručnost. Tim *The Dead Rabbit*-a posvećuje znatne resurse istraživanju i eksperimentiranju kako bi razvio jedinstvene komponente koje njihove koktele čine izvanrednima. Koktel entuzijasti i stručnjaci često cijene složenost i detalje uključene u pripremu visokokvalitetnih pića. The Dead Rabbit uspješno zadovoljava ove zahtjeve pružajući detaljne informacije o metodama pripreme i sastojcima, što gostima omogućava dublje razumijevanje i cijenjenje onoga što konzumiraju. Kroz ovaj otvoreni pristup, The Dead Rabbit postavlja se kao primjer u industriji po pitanju transparentnosti i kvalitete. Njihov pristup omogućava izgradnju snažne veze s gostima i postavljanje visokih standarda u svijetu koktela, čime se potiče vjernost gostiju i ponovni dolasci. Takva politika otvorenosti i dijeljenja znanja može poslužiti kao model drugim ugostiteljskim objektima koji teže izgradnji prepoznatljivog i cijenjenog brenda u konkurentnom tržištu (Muldon, McGarry i Vose, 2018.).

4.2.3. The Dead Rabbit kao uspješan primjer marketinškog brendiranja u ugostiteljstvu

Otvoren je 2013. godine u New Yorku, postao je izvrstan primjer kako inovativno marketinško planiranje i strateško brendiranje mogu transformirati ugostiteljski objekt u svjetski prepoznatljiv brend. Kombinacijom duboko ukorijenjenih elemenata irske kulture s modernim pristupima ugostiteljstvu, bar je uspio stvoriti jedinstven identitet koji odzvanja autentičnošću i privlači širok spektar gostiju. Jedan od ključnih aspekata uspjeha The Dead Rabbita je njegova sposobnost da

ispriča priču. Kroz precizno razrađene menije koji ne samo da nude koktele već i pričaju priče o irskoj imigraciji i kulturnom utjecaju, bar je uspio stvoriti duboku emocionalnu povezanost s gostima. Ova povezanost nije ograničena samo na fizički prostor bara, već se proširuje i na digitalne platforme gdje bar dijeli svoje bogate priče, recepte i događanja s globalnom publikom. Ovaj pristup omogućuje bar-u da održava stalnu interakciju s ciljanom publikom, čime se povećava njegova vidljivost i angažman. Inovacija je također ključni stup uspjeha The Dead Rabbita. Bar kontinuirano istražuje nove ideje za koktele, koristeći rijetke i jedinstvene sastojke koje pažljivo biraju i prilagođavaju za svoje specijalne recepte. Ova stalna težnja za inovacijom ne samo da osigurava svježinu ponude, već i potiče goste da se vraćaju kako bi iskusili nešto novo i uzbudljivo. Dodatno, obuka osoblja i njihovo detaljno poznavanje svakog aspekta pripreme pića osigurava da svaki gost dobije informativno i zadovoljavajuće iskustvo. Proizvodnja i prodaja personaliziranih proizvoda, kao što su koktel knjige, majice i suveniri, dodatno pojačavaju prepoznatljivost brenda The Dead Rabbit. Ovi proizvodi ne samo da služe kao dodatni izvor prihoda, već i kao marketinški alati koji omogućavaju gostima da nose dio iskustva The Dead Rabbita sa sobom, šireći priču bara širom svijeta. Kroz kombinaciju tradicije i inovacije, transparentnost u komunikaciji i stratešku upotrebu digitalnih platformi za angažman i širenje publike, The Dead Rabbit uspješno demonstrira kako se može izgraditi i održavati snažan ugostiteljski brend. Ovaj integrirani pristup ne samo da jača poziciju bara na tržištu, već postavlja The Dead Rabbit kao primjer najboljih praksi u industriji, nudeći vrijedne uvide kako se kroz pažljivo osmišljenu marketinšku strategiju može ostvariti globalni uspjeh.

5. ZAKLJUČAK

Signature kokteli su rezultat spoja tradicionalnih tehnika i moderne inovacije, čime odražavaju kako individualnost barmena tako i filozofiju ugostiteljskih objekata u kojima se nude. Kroz njih, barmeni imaju priliku izraziti svoju kreativnost i strast, a gosti uživati u jedinstvenom iskustvu koje nadilazi konzumaciju običnog pića. Povijest koktela pokazuje kako su ova pića, kroz različita razdoblja i kulture, evoluirala od jednostavnih mješavina do sofisticiranih napitaka koji predstavljaju statusni simbol i element društvene interakcije. U radu se ističu ključni povijesni trenuci i utjecaji koji su oblikovali današnje razumijevanje koktela, uključujući značajne figure koje su pridonijele njihovom razvoju. Posebna pažnja posvećena je kreativnom procesu stvaranja signature koktela. Ovaj proces uključuje osmišljavanje recepata koji se razlikuju od klasičnih koktela, kombiniranje neočekivanih sastojaka, te korištenje inovativnih tehnika pripreme i prezentacije. Rezultat toga su kokteli koji nisu samo ukusni, već i vizualno atraktivni i pri tome komuniciraju priču ili identitet bara u kojem su kreirani. Ovi kokteli na taj način postaju zaštitni znakovi, stvarajući lojalnost kod gostiju i diferencirajući ugostiteljski objekt od konkurencije. Signature kokteli također se mogu opisati i kroz njihov marketinški aspekt, odnosno kao alat za promoviranje ugostiteljstva, a kao primjer korištenja signature koktela na taj način istaknuo se The Dead Rabbit Bar. Kroz njihovu izradu i promociju, ugostiteljski objekti imaju priliku izgraditi brend i privući pažnju šire publike, posebno putem društvenih mreža. Vizualna privlačnost koktela i njihova jedinstvenost često postaju viralan sadržaj na platformama poput Instagrama i TikToka, čime se dodatno širi svijest o brendu i privlače novi gosti. Zaključno, ovaj rad pokazuje da signature kokteli predstavljaju više od pukih napitaka – oni su integralni dio ugostiteljskog iskustva i značajan alat u izgradnji identiteta i prepoznatljivosti ugostiteljskih objekata. Kroz spoj povijesti, kreativnosti i marketinga, signature kokteli igraju ključnu ulogu u modernom ugostiteljstvu, obogaćujući iskustva gostiju i postavljajući nove standarde u svijetu miksologije.

LITERATURA

1. Kljajić M. (2019), Osnove barske miksologije, Osijek, BARMENOS d.d
2. Kinch, J., Beke, M., Advanced Bartender Course
3. Muldoon, S., McGarry, J., Vose, J., 2018, The Dead Rabbit mixology & mayhem: the story of John Morrissey and the world best cocktail menu, New York, Houghton Mifflin Harcourt Publishing company.

POPIS LINKOVA

1. Lorena Blažević (2024.). Kratka povijest koktela; dostupno na: <https://mixer.hr/lifestyle/gastro/kratka-povijest-koktela-evo-kako-su-nastali-a-i-gdje-popiti-najbolji-koktel-u-zagrebu/> (24.08.2024.).
2. Prvi hrvatski portal o koktelima (2015.). Povijest koktela i alkoholnih pića; dostupno na: <https://kokteli.hr/povijest/> (22.8.2024.).
3. Prvi hrvatski portal o koktelima (2015.). Povijest koktela; dostupno na: <https://kokteli.hr/povijest/> (23.08.2024.).
4. Alambika (2024.). The History of the Cocktails and its evolution over time- dostupno na: <https://alambika.ca/blogs/articles/the-history-of-cocktail-culture-and-its-evolution-over-time>; (23.08.2024.).
5. Alambika (2024.). Cocktail during the prohibition era; dostupno na: <https://alambika.ca/blogs/articles/the-history-of-cocktail-culture-and-its-evolution-over-time> (23.08.2024.).
6. Belobradic M. (2024.). What is a Signature Cocktail?; dostupno na: <https://www.grandonelounge.com/blog/what-is-a-signature-cocktail> (30.08.2024.).
7. Belobradic M. (2024.). Seven Things to Consider When Creating a Signature Cocktail; dostupno na: <https://www.grandonelounge.com/blog/what-is-a-signature-cocktail> (30.08.2024.).
8. Prvi hrvatski portal o koktelima (2021). Savršen koktel I kako ih napraviti; dostupno na: <https://kokteli.hr/savrseni-koktel-i-kako-ga-napraviti/> (30.08.2024.).

9. Chris Harris (2024). Stvaranje signature koktela; dostupno na:
<https://cocktailhammer.com/cocktails-and-recipes/crafting-signature-cocktails-for-special-occasions/> (10.09.2024.).
10. Chris Harris (2024). Prednosti i nedostatci signature koktela; dostupno na:
<https://cocktailhammer.com/cocktails-and-recipes/crafting-signature-cocktails-for-special-occasions/> (10.09.2024.).
11. Cocktailhire (2023.). The Importance of Visual Appeal in Cocktails; dostupno na:
<https://www.cocktailhire.com/mixologist/the-art-of-cocktail-presentation-how-mixologists-enhance-your-events-aesthetic/> (12.09.2024)
12. Chilledmagazine. Crafting Signature cocktails; dostupno na:
<https://chilledmagazine.com/tutorials/crafting-signature-cocktails-a-mixologists-guide-to-creativity/> (12.09.2024.).
13. Alicia Miller (2023.). Defining classic cocktails; dostupno na:
<https://www.decanter.com/magazine/defining-classic-cocktails-504141/> (30.08.2024.).
14. Simon Difford (2023.). Top 100 najprodavaniji koktela 2022.; dostupno na:
<https://www.diffordsguide.com/g/1127/worlds-top-100-cocktails/about> (12.09.2024.).
15. Simon Difford (2023.)., Daquiri cocktail story; dostupno na:
<https://www.diffordsguide.com/g/1083/daiquiri-cocktail/story> (15.09.2024.).
16. Punkufer (2024.). Koktel Essperso Martini; dostupno na:
<https://punkufer.dnevnik.hr/clanak/hrana-i-pice/smrznuti-esspresso-martini-recept---849835.html> (15.09.2024.).
17. Ante Carić (2022.). Koktel Aviation; dostupno na;
<https://gastro.24sata.hr/kolumne/aviation-cocktail-klasik-koji-ponovo-leti-26776>
(15.09.2024.).
18. The Dead Rabbit (2024.). The dead rabbit bar povijest; dostupno na:
<https://thedeadrabbit.com/about/our-story/> (17.09.2024.).

PRILOZI

POPIS SLIKA

Slika 1. Jerry “Professor” Thomas - <https://kokteli.hr/povijest/>

Slika 2. Čaše u obliku tiki humanoida - <https://www.plnasklenice.cz/poradna/tiki--barova-kultura-zalita-sluncem/>

Slika 3. Prostor za često korištena pića (Speed rack) - <https://theportablebarcompany.com/wp-content/uploads/2018/04/Half-Length-and-Tiered-Speed-Rails-Stocked.jpg>

Slika 4. James Bond sa ikoničnim *Vesper martini* - <https://lovemylife.reblog.hu/daniel-craig-a-nevem-bond-ujra-james-bond>

Slika 5. Espresso Martini - <https://mixologists.co/kahlua-espresso-martini/>

Slika 6. Aviation Cocktail - <https://www.delish.com/cooking/recipe-ideas/a36940314/aviation-cocktail-recipe/>

Slika 7. Slika lika The Dead Rabbit - <https://www.212area.com/new-york-city/tribeca/nightlife/dead-rabbit-nyc.htm>

POPIS TABLICA

Tablica 1. SWOT analiza signature koktela