

BEER

Липень [2021] №2 (20)

Technologies
Innovations
journal

ПИВО. ТЕХНОЛОГІЇ & ІННОВАЦІЇ ЖУРНАЛ

beertechdrinks.com



НЕФІЛЬТРОВАНЕ НЕПАСТЕРИЗОВАНЕ

за найкращими рецептами світового пивоваріння



*Ale Point – зберігачі
традицій і духовні
послідовники кращої
Харківської броварні
Ігнатіщева.*

*Оксана Ільгова, засновниця
пивоварні Ale Point Brewery*

ПЕРЕВІРЕНІ МОДУЛЬНІ РІШЕННЯ АЛЬФА ЛАВАЛЬ

ПОКРАЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ТА ЯКОСТІ ВАШОГО ПИВА



Компанія Альфа Лаваль є одним з провідних світових виробників спеціального технологічного обладнання, яке традиційно використовується в пивоварінні. Рішення, які пропонує компанія, засновані на передових технологіях і світовому досвіді, а їх застосування дозволяє досягти нових рівнів рентабельності та найвищої якості продукції.

ОБЛАДНАННЯ Альфа Лаваль ДЛЯ СТВОРЕННЯ оптимального КРАФТОВОГО ПИВА

- ✓ **Покращений контроль** і експлуатаційна гнучкість для виробництва більшого асортименту пива
- ✓ **Збільшення прибутковості** до 10%
- ✓ **Зниження споживання води** в процесах пивоваріння на 80%
- ✓ **Зниження енергоспоживання** і відходів від 50% до 80%
- ✓ **Відповідність міжнародним нормам** гігієни та законодавства

ДП «Альфа Лаваль Україна»

Україна, 04080, Київ, вул. Новокостянтинівська 13/10, офіс 213



МОДУЛЬ СЕПАРАЦІЇ АЛЬФА ЛАВАЛЬ BREW 80

- ✓ модуль готовий до підключення, займає малу площу, дозволяє заощадити місце у виробничому приміщенні пивоварні
- ✓ екологічно безпечне освітлення пива після ферментації та дозрівання
- ✓ подача продукту зверху
- ✓ осьове герметичне ущільнення забезпечує мінімальне захоплення кисню



МОДУЛЬ ДЛЯ ДЕАЕРАЦІЇ ВОДИ АЛЬФА ЛАВАЛЬ ALDOX™ MINI

- ✓ повністю автоматизований модуль, обладнаний ПЛК та інтегрованою програмою безрозбірної мийки (CIP)
- ✓ гігієнічна, компактна конструкція, змонтована на каркасній рамі
- ✓ можливість досягти рівня розчиненого кисню (DO) менше 0,01 ppm менш ніж за 5 хвилин
- ✓ втрати вуглекислого газу менше 5%



МОДУЛЬ АВТОМАТИЧНОЇ ПАСТЕРИЗАЦІЇ АЛЬФА ЛАВАЛЬ FLEXITHERM™

- ✓ компактний модуль, що відповідає гігієнічним нормам і вимагає мінімального обслуговування
- ✓ оптимальна та ефективна термічна обробка пива, яке відправляється в асептичні системи наповнення
- ✓ забезпечення правильної температури пастеризації, якості та терміну зберігання пива
- ✓ низьке споживання води та енергії для додаткової економії

СЕРВІС - ПІДТРИМКА ВИСОКОЇ ПРОДУКТИВНОСТІ ВАШОГО ОБЛАДНАННЯ

- Регулярне технічне обслуговування
- Використання оригінальних запасних частин
- Оперативний зв'язок з фахівцями

Тел.: +38 044 205 5667
ukraine.info@alfalaval.com | www.alfalaval.ua

ЗА ПІВ РОКУ – НАСТУПНЕ ПИВНЕ ЗМАГАННЯ! ГОТУЙМОСЯ!..

Здається, щойно відлунали оплески переможцям Дегустаційного конкурсу East European Beer Award-2021 і завершив свою роботу наш ювілейний X Форум пивоварів і рестораторів, проте вже час подумати про наступне пивне змагання для пивоварної галузі України. Отже, оголошуємо дати!

VI Дегустаційний конкурс East European Beer Award-2022 – 2-4 березня 2022 року, м. Рівне, готельно-ресторанний комплекс «Айвенго».

XI Міжнародний Форум пивоварів і рестораторів – 7-8 квітня 2022 року, м. Дніпро.

Ці дві події, без перебільшення, стали знаковими для українського пивоваріння. Саме завдяки форумам, в основі концепції яких – впровадження новітніх технологій, вдосконалення пивоваріння України, вихід українських броварень на нові ринки, формується сьогодні нове обличчя пивної галузі. Крім цього, за останні декілька років набагато зросла якість продукції пивоварень. Український крафт успішно завойовує прихильність споживачів, відкриваючи для всіх нові стилі, нові смаки, навіть нові напрямки у виробництві напоїв!..

Як засновники й організатори Форуму пивоварів і Дегустаційного конкурсу ми, медіагрупа «Технології та Інновації», звісно, пишаємося досягненнями українських пивоварень. Але й не збираємося зупинятися на досягнутому. Разом із співорганізатором конкурсу, Київською Пивною Лігою, ми активно пропрацюємо основні засади положення про конкурс, щоб зробити змагання пивоварів ще більш масовим і ще більш впливовим, а також залучити до участі в ньому не лише всі українські пивоварні, а й закордонні, насамперед зі Східної Європи.

Як продемонстрував досвід попередніх конкурсів, українське пиво в змозі гідно протистояти імпортованим зразкам. Отож, звертаємося до пивоварів України: вже сьогодні, зараз відпрацюйте свої найкращі рецептури, творіть і створюйте нові цікаві сорти пива, тестуйте їх на своїх споживачах, щоб на початку березня наступного року завоювати прихильність пивних суддів і ПЕРЕМОГТИ!..

Ми вже зараз обговорюємо з пивоварами теми, які варто розкрити під час наступного Форуму пивоварів і рестораторів. Як свідчить досвід провідних броварень країни та з-за кордону, сьогодні на порядку денному – економіка пивоваріння і якість пива. Створити успішне високоякісне пиво, яке вподобають споживачі, які матиме відмінні продажі, та при цьому дотриматися балансу собівартості і ціни продукту. А це – вартість хмелю та солоду, дріжджів, супутніх матеріалів, це досконале обладнання та кваліфіковані працівники.

Друга важлива тема для України – створення і розвиток бренду Ukrainian Beer, який повинен об'єднати пивоварні всієї України і сприяти їх виходу на закордонні ринки.

І те, що завжди актуально: популяризувати пиво як корисний, вишуканий напій, котрий можна вживати в будь-якому товаристві, будь-коли і будь-де (в помірній, звичайно, кількості). Як медіагрупа, яка має величезні можливості для просування продукції партнерів, ми готові всіляко сприяти пивоварням у цій щоденній роботі. Відвідайте сайт beertechdrinks.com, наші сторінки та групи в соцмережах Facebook та Instagram, беріть участь у наших заходах (не лише пивних)! Розвивайтесь! Ми – з вами!

Ваші

**Катерина Конєва і Надія Яшук,
засновники медіагрупи «Технології та Інновації».**

Beer. Technologies&Innovations

№2 (20) 2021 р.

Спеціалізований журнал для пивоварів,
рестораторів і любителів пива
beertechdrinks.com



Журнал рекомендований спеціалістам пивоварного бізнесу – власникам, директорам, технологам мініпивоварень і пивзаводів, а також власникам, директорам, шеф-кухарям пивних ресторанів, власникам пивних пабів, магазинів із продажу пива, пивних мереж, а також всім, хто любить пиво і цікавиться найдавнішим напоєм світу. Ідея видання – популяризація крафтового (авторського) пива, просування світових технологій виробництва, розливу і продажу пива, від сировини до бокалу.

Розповсюджується в друкованому і електронному вигляді через редакційну передплату, direct-mail, на конференціях, форумах, виставках, організованих медіагрупою «Технології та Інновації», а також на галузевих виставкових заходах, пивних фестивалях, презентаціях пива в Україні та за кордоном.

Проект пропагує помірне споживання пива як алкогольного напою.

Засновник: Конєва К.В.

Видавець: ФОП Яшук Н.І.

Свідectво про реєстрацію: Серія KB №22242-12142P від 28.07.2016 р.

Головний редактор – Катерина Конєва: kateryna.koneva@gmail.com

Директор – Надія Яшук: gnadia@ukr.net

Випусковий редактор, редактор сайту beertechdrinks.com –

Марина Захарчук: beertechdrinks@gmail.com, +38 097 174 92 69

Сторінка в Фейсбук: facebook.com/techdrinks.info

Журналісти: Дарина Дубинка, Марина Захарчук, Марина Степанюк,

Світлана Мельник, Богдана Трофімюк, Катерина Олар

Літературний редактор, коректор – Оксана Марчук

Переклад – Олена Турчик

Дизайн, верстка – Роман Цвинтарний

Реклама:

Анна Панкратенкова: reklama.nti@gmail.com, тел.: +38 097 759 25 83,

Анна Ільчук: nti.beer@gmail.com, тел.: +38 068 568 66 58

Лариса Товкач: sad.nti@ukr.net +38 097 96 89 516

Назва, концепція, зміст і дизайн журналу Beer.

Technologies&Innovations є інтелектуальною власністю засновників та охороняється Законом «Про авторське право».

За зміст рекламних оголошень редакція відповідальності не несе. Думка редакції може не співпадати з точкою зору авторів публікацій. Передрук тільки з дозволу редакції.

Позначка  – на правах реклами.

Адреса редакції: вул. С. Дем'янчука, 1-А, м. Рівне, Україна, 33027.

Адреса для листування: м. Рівне, 33027, а/с 241,

тел.: +38 068 568 22, +38 067 238 18 51.

Бухгалтерія: тел. +38 0362 60 88 21, факс +38 0362 60 88 68.

Представництво журналу Beer. Technologies&Innovations:

Київ – Марія Беляєва, ma_bel@ukr.net

Дніпро – Дарина Дубинка, darinad27@gmail.com

Харків – Дмитро Певко, dorje1975@gmail.com

Одеса – Мила Ситайло, mila.sitaylo@gmail.com

Ужгород – Олена Рудик, stesss@ukr.net

Віддруковано в приватному підприємстві «ПОЛІГРАФІНТЕР»

Замовлення № СФ-0000637

Підписано до друку 01.07.2021 р.

Наклад 6 000 прим.

«BEER. Technologies&Innovations»

№2 (20) 2021

Professional journal for beer makers and beer lovers
The magazine is recommended for managers and specialists of brewing industry, and restaurant business.

Distributed through direct mail and by subscription through leaders of brewing industry, and restaurant business.

Also spread on specialized exhibitions in Ukraine and abroad.

Founder/Editor-in-chief: Kateryna Konieva kateryna.koneva@gmail.com

Publisher/Project Manager: Nadia Yashchuk (PE Yashchuk N.I.) gnadia@ukr.net

Address for official correspondence: 33027, S. Demyanchuk street 1-A, city of Rivne, Ukraine

Tel.: +38-068-568-58-22, +38-067-238-18-51

Accounting phone/fax: +38 0362 60 88 21

Subscription and distribution of the magazine:

Anna Ilchuk: nti.beer@gmail.com, +38 068 568 66 58

Larysa Tovkach: sad.nti@ukr.net +38 097 96 89 516

e-mail: info@techdrinks.info

web-portal: beertechdrinks.com

facebook.com/techdrinks.info



ПІВОВАРНІ

ВІД НАДІЙНОГО ВИРОБНИКА



+38 (067) 409 91 61 | +38 (050) 845 80 90

www.termopab.com • www.instagram.com/termopab • www.facebook.com/termopab



7-8 квітня 2022 року МІЖНАРОДНИЙ ФОРУМ ПИВОВАРІВ І РЕСТОРАТОРІВ



Міжнародний форум пивоварів і рестораторів –

унікальний захід: це і з'їзд, і ділова, і науково-технічна конференція. Розпочинаючи з 2016 року, традиційно дводенний захід збирає досвідчених пивоварів і пивоварів-початківців, технологів, маркетологів, виробників обладнання та сировини й стає осередком новітніх технологій, підходів та концепцій пивоваріння й ресторанної справи. Із 2017 року в програмі Форумів – Церемонія нагородження переможців і відзначення фіналістів Дегустаційного конкурсу East European Beer Award.

Родзинка заходу –

пивні тури
«Крафтовий шлях»,
під час яких учасники
знайомляться
із кращими
пивоварнями,
пабами й пивними
маркетами.



beer.ti_journal



Пиво.
Технологии и Инновации

Історія Міжнародного Форуму пивоварів і рестораторів:

- 10 успішних заходів;
- понад дві тисячі учасників;
- десятки країн-учасниць;
- а ще налагодження контактів, варки нових сортів пива й підвищення рівня розвитку української крафтової культури.



Основні теми заходу:

- просування сучасних технологій пивоваріння і впровадження інновацій у галузі;
- виробництво, маркетинг і продаж пива;
- організація роботи пабів і пивних ресторанів, розвиток домашнього пивоваріння;
- презентація обладнання та сировини;
- захист інтелектуальної власності.

З приводу участі та партнерства звертайтеся за номерами телефонів:

Анна Панкратенкова: +38 (097) 75 925 83,

+38 (095) 60 70 904, reklama.nti@gmail.com

Анна Ільчук: +38 (068) 568 66 58, nti.beer@gmail.com

Лариса Товкач: +38 (097) 96 89 516, sad.nti@ukr.net

Детальніше на сайтах:

beertechdrinks.com
forum.techdrinks.info



Чиллери б/у від 15 до 1300 кВт в наявності на складі
Великий вибір додаткових опцій
(фрікулінг, тепловий насос, гідромодуль)
Швидка доставка до 14 днів
Запуск нашими спеціалістами
Гарантія до 3 років

NEW

Невживані чиллери 2013-2019 р.в.



Більше 100 наших чиллерів працюють кожного дня на підприємствах України, починаючи з 2014 року

Чиллери від Європром - якість перевірена часом



Дегустаційний конкурс East European Beer Award 2021: розширюємо кордони та розвиваємо пивну культуру!

8



Йіндржих ХЕЙН, чеський пивовар: як вижити пивоварні під час локдауну

20



КрафтоТворіння по-українськи. Якість, творчість і контроль – такими є складові стабільного успіху сім'ї ресторанів AltBier

38

ЗМІСТ

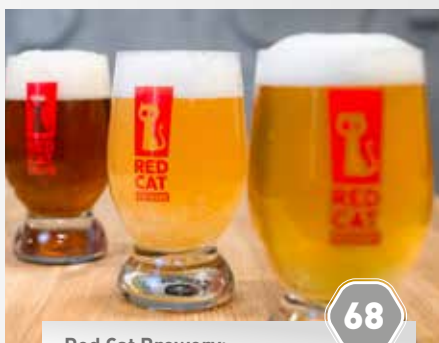
- 6 **НОВИНИ**
- 8 **ДЕГУСТАЦІЙНИЙ КОНКУРС EAST EUROPEAN BEER AWARD-2021**
Дегустаційний конкурс East European Beer Award 2021: розширюємо кордони та розвиваємо пивну культуру!
- 14 **ФОРУМ ПИВОВАРІВ І РЕСТОРАТОРІВ**
У фокусі X Форуму пивоварів і рестораторів: стабільність пива, завоювання українського й іноземного пивних ринків
- 20 **Йіндржих ХЕЙН, чеський пивовар:** як вижити пивоварні під час локдауну
- 22 **ТЕХНОЛОГІЇ ПИВОВАРІННЯ**
Оберіть BREW 20 – оптимальне рішення для пивних пабів та мініпивоварень
- 23 **ФОРУМ ПИВОВАРІВ І РЕСТОРАТОРІВ**
Ювілейний Форум пивоварів і рестораторів: курс на новітні технології
- 30 **ПИВОВАРІННЯ: З ПЕРШИХ ВУСТ**
Мар'ян ГОДА, «Рівень»: «Задля підтримки пивної галузі України пивоварам потрібно об'єднуватися!»
- 34 **ПИВОВАРІННЯ ПО-УКРАЇНСЬКИ**
Пивзавод «Рівень»: секрет успіху – витримана часом класика
- 37 **ТЕХНОЛОГІЇ ПИВОВАРІННЯ**
Сепараційний модуль BREW 80 – коли якість на першому місці!
- 38 **ПИВОВАРІННЯ: ДОСВІД**
КрафтоТворіння по-українськи. Якість, творчість і контроль – такими є складові стабільного успіху сім'ї ресторанів AltBier
- 44 **ТЕХНОЛОГІЇ ПИВОВАРІННЯ**
Застосування дріжджів Angel BF16 у приготуванні лагерів
- 47 **ОБЛАДНАННЯ ДЛЯ ПИВОВАРІННЯ: АНАЛІТИКА**
Банка: новий тренд vs виклики
- 52 **ТЕХНОЛОГІЇ ПИВОВАРІННЯ**
Теан КРЮГЕР, експерт з пивоваріння, Castle Malting (Бельгія): створення ексклюзивного пива
- 56 **ПИВОВАРІННЯ: З ПЕРШИХ ВУСТ**
Назар ДРЕБОТ, 2085 brewery: «Вірю лише в науковий підхід!...»
- 60 **КРАФТ ПО-УКРАЇНСЬКИ**
Ale Point: сучасна крафтова пивоварня родом з легендарного минулого
- 63 **ПОДІЇ**
Восьмий Craft Beer & Vinyl Music Festival: пивні новинки фестивалю
- 64 **НАУКА ПИВОВАРІННЯ**
Пиво. Мистецтво пивної дегустації.
Роман МУКОЇД, Анастасія ПАРХОМЕНКО, Національний університет харчових технологій

- 68 **ПИВОВАРІННЯ: ДОСВІД**
Red Cat Brewery: рудий кіт запрошує на пиво
- 73 **ТАРА І УПАКОВКА**
Vetropack: запаковано зі смаком
- 74 **ПИВОВАРІННЯ: З ПЕРШИХ ВУСТ**
Юрій ЗАСТАВНИЙ, Театр пива «Правда»: як українському пиву завоювати ринок іншої країни і не потрапити в халепу
- 76 **КРАФТ ПО-УКРАЇНСЬКИ**
«Качка Brewery»: одеський крафт, покликаний приносити задоволення!
- 80 **ТЕХНОЛОГІЇ ПИВОВАРІННЯ**
Тренди у крафтовому пивоварінні: акцент на додавання фруктів і натуральних інгредієнтів.
Алла Пономаренко, керуючий партнер Alta Kraina
- 83 **КРАФТ ПО-УКРАЇНСЬКИ**
Remeslo brewery (Харків): шлях від мрії – до готового продукту
- 86 **ПИВО ЯК ВОНО Є**
Пиво переможців: Altbier – це повна свобода творчості та контроль на всіх етапах виробництва
- 88 **КРАФТ ПО-УКРАЇНСЬКИ**
Ілля Година, «ПЗДК»: Пиво – не просто бізнес, це свобода та ейфорія
- 90 **ТОРГІВЛЯ І МАРКЕТИНГ**
Колаборація поза конкуренцією: «Кеди мистецтвознавця» і The Dealer Bottle Shop
- 93 **ТЕХНОЛОГІЇ ПИВОВАРІННЯ**
«Термо-Паб»: виготовимо разом найкраще пиво
- 94 **ВИСОКИЙ ГРАДУС**
А. ПЕТРОВСЬКИЙ, І. ПАРІЙ, В. КОЖАН: дистилляти з пива
- 96 **ЮРИДИЧНИЙ ПРАКТИКУМ**
Крафтові дистилляти в Україні та світі. Законодавчі підходи та перспективи для виробництва
Валентина ПОПОВА, кандидат технічних наук, доцент кафедри хлібопекарського, кондитерського та бродильних виробництв Інституту післядипломної освіти НУХТ; М.Г. ЧЕХУН, старший викладач кафедри хлібопекарського, кондитерського та бродильних виробництв Інституту післядипломної освіти НУХТ.
- 98 **МИСТЕЦТВО В СКЛІ**
Concept Glass: особливому напою – особливий посуд



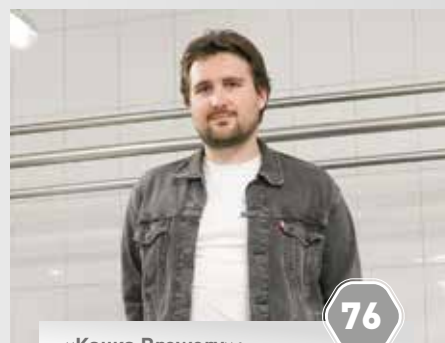
56

Назар ДРЕБОТ, 2085 brewery: «Вірю лише в науковий підхід!...»



68

Red Cat Brewery: рудий кіт запрошує на пиво



76

«Качка Brewery»: одеський крафт, покликаний принести задоволення!

- 6 **NEWS**
- 8 **TASTING COMPETITION EAST EUROPEAN BEER AWARD-2021**
Tasting Competition East European Beer Award 2021: we expand our borders and develop beer culture!
- 14 **FORUM OF BREWERS AND RESTAURATEURS**
In the focus of the 10th Forum of Brewers and Restaurateurs: the stability of beer and gaining of Ukrainian and foreign beer markets
- 20 Jindrich Chejn, Czech brewer:
on how to survive breweries during the lockdown
- 22 **BREWING TECHNOLOGIES**
Let's take a BREW 20 – the optimal solution for beer pubs and small breweries
- 23 **FORUM OF BREWERS AND RESTAURATEURS**
The jubilee Forum of Brewers and Restaurateurs: sets a course to the latest technologies
- 30 **BREWING: AT FIRST HAND**
Marian GODA, brewery Riven:
«Brewers need to unite for the sake of supporting the Ukrainian beer industry!»
- 34 **UKRAINIAN BREWING**
Brewery Riven: the secret of success – a time-tested classic
- 37 **BREWING TECHNOLOGIES**
Separation module BREW 80:
when quality comes first!
- 38 **BREWING: EXPERIENCE**
Craft beer creation in the Ukrainian way. Quality, creativity and control – these are the components of the steady success of the restaurants of AltBier family.
- 44 **BREWING TECHNOLOGIES**
The use of yeast Angel BF16 in the brewing of lagers
- 47 **BREWING EQUIPMENT: ANALYTICS**
A beer can: a new trend vs challenges
- 52 **BREWING TECHNOLOGIES**
Thean KRUGER, the Brew Master at Castle Malting (Belgium): about creating an exclusive beer
- 56 **BREWING: AT FIRST HAND**
Nazar DREBOT, 2085 brewery: «I believe only in the scientific approach! ...»
- 60 **UKRAINIAN CRAFT BREWING**
Ale Point: up-to-date craft brewery comes from the legendary past time
- 63 **EVENTS**
The 8th Craft Beer & Vinyl Music Festival: take a look at beer novelties of this festival
- 64 **BREWERY SCIENCE**
Beer. The art of beer tasting.
Roman MUKOID, Anastasia PARKHOMENKO, National University of Food Technologies
- 68 **BREWING: EXPERIENCE**
Red Cat Brewery: red cat invites to taste a beer
- 73 **PACKING MATERIALS**
Vetropack: packed with taste
- 74 **BREWING: AT FIRST HAND**
Yuriy ZASTAVNYI, Pravda Beer Theatre:
how can Ukrainian beer gain the market of another country and not get into trouble
- 76 **UKRAINIAN CRAFT BREWING**
Kachka Brewery: Odessa craft, created to bring pleasure!
- 80 **BREWING TECHNOLOGIES**
Trends in Craft Brewing: Emphasis on Adding Fruits and Natural Ingredients.
Alla Ponomarenko, Managing Partner of Alta Kraina
- 83 **UKRAINIAN CRAFT BREWING**
Remeslo brewery (Kharkiv): the path from a dream to a finished product
- 86 **BEER AS IT IS**
Winners' beer: Altbier is complete freedom of creativity and control at all stages of production
- 88 **UKRAINIAN CRAFT BREWING**
Ilya Hodyna, PZDK: Beer is not just a business, it is freedom and euphoria
- 90 **TRADE AND MARKETING**
Collaboration out of competition:
Kedspub & The Dealer Bottle Shop
- 93 **BREWING TECHNOLOGIES**
Thermo-Pub: let's make the best beer together
- 94 **HIGH DEGREE**
A. PETROVSKYY, I. PARIY, V. KOZHAN:
distillates from beer
- 96 **LEGAL PRACTICUM**
Craft distillates in Ukraine and the world. Legislative approaches and prospects for production
V. POPOVA, Candidate of Technical Sciences, Associate Professor of the Department of Bakery, Confectionery and Fermentation Production of the Institute of Postgraduate Education of NUFT; M. CHEKHUN, senior lecturer of the department of baking, confectionery and fermentation productions of the Institute of Postgraduate Education of NUFT.
- 98 **ART IN GLASS**
Concept Glass: for special beverage – special utensils

CONTENTS

УКРАЇНСЬКІ СОЛОДОВНІ: ВИЖИТИ!

Цьогоріч українські виробники солоду можуть залишитися без сировини. А якщо врахувати фактичне підвищення податку на додану вартість для переробної галузі та зростання ціни на газ, усе це сукупно може поставити їх на межу виживання.

Як розповідає **власниця солодовні ТОВ компанії «Бел-Гер» Віра ЛАВРІНОВА**, нині дуже гострою проблемою став значний обсяг експорту сировини для виробництва солоду.

– Якщо раніше держава встановлювала квоти для сільгоспвиробників, які могли продати за кордон лише частину свого врожаю, то сьогодні, за відсутності квоти, весь обсяг вирощеної сировини може бути вивезений до Китаю, Білорусі й інших країн, – коментує Віра Лаврінова. – Парадокс, але тепер ми повинні купувати сировину для солоду за кордоном. Та ще й за надвисоку ціну, яка щоразу зростає в 1,5-1,8 рази. Для нас, невеликих виробників, які працюють для крафтових пивоварень, це дуже велике навантаження на собівар-

тість продукції, яке безповоротно спричинить значне підвищення ціни на пиво. А, як відомо, цей напій здавна вважається демократичним і доступним продуктом для всіх верств населення.

За словами власниці компанії «Бел-Гер», складнощів завдає і зміна податку на додану вартість, який для аграріїв держава зменшила до 14%, а для переробників готової продукції ПДВ становить до 20%. Різниця значень ПДВ для готової продукції становить 26%.

– Це непорозуміння держава повинна виправити та надати такі ж преференції для всіх переробників сільгосппродукції, як це вже зроблено для хлібопекарської та молочної галузей, – говорить Віра Лаврінова.

І ще одне. Виробництво солоду – дуже енергозатратне. А ціни на енергоносії, які становлять значну частину собівартості солоду, постійно зростають. У травні 2020 року підприємство мало змогу закупити газ за ціною 3600 грн/куб, а цьогоріч вартість газу в травні становила 12950 грн/куб, і це не кінцева ціна... Також значно зросла ціна доставки й обслуговування газового устаткування. Влада повин-

на надати відповідні компенсації і переробникам, зазначає Віра Лаврінова.

Українським солодовням сьогодні доводиться конкурувати з білоруськими виробниками солоду, які імпортують його до України за ціною 12-14 тис. грн/т. Нині ж навіть для великих закордонних солодовень, які працюють в Україні, собівартість солоду вища, а для маленьких ця сума взагалі стає не підйомною.

– Наша компанія завжди йде назустріч українським пивоварам, ми допомагаємо їм підібрати сировину гарної якості, проте сьогодні нам вкрай потрібна державна підтримка. Кому вигідно, щоб пивовари масово закуповували імпортований солод? А такі підприємства, як наше, через недолугу державну політику наразі перебувають на межі закриття, – розповідає Віра Лаврінова.

Від редакції. Звернення компанії буде адресоване для реагування до Міністерства аграрної політики України й у відповідний комітет Верховної Ради України. Про результати розгляду повідомимо на сайті **beertechdrinks.com**.

Інформаційний портал «BEER. Technologies&Innovations»

Щодня – свіжі та унікальні новини про здобутки українських пивоварень, досвід пивоварів, маркетингові знахідки. А ще – розповіді про майстрів своєї справи і їхнє переможне пиво, про культуру споживання пива.

www.beertechdrinks.com

ВІДВІДУВАНІСТЬ

400-450

відвідувачів
у день

~ **8000**

унікальних
відвідувачів



ЦІЛЬОВА
АУДИТОРІЯ

25-44 р.

переважний вік



СПЕЦПРОЄКТИ:

Форум пивоварів та рестораторів,
Дегустаційний Конкурс East European Beer Award,
Каталог BEER INSIDE. Пивна мапа України

BEER Technologies
Innovations
journal



Сайт є інформаційним партнером найбільших міжнародних виставок обладнання, технологій, харчових і аграрних виробництв у країнах Європи, СНД та світу

КОНТАКТИ:

Редактор: Марина Захарчук
+38 097 174 92 69, beertechdrinks@gmail.com

Засновник/головний редактор:
Катерина Конєва, katernyna.koneva@gmail.com

Засновник/директор: Надія Ящук, nradia@ukr.net

РЕКЛАМА:

Анна Панкратенкова
+38 097 75 925 83, +38 (095) 60 70 904
reklama.nti@gmail.com
drinksgallery@ukr.net

Анна Ільчук
+380 99 566 19 15, nti.beer@gmail.com

ПЕРЕДПЛАТА:

Анна Ільчук
+380 99 566 19 15, nti.beer@gmail.com

Лариса Товкач
+38 097 96 89 516, sad.nti@ukr.net

beer.ti_journal f Пиво, Технології
и Інновації



2-4 БЕРЕЗНЯ 2022 Р., АЙВЕНГО, М. РІВНЕ, УКРАЇНА

VI ДЕГУСТАЦІЙНИЙ КОНКУРС

EAST EUROPEAN BEER AWARD - 2022



НЕЗАЛЕЖНЕ ЗМАГАННЯ ПИВОВАРІВ УКРАЇНИ І СХІДНОЇ ЄВРОПИ ЗА ЄВРОПЕЙСЬКИМИ СТАНДАРТАМИ



ОЛІМПІЙСЬКА СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ ЗРАЗКІВ:
ЗОЛОТО, СРІБЛО І БРОНЗА в кожній із 22 категорій



УЧАСНИКИ: пивзаводи, пивоварні, ресторани-пивоварні, мініпивоварні, контрактні пивовари



У ПРОГРАМІ: 2-4 березня – дегустація заявлених зразків пива й сидру; дружня вечерея для учасників та пивних суддів з обговоренням конкурсу, зразків, тенденцій ринку



7 квітня 2022 р. – церемонія нагородження переможців і відзначення фіналістів Дегустаційного конкурсу **East European Beer Award** під час **XI Міжнародного Форуму пивоварів і рестораторів**

Засновник і організатор: **медіагрупа «Технології та Інновації»**

Співорганізатор: **ГО «Київська Пивна Ліга»**

ЗА ПІДТРИМКИ: **Асоціації Сомельє України, ГС «Незалежні броварні України»**

Науковий патронат - **Національний університет харчових технологій, Одеська національна академія харчових технологій**

Головний Інформаційний партнер Дегустаційного Конкурсу East European Beer Award – єдиний в Україні професійний журнал про пиво і пивоваріння **Beer Technologies&Innovations**

Інформаційний партнер – сайт «Пиво. Технології та Інновації» beertechdrinks.com

Партнери з поселення: готелі «Айвенго»,

«Бергшлосс» (Європейський пивний квартал).

Пивна ресторація «Кант» запрошує на пивну вечірку 03.03!

БІЛЬШЕ ІНФОРМАЦІЇ ПРО ІСТОРІЮ EAST EUROPEAN BEER AWARD НА САЙТІ FORUM.TECHDRINKS.INFO

ТЕХНОЛОГІЇ
ІННОВАЦІЇ

BEER
Technologies
& Innovations
Journal





ДЕГУСТАЦІЙНИЙ КОНКУРС

EAST EUROPEAN BEER AWARD 2021:

РОЗШИРЮЄМО КОРДОНИ ТА РОЗВИВАЄМО ПИВНУ КУЛЬТУРУ!

V Дегустаційний конкурс East European Beer Award відбувся 21-22 квітня 2021 року в Рівному, у готельно-ресторанному комплексі «Айвенго». П'ятий конкурс став наймасштабнішим у своїй історії не тільки за кількістю зразків, а й за категоріями, яких цього року було аж 22! Та Дегустаційний конкурс – це не лише про перемоги. Понад пів року до його проведення готуються сотні людей: пивовари, засновники й організатори, пивні судді, експерти пивоварної галузі. Про зміни й організаційні моменти, зокрема про підготовку суддів, проведення дегустацій, нагородження та релевантність результатів в окремій панелі для дискусій, організований під час X Форуму пивоварів і рестораторів, говорили гравці пивного ринку. До слова запросили не лише дегустаторів і учасників Дегустаційного конкурсу – виробників пива і сидрів, а й продавців пива. Про що говорили експерти, аналізуючи підсумки пивного змагання, читайте далі.

Під час ювілейного пивного змагання за перемогу боролися 411 зразків пива і сидрів з усіх регіонів України, а також з Чехії (5 пивоварень). Своє пиво на конкурс представили 84 пивоварні та виробники сидрів. Традиційно зразки оцінювала суддівська коле-

гія, до складу якої увійшли 92 пивних судді з України та з-за кордону, з-поміж яких – сертифіковані сомельє, представники Асоціації сомельє України, Асоціації барменів України, експерти ринку, представники пивної торгівлі та лише 30% – представники пивоварень. Незалежним спостерігачем конкурсу стала патентна та юридична агенція «Павлович і компанія», яка виступила гарантом якісного та незалежного опрацювання результатів і прозорості механізмів.

МІЖНАРОДНИЙ ДЕГУСТАЦІЙНИЙ КОНКУРС ПИВА ТА СИДРІВ EAST EUROPEAN BEER AWARD ЗАСНУВАЛА ТА ТРАДИЦІЙНО ОРГАНІЗОВУЄ МЕДІА-ГРУПА «ТЕХНОЛОГІЇ ТА ІННОВАЦІЇ» СПІЛЬНО З УКРАЇНСЬКИМ ОБ'ЄДНАННЯМ ПИВНИХ СОМЕЛЬЄ «КИЇВСЬКА ПИВНА ЛІГА». ЩОРІЧНО ЗАХІД НЕ ПРОСТО РОЗШИРЮЄ КОРДОНИ, А Й СТАЄ ДЕДАЛІ ПРОФЕСІЙНІШИМ. НЕЗМІННИМИ ЗАЛИШАЮТЬСЯ БАЗОВІ ПРИНЦИПИ КОНКУРСУ – ПРОЗОРИСТЬ, НЕЗАЛЕЖНІСТЬ ТА ОБ'ЄКТИВНІСТЬ!

– East European Beer Award – це щорічний міжнародний незалежний Дегустаційний конкурс пива, що проходить з 2017 року. Готуючи положення й правила, ми рівнялися на найавторитетніші європейські конкурси – Zlatý Pivní Pečet та European Beer Star. Відтоді, рік у рік, конкурс росте і розвивається: збільшується



кількість пивоварень-учасниць, зразків пива та категорій. Щороку навантаження на організаторів, а також на суддів та учасників, збільшується. Але ми й надалі прагнемо рости й нарощувати кількість учасників, щоб український конкурс здобув авторитет і в себе в країні, і у всій Східній Європі, – говорить **засновниця конкурсу, керівниця медіагрупи «Технології та Інновації» Катерина КОНЕВА**. – Цьогорічний конкурс приніс свої сюрпризи: молоді виробники зробили різкий якісний крок вперед, а знані пивоварні здивували новинками.

УЧАСТЬ У ДЕГУСТАЦІЙНОМУ КОНКУРСІ ПИВА ТА СИДРІВ EAST EUROPEAN BEER AWARD ДОЗВОЛЯЄ ПРОАНАЛІЗУВАТИ ОСТАННІ ТЕНДЕНЦІЇ РИНКУ Й ОЦІНИТИ ВЛАСНИЙ АСОРТИМЕНТ. НАЙЧИСЕЛЬНІШИМИ КАТЕГОРІЯМИ ДЕГУСТАЦІЇ СТАЛИ PALE LAGER (66 ЗРАЗКІВ), RED/AMBER/SEMI DARK (27), SWEET STOUT I WEIZENBIER (ПО 26), IPA (23), BELGIAN STRONG ALE (22), PALE LAGER SPECIAL (21), PALE ALE (20), DARK LAGER, PORTER/STOUT SPECIAL, WITBIER, FLAVOR BEER, ЗОКРЕМА HERBAL/GINGER/ROOT/GRUIT (ПОНАД 20).

Цьогоріч внутрішня організація міжнародного Дегустаційного конкурсу пива та сидрів East European Beer Award зміцнила свої позиції, що й демонструє результат двох днів змагання. 2021 року організатори підняли планку і для оцінювання пива: дегустації відбувалися в кілька етапів, фінал кожного разу оцінювали 40 пивних суддів (за винятком фіналу Sweet Cider, який судило 30 дегустаторів), а мінімальна кількість суддів у дегустаційних етапах була 20 чоловік (порівняно з 10 дегустаторами конкурсів попередніх років). Під час пивного змагання дегустаторам довелося багато попрацювати, адже зростає кількість зразків, і кількість суддів у турах.

| Пиво – це інновації щодня

Упродовж двох днів у залі Дегустаційного конкурсу East European Beer Award працювали стенди технологічних партнерів, які своєю основною метою вбачають технологічне вдосконалення пивоварень. Це, зокрема, такі компанії, як Concept Glass, Tapi, Fermentis, «Донау Лаб Україна», «Дьолер», Angel yeast, «Харвест Агрохім Україна», «Термо-Паб».

Запорукою успішної дегустації стали ексклюзивні бокали, які надав Дегустаційному конкурсу пива та сидрів East European Beer Award головний організаційний партнер пивного змагання – компанія Concept Glass. Як розповідає **директор компанії Concept Glass Юлія ВАСИЛЬЧУК**, різноманітність та ароматика пива розкривається завдяки формі бокалу чи склянки:

– Для Дегустаційного конкурсу ми надали саме такі бокали й уже встигли почути від дегустаторів чимало схвальних відгуків.

Інгредієнти для виробництва пива та сидрів презентувала **представниця компанії ДП «Дьолер Україна» Галина ПРИХОДЬКО**:

– Для пивоварів нині пропонуємо дріжджі, стабілізаційні речовини, фільтраційні засоби, дистиляти й екстракти, які можна використовувати для виробництва крафтового пива. А ще в нашому арсеналі є фруктове пюре, яке може застосовуватися для приготування пива.

Дріжджі презентували відразу дві компанії: всесвітньо відома Fermentis – незмінний технологічний парт-





нер Дегустаційного конкурсу та Форуму пивоварів і рестораторів, а також компанія Angel yeast, яка тільки розпочинає свій шлях на українському пивному ринку.

– Сьогодні ми презентуємо компанію Angel yeast, яка є третім у світі виробником дріжджових екстрактів. Компанія випускає лінійку дріжджів для алкоголю, зокрема, для пива та вина. До складу пивної лінійки входить 5 видів дріжджів: три для виробництва елів, одні для лагерів і одні спиртові. Цьогоріч ми тільки розпочинаємо свій шлях співпраці з українськими броварнями і планували, що перша партія продуктів прибуде якраз до конференції, однак коронавірус дещо завадив нашим планам, – коментує **представник компанії «ФАРМ-КОНТАКТ» Андрій ШЕПЕТА.**

Нові рішення для закупорювання пляшки презентував **представник італійської компанії Тарі В'ячеслав ШИШ:**

– Цей рік видався досить складним для всіх. Проте нам вдалося вдосконалити та модернізувати пробку для пива Мекано. Також ми реалізували новий екологічний проєкт у Лондоні, який передбачає багаторазове використання тари для пива.

Проєкти під ключ презентував **представник виробника обладнання для виготовлення пива «Термо-Паб» Валерій МУРІН.**

– Ми презентуємо комплексні проєкти для пивоварень, які поєднують все необхідне для повного технологічного циклу: розпочинаючи від дроблення солоду і закінчуючи розливом пива. Сьогодні знайомимо від-

відувачів заходу із hop gun (англ. хмелева ракета) – обладнанням для сухого холодного охмелення пива. Його використовують для того, щоб підсилити ароматику й смакові відтінки крафтового пива.

Також учасники конкурсу скуштували розмаїття смаколиків від фуд-партнерів заходу: «Теплі моря», Franko snail, «Бахус», Belosvet і Frank Escargo.

– Нам приємно пригощати пивоварів і власників пивних закладів продукцією власного виробництва, – вона особлива тим, що серед асортименту представлений унікальний у світі снік до пива з м'яса сушеного равлика, – розповідає **представник компанії Franko snail Любомир НАГІРНИЙ.**

Працювати над якістю не лише пива, а й... суддів!

Свої побажання щодо покращення процедури визначення переможців висловив **головний пивовар Fanatic і FDB Дмитро НЕКРАСОВ:**

– У мене залишилися дуже позитивні враження від пивного змагання. І організатори, й учасники постійно працюють над собою, і це помітно. Очевидно, необхідно розвивати й суддів конкурсу. На жаль, в Україні поки що немає професійних пивних суддів, але є фахівці, які працюють на конкурсі третій, четвертий рік поспіль. Конче необхідно працювати над появою таких фахівців, а згодом – формувати фокус-групи професійних сомельє, пивоварів, досвідчених суддів, які вже кілька років дегустують пиво під час пивних змагань, а також пересічних споживачів. Також дуже важливо, щоб кожен пивний суддя оцінював всі без винятку категорії пива. Я порекомендував би застосувати певну статистичну формулу при підрахунку балів, щось на кшталт того, що робить Untappd, тобто не враховувати найвищі й найнижчі оцінки, а виводити середню.

Дмитро Некрасов, будучи досвідченим суддею визнаної ресторанної премії «Сіль», зацентрував на необхідності незалежного аудиту конкурсу. Адже це надзвичайно важливо: чим більше учасників, тим більше потрібно очей, щоб конкурс пройшов максимально чесно та прозоро. Дмитро Некрасов наголосив, що не лише пиву, а й кожному судді за результатами конкурсу має бути виставлена відповідна оцінка за роботу, адже кількість суддів щоразу зростає, і часто-густо це зовсім різні дегустатори. Тут потрібно виводити градацію суддів, і стане зрозуміло: або суддя конкурсу підвищує свій





рейтинг на майбутній конкурс, або, навпаки, знижує, і тоді його взагалі дискваліфікують.

Думку пивовара поділяє й **Віктор ВАЩУК**, який у попередні роки двічі поспіль разом із командою AltBier виборював Гран-прі Дегустаційного конкурсу East European Beer Award. На думку експерта, конкурс має дещо «народні» нотки, адже чимало суддів оцінювали зразки пива суб'єктивно, враховуючи власні вподобання та враження.

– Така оцінка має право на існування, але вона може бути альтернативною, народною, але не професійною. Дегустація пива – це зовсім не така процедура, як дегустація вина, приміром. Під час оцінювання пива дегустатор повинен обов'язково проковтнути напій, щоб визначити його баланс гіркоти після оцінювання аромату. Окремо варто звернути увагу на введення в положення пункту про дискваліфікацію зразків, які не відповідають кольору чи певним іншим вивіченим характеристикам. До наступного конкурсу варто було б підготувати тематичні плакати з граничними межами та основними акцентами для кожного стилю, тоді б суддям було простіше об'єктивно оцінити зразок.

Пивний суддя, доцент НУХТ Роман МУКОЇД резюмував, що дуже важливо правильно організувати дегустаційну панель, учасники якої – найголовніший інструмент під час проведення таких заходів:

– Люди повинні не лише бути фахово підготовлені, а й чітко розуміти, що саме вони оцінюють. Експерт дегустаційного конкурсу, передусім, повинен розумітися в дефектах, які неприпустимі в тому чи іншому напої, щоб адекватно оцінювати гідні зразки. Саме завдяки такій глибокій експертній оцінці на конкурсі виробник зрозуміє, що саме йому потрібно дорацювати у виробничому процесі. Особливо важливий зворотній зв'язок і відповідальність пивного судді за виставлену оцінку. Бо не лише суддя має розумітися на категоріях, а й сам пивовар точно повинен знати, який зразок куди і в яку саме категорію подавати для оцінки.

Свої побажання щодо вдосконалення процедури проведення Дегустаційного конкурсу висловив **засновник групи компаній AltBier – володаря Гран-прі**

East European Beer Award 2019 і 2020 та почесного Гран Прі 2021 Сергій КОВАЛЕНКО:

– Я пропоную поділити суддівську колегію на три групи: перша команда – просунуті любителі або ж біргіки, друга – це команда пивоварів, і основна – команда суддів ВІСР чи професійних незалежних сомельє. Дуже важливо поєднати три різні думки: думку біргіків про те, що «пиво смачне, споживачі його високо оцінять і будуть купувати», думку пивоварів – «пиво складне й якісно зварене» та думку професійних сомельє «наскільки пиво відповідає стилю». Судді аргументують ці думки, й звісно ж, вони будуть різнитися, але в результаті такого оцінювання можна буде обрати кращий сорт.

Асоціація сомельє України – генеральний партнер дегконкурсу

Уже два роки поспіль Асоціація сомельє України виступає генеральним партнером Дегустаційного конкурсу East European Beer Award. Головні завдання асоціації – розвиток культури споживання алкоголю в Україні та професійний ріст сомельє. Фундамент, на якому базується робота асоціації, – підтримка якісного вітчизняного виробника. До складу суддівської колегії цього разу увійшли 8 членів АСУ, дегустаторів екстра-класу: Андрій Петровський, Іван Перчеклій, Катерина Ющенко, Марина Рєвкова, Віта Дмитренко, Сергій Дудаков, Євгеній Колчанов і Олексій Обухов. Під час двох днів конкурсу судді зробили зріз практично усіх 22 категорій.

Як зазначив **віцепрезидент Асоціації сомельє України Іван ПЕРЧЕКЛІЙ**, особливість Дегустаційного конкурсу East European Beer Award полягає в тому, що тут передбачена як експертна оцінка досвідчених дегустаторів, так і споживацька. І спільними зусиллями можна вивести п'ятірку зразків, які сподобались і експертам, і любителям пива.

– Для дегустаторів – це можливість поглибити знання, а також чіткіше сформувати для себе поняття «кате-



горія», «стиль», – зазначив Іван Перчеклій.

Для того, щоб не лишати осторонь наймасовішу категорію споживачів – жителів країни, **віцепрезидент Всеукраїнської асоціації барменів (AUBA), член Асоціації сомельє України (ASU) Андрій ПЕТРОВСЬКИЙ** запропонував працювати на конкурсі не лише з пивними суддями.

– Згоден, що варто поділити журі на категорії за рівнем їхньої професійності для максимальної об'єктивної роботи, але пропоную додати номінацію «Народний вибір», щоб споживачі самі могли обрати своє найкраще пиво.

Секрет успіху – це не лише про медалі

Варто зазначити, що ті учасники пивного змагання, які приїхали на конкурс вперше, зізнаються, що змогли не лише почути оцінку про свій продукт, а й зрозуміти, куди їм рухатися далі, які аспекти врахувати при роботі й дізнатися, чим же особливе переможне пиво.

– Дуже приємно, що наша галузь активно розвивається, і Дегустаційний конкурс це яскраво продемонстрував, зокрема, чисельністю пивоварень-учасників і зразків пива. Ми на пивному ринку близько року, а на такому конкурсі – вперше. Захід показав нам, на що варто звернути під час виробництва власного пива, – зазначила **представниця ТОВ «Нові Продукти Україна» Алла ВАСЬКЕВИЧ**.

Андрій ЛАВДАНСЬКИЙ представляє **торгову мережу пивних магазинів Brothers Beer**, а тому, знає, що споживають його клієнти найбільше:

– Мені як дегустатору хотілося б більше куштувати цікавого пива, оцінювати експерименти, проби пивоварів. Утім, масовому споживачу треба ще чимало пояснювати й розповідати про маловідомі сорти напою, культуру споживання й дегустацію пива. Адже поки що найбільший дохід нашим точкам приносять лагери, а також продукт з недорогого сегменту. Вважаю, сновною метою реалізатора має бути не лише прибуток з товару, а й розширення можливостей споживача куштувати різні сорти від різних виробників.

ЦЬОГОРІЧНИЙ ДЕГУСТАЦІЙНИЙ КОНКУРС ПОКАЗАВ, ЩО В ОДНІЙ КАТЕГОРІЇ КІЛЬКА ЗРАЗКІВ МОЖУТЬ ОТРИМАТИ РІВНУ КІЛЬКІСТЬ БАЛІВ. ЗОКРЕМА, СРІБЛО В КАТЕГОРІЇ DARK LAGER ВИВОРОЛИ ПИВО «ЛЬВІВСЬКЕ ЛЕВ ТЕМНЕ», CARLSBERG UKRAINE Й ПИВО «КАБІНЕТНЕ ЧОРНЕ», ALTBIER BREWERY, В КАТЕГОРІЇ EXPERIMENTAL IPA – ПИВО IPA MILKSHAKE, ПИВОВАРНЯ «ЧУМАКОВ» І ПИВО MILKSHAKE IPA, А ТАКОЖ «СОЛОМ'ЯНСЬКА БРОВАРНЯ». А БРОНЗА В КАТЕГОРІЇ «СИДР» ДІСТАЛАСЯ «БЕЛЛИНИ», ТМ KRAFT GARDENS, І СИДРУ ЗВИЧАЙНОМУ ГАЗОВАНОМУ СОЛОДКОМУ РОЖЕВОМУ «ПОЛУНИЦЯ І ВІНОГРАД», А ТАКОЖ ТОВ «КВАС БЕВЕРЕДЖІЗ».

Організатори конкурсу пообіцяли врахувати всі зауваження та дорацювати положення про проведення East European Beer Award до наступного року.

Вітаємо переможців East European Beer Award-2021!

На урочистій церемонії нагородження, організованій медіагрупою «Технології та Інновації», 36 пивоварень і виробників сидрів отримали золоті, срібні та бронзові медалі.

Варто вказати, що 77 зразків представленого пива й сидрів увійшли до десятки кращих, тому організатори відзначили пивоварів і виробників сидрів особливою нагородою – «Дипломом фіналіста», який засвідчує, що обрані пиво або сидр увійшли до ТОП-10 «Краще пиво/сидр України».

Володарі золотих медалей у кожній з 22 категорій отримали у подарунок спеціальний професійний посуд від ексклюзивного партнера Дегустаційного конкурсу – компанії Concept Glass. Компанія «Донау Лаб Україна» переможцю вручила годинник, «Харвест Агрохім» – сертифікат на знижку на придбання солоду, а «Павлович і компанія» – сертифікат на 50% знижку на послуги компанії. Компанія Czech Brewmasters нагородила трьох переможців і одного фіналіста у категоріях Pale Lager, Dark Lager India Pale Lager п'ятиденним стажуванням на

чеській броварні Na Korečku у м. Світаві. Медіагрупа «Технології та Інновації» нагородила всіх переможців, володарів золота, срібла і бронзи, передплатою на журнал Beer. Technologies&Innovations – 2021.

Нагороди переможцям і фіналістам під гучні оплески та святковий феєрверк вручали засновниці медіагрупи «Технології та Інновації», організатора Дегустаційного конкурсу East European Beer Award, Катерина Конєва та Надія Яшук, а також члени зіркового журі, до складу якого увійшли популярні українські та іноземні пивовари, партнери Дегустаційного конкурсу і Форуму пивоварів, виробники обладнання та сировини.

СВОЇ ПОПЕРЕДНІ ВИСОКІ РЕЗУЛЬТАТИ, ОТРИМАНИ НА ДЕГУСТАЦІЙНОМУ КОНКУРСІ В МИНУЛІ РОКИ, ЗНОВУ ПІДТВЕРДИЛИ ПИВОВАРНІ RED SAT (ХАРКІВ), «ІЗМАЇЛЬСЬКА ПИВОВАРНЯ», «СОЛОМ'ЯНСЬКА БРОВАРНЯ» (КИЇВ), «МІДНА БОЧКА» (БАХМУТ), KYIV LOCAL BREWERY, «ХАРКІВСЬКА ЗЕРНОВА ПИВОВАРНЯ», «ХМІЛЬНИЙ ЛЕВ», «ДУДЛЯР», SOLODOK (КИЇВ), «ЯРМАРКОВА БРОВАРНЯ», «ШО BREWERY» (МИКОЛАЇВ), «ДІДЬКО» (КИЇВ). ВІДКРИТТЯМ ДЕГУСТАЦІЙНОГО КОНКУРСУ EAST EUROPEAN BEER AWARD 2021 СТАЛИ ПИВОВАРНІ «КАЧКА BREWERY», «ДРОФА», REMESLO BREWERY, TM MAVERICK ТА ІН.

Беззаперечним володарем Гран-прі визнали пивзавод «Рівень», який із 3 поданих зразків завоював 2 медалі високого ґатунку: золоту за пиво «Богемське» і срібло – за пиво «Бергшлосс».

– Конкурс проведено на високому рівні. Перемога нашого пива – це і досвід, і вдало дібрана сировина, і постійне вдосконалення технологій, контроль якості та стабільність сортів. Також важливу роль відіграє технологія приготування пива, адже ми варимо пиво відварним методом, – коментує **головний пивовар пивзаводу «Рівень» і пивної ресторації «Кант» Пршемисл БРОЖ.**

Цьогоріч організатори в положення конкурсу додали уточнення про те, що жодна компанія чи пивовар не може бути володарем Гран-прі більше двох разів поспіль. Проте, аналізуючи підсумки цьогогорічного пивно-

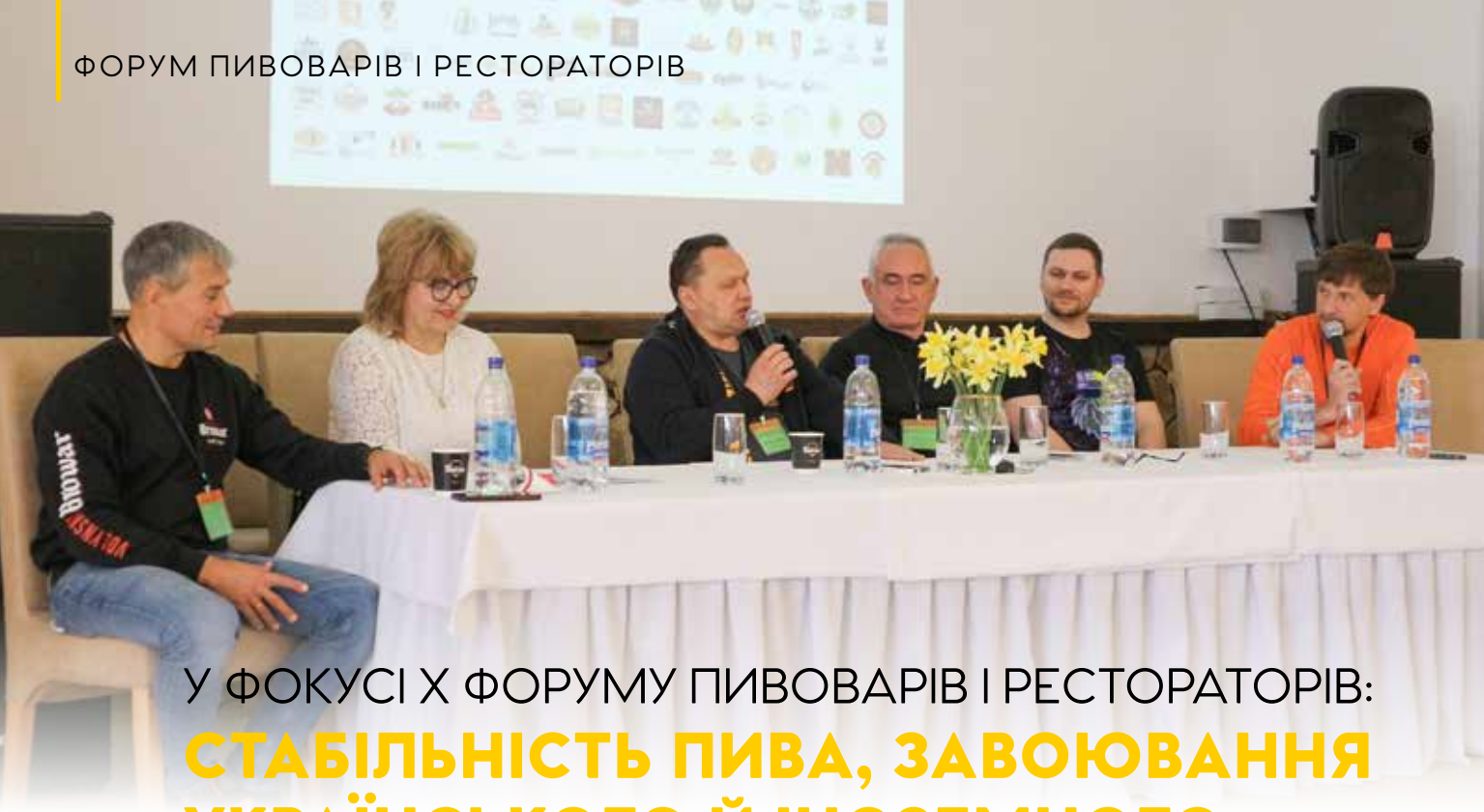
го змагання, помітна явна перевага в кількості нагород у пивоварні Altbier, у яких – 2 золота, 3 срібла і 3 бронзи, а також дипломи фіналістів. Тому оргкомітет конкурсу нагородив пивоварню Почесним Гран-прі за стабільність, вірність принципам конкурсу, а також за активний розвиток української пивної культури.

– 2021 рік став дуже важливим для сім'ї пивоварень Altbier. Головний секрет наших перемог полягає у професіоналізмі пивоварів, у тому, що наші вони, випускники Харківського політехнічного університету, з 2012 року до 2019 року проходили навчання у кращих чеських пивоварів, а згодом переймали досвід у кращого українського пивовара Віктора Ващука. Чому для нас така важлива нинішня перемога? Сорти пива, подані на конкурс, справді від Віктора Ващука, але він їх не варив. Це значить, що команда пивоварів Altbier добре опанувала технологію пивоваріння. Я вдячний конкурсу за те, що дізнався про результати всіх поданих зразків, це мотивує нас до подальшої роботи задля високої якості продукції наших пивоварень. Altbier влучив у десятку в 14 категоріях, і це свідчить про якість і стабільність нашого пива, – розповідає **генеральний групи компанії Altbier Сергій КОВАЛЕНКО.**

– Конкурс East European Beer Award дозволяє відстежити, яке ж пиво є нині популярним серед споживачів, – це його найважливіше завдання і мета! – стверджує **співорганізатор конкурсу, директор українського об'єднання пивних сомельє «Київська пивна ліга» Міла НАЛИВАЙКО.** – До складу суддівської колегії цього року увійшли пивовари та представники пивоварень, представники Асоціації сомельє України та незалежні дегустатори. І це добре, адже кожен суддя – це унікальна оцінка, це тенденції та вподобання просунутого споживача цьогогоріч. Під час пивного змагання дегустаторам довелося багато попрацювати, адже зростає і кількість зразків, і кількість суддів у турах. Але, в той же час, саме це допомогло нам отримати одну з найбільш точних оцінок у кожній із категорій. Конкурс зростає, а з ним зростає і пивна галузь!

Про результати конкурсу читайте на сайті beertechdrinks.com





У ФОКУСІ X ФОРУМУ ПИВОВАРІВ І РЕСТОРАТОРІВ: СТАБІЛЬНІСТЬ ПИВА, ЗАВОЮВАННЯ УКРАЇНСЬКОГО Й ІНОЗЕМНОГО ПИВНИХ РИНКІВ

23 квітня з успіхом відбувся X міжнародний Форум пивоварів і рестораторів. Ювілейний захід зібрав 150 учасників з України та Чехії. Форум став майданчиком для знайомств, зустрічей і налагодження діалогу між усіма ланками пивоварного бізнесу на шляху до розвитку галузі. Традиційно організаторами події стали медіагрупа «Технології та Інновації» та журнал Beer. Technologies&Innovations.

Співзасновниця медіагрупи «Технології та Інновації» Катерина КОНЄВА наголосила, що ось уже п'ять років спільними зусиллями вдається творити українську крафтову історію:

– Ми розпочали проводити Форум пивоварів і рестораторів ще 2016 року. Спочатку такі заходи збирали всіх представників галузі двічі на рік. Тоді була гостра потреба в подібних конференціях, адже ми

якраз опинилися на хвилі розвитку українського пивоваріння, яка зараз обіймає увесь світ. За ці п'ять років ми бачимо, як динамічно виріс ринок. Ті, хто мав маленькі пивоварні, вже будують заводи, створюють власні торгові мережі... Народилася ціла генерація пивоварів, які хочуть варити високоякісне, оригінальне, смачне пиво і радувати своїх споживачів. І це дуже тішить. А ще разом з нами з'являються на світ і успішно розвиваються нові бізнеси. Наприклад, наші партнери, компанія «Хміль України», саме під час форуму вирішили започаткувати свій бізнес в Україні й сьогодні є одним з найпотужніших виробників. І є десятки нових компаній, які з'явилися на ринку в останні кілька років.



**Центральна
тема ювілейного
форуму – як
вижити пивоварні
в умовах локдауну?**

Нині пивоварна й інші галузі переживають не найкращі часи. На розвиток неабияк вплинула пандемія коронавірусу. Зокрема, виробники, прив'язані до офлайн-майданчиків і обмежені каналами збуту, не мають доступу до мережі продуктивних магазинів і супермар-

кетів. Податкове навантаження вкупі з кредитними зобов'язаннями й оплатою оренди виявилось для малих броварень важким тягарем. У результаті за період карантину більшість із них зупинили виробництво та втратили 90% каналів збуту. Представники українських і чеських пивоварень поділилися власним досвідом і розповіли, як відбувається боротьба за виживання пивоварні в умовах локдауну, а також підняли питання демпінгу.

Як наголосив **директор пивзаводу «Рівень» Мар'ян ГОДА**, пиво – лакмусовий папірець, який дуже залежить від економічного становища держави:

– Упродовж кількох років ми відстежуємо системний спад обсягів виробництва пива в Україні. Останній рік приніс нові виклики, оскільки зросли ціни на енергоносії, сировину (солод) і технологічне оснащення. До того ж уже в липні можуть підвищити ставку акцизного збору.

Також пивовари жваво дискутували на тему демпінгу. Як зазначив **засновник мережі пивоварень «Козацька броварня» (м. Суми, м. Полтава, м. Кременчук) Валерій ЖУКОВ**, це досить суперечливе питання, адже у нинішніх умовах виживання пивовари просто вимушені йти на такий крок.

– На війні всі методи добрі, й аби зберегти виробництво, не гріх і подемпінгувати. Якщо пивовар демпінгує і продає дешевше, то й роздрібна торгівля – теж, тому ми стаємо ближчими до кінце-



вого споживача. Я б не говорив, що пивовари не поважають себе, це просто засіб виживання. Коли все налагодиться, то повернеться нормальний рівень цін. Крафту насправді необхідна власна ніша для того, щоб не боротися з великими виробниками, адже ті дають мережам майданчики, парасольки й ретро-бонуси тощо. У моїй мережі є потужності, щоб виготовляти власне пиво на всіх, але я не ставлю своє пиво скрізь, оскільки чітко розділяю формати. Наприклад, в окремих точках «Львівське» в нас добре продається, люди задоволе-

ні, ми його продаємо за мінімальною ціною на розлив, до того ж я ще отримую ретро-бонуси. Має бути чіткий поділ: якщо ви крафтові, то шукайте нішевих рестораторів, які продаватимуть ваше пиво. Їх мало, але з цим потрібно працювати.

Досвідом виживання чеських пивоварень поділився **засновник компанії Czcheh Brew master і власник пивоварні Kuntarice Йіржих ХЕЙН**. За словами пивовара, серед негативних наслідків коронакризи – скорочення історичного мінімуму випитого пива на 1,37 млрд л, закриття пабів і пивоварень, а також необхідність утилізації напою:

– Пандемія означала і виклик, і шанс перевірити, що на ринку працює успішно, а що зовсім не працює. Серед дієвих методів роботи в нових умовах – продаж через віконце, пошук нових каналів збуту, організаційні зміни, способи розливу пива, використання нових маркетингових і торговельних заходів, онлайн-продажі та активна підтримка в соцмережах.

Детальніше про те, як вижити пивоварні в умовах локдауну читайте на с. 20.

| Тренди пивоваріння

Однією з найбільш довгоочікуваних стала тема «Варимо пиво з добавками: фруктове пиво, бірмікси, біртеїлі, міди. Або – просто ПИВО?!». Своїм досвідом поділили-



ся пивовар, неодноразовий переможець дегустаційних конкурсів, володар Гран-прі-2019 і 2020 East European Beer Award Віктор Ващук, Олексій Губський з «ШО brewery», Сергій Радченко з Red Cat Brewery та Павло Цюпак з Good Brewery.

– Нині всі намагаються додати цікаві інгредієнти до пива і зрозуміти, як вони себе виявлять. Існує багато різних варіацій пива: з гарбузом, із різними спеціями, з фруктовим пюре. Також спостерігаємо популярну тенденцію виробництва біртейлів, коли до пива додають концентровані соки. Наприклад, стиль IPA, зокрема Milkshake, коли пивовар додає лактозу та різні фрукти. Дорого, проте досить смачно. У крафтовому середовищі це пиво відчутно популярне. Також сьогодні популярні New England IPA. Є дві стратегії приготування такого пива – доповнення і розширення. Наприклад, ми зварили базове пиво й добираємо схожий за ароматикою фрукт, наприклад, хміль Citra й абрикос. А можна навпаки – брати фруктове пюре й абсолютно різний хміль, але в результаті цього симбіозу ми отримаємо зовсім нові смаки, – розповідає **пивовар, неодноразовий переможець дегустаційних конкурсів, володар Гран-прі-2019 і 2020 Віктор ВАЩУК.**

Практичним досвідом додавання фруктів і ягід до пива поділився **пивовар «ШО brewery» Олексій ГУБСЬКИЙ:**

– Ми варимо кисле пиво, до



якого додаємо натуральні ягоди та фрукти, а не концентрати. Це дещо ускладнює процес приготування пива, але саме вони якнайкраще розкриваються в напої. Стабільно в топі продажів – наш найпопулярніший сорт пива «Ні, не скисло». Це сауер із додаванням малини, смородини й ожини, які ми додаємо під час доброджування.

Як зазначає **менеджер пивоварні Red Cat Сергій РАДЧЕНКО**, історія пива з добавками розпочалася ще в 2011 році, тоді в асортименті пивоварень було два сорти, а

бум відбувся 2016 року, коли з'явилися аж 36 сортів. Ось приблизна статистика: у 2018 році ця цифра становила 162, у 2019 році – 272, у 2020 році – 369. У пиво масово додавали фрукти, овочі та ягоди. Найпопулярніші стилі фруктових пив – Berliner Weissbier, Radler, Saison, Sour, Milkshake IPA.

Досвід практичного пивоваріння

Лайфхаками, як налаштувати власне пивоварне виробництво, поділилися представники пивоварень Luchan Brothers' Brewery, Red Cat Brewery і «Броварня на Грушевського».

Як розповідає **головний пивовар Red Cat Brewery Юрій ОЛЕКСІЙОВЕЦЬ**, головне – робити якісне пиво для себе, а тоді вже для маркетологів і продавників.

– Пивовар завжди зроби гарне пиво. Інше важливе питання – реалізація. Адже нерідко в різних точках продажів пиво має різний смак, і це не через те, що ми даємо Іванові одне, Петрові – інше, а тому, що кожен розливає на різному обладнанні. У кожного свій підхід до санітарії, або... його відсутність.

Співзасновник пивоварні Luchan Brothers' Brewery Олексій ПОПОВИЧ акцентував на тому, що для того, щоб зварити хороше пиво, варто пам'ятати про чотири основні складники.

– Крім цього, враховуючи свій





значний досвід роботи в індустрії безалкогольних напоїв, сміливо можу сказати, що для пива так само потрібно багато води й електроенергії, а ще – ентузіазм і клієнтоорієнтований підхід. Мало мати якісний продукт і хороше обладнання – треба мати ще й хорошого клієнта, який готовий купувати в тебе пиво.

Досвідом роботи у ресторані-пивоварні поділилася **головний пивовар «Броварні на Грушевського» Ольга БОЯРСЬКА**.

– На маленькому виробництві все відбувається дещо інакше. Позитив у тому, що сміливо можна експериментувати. І з часом ти розумієш, що пиво – це не тільки солод, дріжджі, хміль і вода, а й поєднання різних інгредієнтів, які надають напою фруктовий чи ягідний смак.

Секція пивної торгівлі: як завоювати український та іноземний ринки

Тематика конференц-дня охопила всі ланки пивоварного бізнесу: від ідеї варити пиво – до створення власної броварні, маркетингу та продажів. Яскравим став Форум маркетингу й торгівлі. Учасники поділилися досвідом виходу на український та іноземні ринки й розповіли про розвиток власної торгівельної мережі.

Темою виступу **засновника і керівника пивоварні «Волинський бровар» Миколи ІВАЩИШИНА** стала розповідь про те, як невеликому підприємству, розташованому в поліській глибинці, вдалося завоювати ринок всієї України. Микола Іващшин акцентував на тому, що пивоварні важливо спочатку визначитися з переліком пивних стилів, які вона запропонує своєму споживачу, а для цього треба відстежувати тенденції на ринку й розвивати власний асортимент.



– Якщо говорити про представленість на ринку, то спочатку варто зрозуміти, яку ціль ми перед собою ставимо й що хочемо отримати. Як пиву «Волинський бровар» вдалося зайти в різні торгові мережі? Це довга історія. Бо з кожною мережею потрібно вести переговори по кілька місяців, а то й рік, і не факт, що за цей час ви домовитесь. Якщо ви готові заплатити по 500 грн за вхід на полицю кожної позиції – будь ласка. Але через скільки часу ви повернете свої гроші? Ми воліємо домовлятися, нехай це буде довше, але ця економіка відповідатиме нашим можливостям. Із заплющеними очима ми не даємо продукцію жодній компанії.

Своїм особистим досвідом у налагодженні експорту пива поділився **засновник Театру пива «Правда» Юрій ЗАСТАВНИЙ**:

– Всупереч загальноприйнятій думці, що в експорті важливий документообіг і українське законодавство, цей фактор насправді не створює жодних проблем, – наголошує Юрій Заставний. – Ключову роль відіграє термін придатності пива, адже першочергово дистриб'ютор хоче продавати пиво з терміном зберігання від одного року. Тому важлива складова – санітарія на виробництві, яка і є головною запорукою тривалого терміну придатності.

Віцепрезидент Всеукраїнської асоціації барменів (АУБА), член Асоціації сомельє України (ASU) Андрій ПЕТРОВСЬКИЙ влаштував дискусію на тему «Крафт-канали



збуту. Як налагодити продажі?». Спікер наголосив, що за останні 10 років змінилися смаки споживачів, але кожен регіон має свою специфіку вживання того чи того напою. Сьогодні важливо формувати смаки споживачів, зокрема, завдяки крафту можна показувати, яким має бути еталонне пиво. Те, що допомагає налагодити продажі, – це готове рішення. Споживачі після карантину стали балуваними, каже Андрій Петровський, тому гарною ініціативою була б презентація дегустаційних наборів.

Співвласники броварні «Дрофа» Олег КОНОВАЛЕНКО і Юрій ЗЕЛІНСЬКИЙ розповіли свою крафтову історію, як від одного невеличкого магазину пивоварні розширилися до власної мережі.

– Ми запустили завод і розпочали продажі у кінці літа 2019 року. Невипадково обрали місце під пивзавод, зупинилися на проїзній дорозі міста Херсона, в принципі, центр міста, але з повною відсутністю пішохідного трафіку. Зате отримали гарну фасадну частину і великий трафік автомобілів. Потім вирішили зробити магазин при заводі, він спочатку був маленький, площею 21 м². Коли задумували свою пивоварню і визначалися із сортами, зібрали своїх продавців, продегукували наш регіональний асортимент, додали свої ідеї та відразу успішно почали продажі. У нас був момент, коли на вхідних дверях магазину висіла табличка з написом: «Немає пива». Коли ж

утворилися черги перед магазином, то ми вирішили розширити цей магазин, поставивши три каси самообслуговування. Тоді площа магазину становила вже 170 м². Ми спілкувалися безпосередньо з нашими споживачами, цікавилися, що їм подобається, а що ні. І з'ясували, що багато пива купують на вихідних. Оскільки ми розташовані неподалік від дач і моря, тому вирішили запропонувати нашому споживачу увесь асортимент, який допоміг би організувати відпочинок: розпочинаючи від стейків і закінчуючи вугіллям і дровами.

Ціла секція була присвячена

актуальній сьогодні темі – крафтовим дистилатам, зокрема віскі та не тільки. Все про таємниці та популярність напоїв в Україні розповіли експерти ринку: **засновник компанії «ТРК РАНДЕВУ» Ігор ПАРІЙ**, **засновник пивоварні BEER HOUSE Василь КОЖАН** і віцепрезидент Всеукраїнської асоціації барменів (AUBA), член Асоціації сомельє України (ASU) Андрій Петровський.

Про крафтові дистилати читайте на с. 94.

Упродовж усього конференц-дня працювала традиційна виставка обладнання, технологій, сировини, пакування, розливу, закупорки та супутніх товарів. Смаколикми, які прикрасять будь-який асортимент пивного магазину чи бару, пригощали фуд-партнери «Теплі моря», «Бахус», Franko Snail, Belosvet.

– Ми – постійні учасники і конкурсу, і форуму, тут презентуємо свою продукцію, знайомимо покупців з нею. Наша продукція корисна, містить великий вміст білка, в ній відсутні хіміелементи, стабілізатори та консерванти. Наша продукція напівсушена, тому вона може зберігатися довго. Такі заходи мені подобаються, адже це корисно, люди знайомляться, знаходять бізнес-партнерів і рішення для свого бізнесу, – розповів **директор компанії «Теплі моря» Євген ТКАЧ**.

Завершила Форум пивоварів і рестораторів урочиста церемонія нагородження переможців Дегустаційного конкурсу East European Beer Award-2021. Репортаж читайте на с. 8.





SCHULZ

BREWING EQUIPMENT

МОДЕЛЬНИЙ РЯД

Ресторанні міні-пивоварні потужністю від 200 до 1000л.

Промислові пивоварні потужністю від 1000 до 5000л.

Устаткування для пивного оснащення:

- ємності бродіння і доброджування пива, квасу, сидру;
- форфаси вертикальні і горизонтальні;
- установки для мийки кеґ;
- охмільувачі;
- CIP-мийки.

ПЕРЕВАГИ КОМПАНІЇ «SCHULZ»

1. Продукція відповідає міжнародним стандартам ISO та підтверджена Європейськими сертифікатами CE;
2. Виробництво повного циклу, - виготовимо замовлення будь-якого конструктиву;
3. Надамо повний пакет необхідних послуг, - аудит та рекомендації щодо ремонту приміщення, поради щодо вибору водочисних систем, підберемо рецепти та сировину;
4. Гнучкі умови оплати, - погодимо зручний для Вас графік платежів;
5. Pozнайомимо з діючими пивоварами з наших проектів, для консультацій та обміну досвідом;
6. Комплексна реалізація проектів, виконання всіх необхідних монтажних і пуско-налагоджувальних робіт, досвідні варки та навчання персоналу;
7. Встановлюємо проекти в будь-якій точці світу, окрім полюсів. Форма приміщення для нас теж не перешкода, - розробимо індивідуальний проект саме для Вас.



ЧОМУ ВАРТО ІНВЕСТИВАТИ У ВЛАСНИЙ ПИВОВАРНІЙ БІЗНЕС?

Ви купуєте не просто пивоварню, а:

- * Обладнання, яке стане візитівкою Вашого закладу, залучаючи тим самим нових клієнтів;
- * Ви створюєте індивідуальний і перспективний проект з швидкими термінами окупності;
- * Сучасний комплект обладнання з можливістю подальшого збільшення бізнесу за рахунок доукомплектації виробничих потужностей;
- * Повний пакет послуг з монтажу, налагодження та навчання роботи з пивоварнею.



РОСІЯ

м. Москва
вул. Порічна, 10
+749 572 149 47
rf@schulz-brewery.com

ПОЛЬЩА

31-752, Poland, Krakow,
2 Blokova str.
+48123 766 555
info@schulz-brewery.com

ЧЕХІЯ

Simple Brew Company
Praha 15 - Hostivar, U Tovaren
999/31, PSC 102 00
+42 022 888 68 68
info@simple-brew.com

УКРАЇНА

м. Київ, пр. Перемоги, 118
+38 044 229 70 02
+38 098 321 10 01
info@schulz-brewery.com

ЯК ВИЖИТИ ПИВОВАРНІ

ПІД ЧАС ЛОКДАУНУ

З ДОСВІДУ ЧЕСЬКИХ ПИВОВАРІВ



Світлана МЕЛЬНИК

Карантин боляче вдарив по пивоварінню світу, й особливо це відчули ті країни, для яких пивоваріння – традиційна галузь. Це, зокрема, Чехія, Німеччина, Бельгія та ін. Не оминула криза й українських виробників. Броварні нині зазнають великих збитків. Але водночас є й такі виробники, які зуміли використати нові перешкоди як плацдарм для росту та розвитку нових напрямків.

Давній партнер міжнародного Форуму пивоварів і рестораторів, **відомий чеський пивовар, дипломований інженер, власник компанії Czech Brewmasters s.r.o. Йіндржих ХЕЙН** під час X Форуму пивоварів розповів про те, як локдаун у Чехії вплинув на найдавніші броварні та куди інвестували ресурс ті виробники, що змогли втриматися «на плаву».

CZECH BREWMASTERS S.R.O. – КОМПАНІЯ З 20-РІЧНИМ ДОСВІДОМ, ЩО МАЄ В ПІДПОРЯДКУВАННІ ЧОТИРИ КРАФТОВІ ПИВОВАРНІ. ПІДПРИЄМСТВО ТАКОЖ НАДАЄ КОНСУЛЬТАЦІЇ ПИВОВАРАМ І ЗАБЕЗПЕЧУЄ ПОВНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ ПИВОВАРНОГО ОБЛАДНАННЯ: ВІД МОНТАЖУ – ДО НАВЧАННЯ ПЕРСОНАЛУ. ПАРТНЕРИ МАЮТЬ ДОСВІД РОБОТИ НА ЗАВОДАХ З ОБСЯГАМИ ВИРОБНИЦТВА ВІД 1000 ГЛ/ГОД ДО ДО 15 МЛН ГЛ/ГОД НА 4-Х КОНТИНЕНТАХ.

– Коли Європа вперше зіштовхнулася з коронавірусом і більшість кафе, ресторанів та офісів почали закриватися, ніхто навіть не міг подумати, що це триватиме так довго. Спочатку мова йшла про два тижні, потім – про кілька місяців. Але вже минув рік, і мусимо визнати, що малий бізнес пивоварної галузі, та й не лише, отримав величезні збитки, – зазначає Йіндржих Хейн.

У НІМЕЧЧИНІ ПИВНА СИЛА НЕВЕЛИКИХ БРОВАРЕНЬ СЬОГОДНІ ФАКТИЧНО НА НУЛІ. ЗА ДАНИМИ НІМЕЦЬКОЇ АСОЦІАЦІЇ ПИВОВАРЕНЬ, 2020 РОКУ СПОЖИВАННЯ ПИВА НА ДУШУ НАСЕЛЕННЯ ВПАЛО ДО 88 ЛІТРІВ. СТІЛЬКИ Ж ПИВА СЕРЕДНЬОСТАТИСТИЧНИЙ НІМЕЦЬ СПОЖИВАВ ВОСТАННЕ АЖ НАПРИКІНЦІ 1950-Х РОКІВ. КРІМ ТОГО, СОТНІ ТИСЯЧ ЛІТРІВ ПИВА ПИВОВАРИ ПРОСТО ВИЛИВАЛИ У КАНАЛІЗАЦІЇ ЧЕРЕЗ ВІДСУТНІСТЬ КАНАЛІВ ЗБУТУ. У ЧЕХІЇ БУЛО ДОСЯГНУТО ІСТОРИЧНОГО МІНІМУМУ СПОЖИВАННЯ ПИВА: В 2020 РОЦІ ПРОДАЖІ ВПАЛИ НА 111 МЛН ЛІТРІВ. ДВІ ТРЕТИНИ ПИВОВАРЕНЬ ТАМ ВІДЧУЛИ РІЗКЕ ПАДІННЯ ПРОДАЖІВ, А ДЕЯКІ ЗАКРИЛИСЯ ВЗАГАЛІ.

– Спочатку проблеми, що виникли на державному рівні, переносилися у родини звичайних людей. Шок, стрес і паніку дозволяв подолати, зокрема, алкоголь. На початку карантину, коли продажі пива в ресторанах й пабах впали до нуля, коли продажі у КЕГ бочках були фактично зведені до мінімуму, реалізація пива у пляшках в супермаркетах зросла на 100%, – розповідає пивовар.

Експерт пояснює, що концепція більшості чеських пабів полягає в тому, що компанія друзів відпочиває разом, смакуючи хороше пиво й закуски. Тому її не можна змінити повністю, просто замінивши пиво з крану на пляшкове. Невеликі заклади зачинялися, звільняли співробітників, а зварене пиво просто знищували.

– Наша держава передбачила допомогу та субсидії для виробників, зокрема й для гравців пивоварної галузі. Але процедура отримання фінансової допомоги дуже заплутана та непроста, а тому не кожен виробник може розраховувати на таку підтримку. Приміром, відома чеська пивоварня, що варила пиво без перерв упродовж 300 років, навіть у період двох світових воєн, закрилася назавжди під час локдауну.

| І кожен фініш може дати шанс

Окрім того, Йіндржих Хейн резюмував, що епідемія відкрила для пивоварень чимало нових шансів та шляхів для розвитку бізнесу.

– Пандемія стала синонімом до слова «виклик». Вона дала шанс виробникам перевірити, що працює на їхньому ринку, що не дуже, а що взагалі не приносить жодної вигоди. Приміром, першим варіантом пристосування до нової реальності стали продажі їжі та пива через спеціальні віконця у закладах або «на виніс». Звичайно, крафтове пиво – це недешевий продукт, але якщо людина мала змогу дозволити собі замовити доставку їжі додому, то могла до закусок чи вечері придбати й смачного пива. Ми як виробники пива зверталися тоді до закладів, що працювали за такою схемою, і давали своє пиво на дегустацію. Представники ресторанного бізнесу своєю чергою пропонували замовити пиво для своїх клієнтів. Такий варіант реалізації продукції допомагав якщо не заробити, то хоча б покрити витрати на оренду, закупівлю продукції та інгредієнтів, а також забезпечити роботою хоча б частину персоналу. Уклавши договір зі службою доставки, можна було організувати розвезення замовлень клієнтам до дверей.

Експерт зазначає, що на початку локдауну чимало споживачів і постійних клієнтів пивоварень часто замовляли своє улюблене пиво, щоб підтримати місцевого виробника фінансово. Людям хотілося думати, що карантин невдовзі завершиться і життя повернеться до звичного ритму. Втім, коли за кілька місяців ситуація не вирішилась, а фінансові показники населення почали ставати гіршими, справи погіршилися й у пивоварів.

– У ПЕРІОД ОБМЕЖЕННЯ РОБОТИ ЗАКЛАДІВ, ДЕ ПРОДАЄТЬСЯ ВАШЕ ПИВО, НАЛАГОДЬТЕ ДОСТАВКУ ТОВАРУ. НАШІЙ КОМПАНІЇ БУЛО НЕВИГІДНО ДОСТАВЛЯТИ ЗАМОВЛЕННЯ НА ВІДСТАНЬ ДО 30 КМ НА СУМУ МЕНШЕ 700 КРОН (ПРИБЛИЗНО 900 ГРИВЕНЬ), ТОМУ МИ РОЗРОБИЛИ ВЛАСНУ СИСТЕМУ ДОСТАВКИ. ПИВО КЛІЄНТАМ РОЗВОЗИЛИ ЗА ГРАФІКОМ, А НА ДОСТАВКУ ЗАМОВЛЕННЯ КУР'ЄР МАВ ТРИ ДНІ. ЩОБ СТИМУЛОВАТИ РІСТ СЕРЕДНЬОГО ЧЕКА, МИ ЗРОБИЛИ АКЦІЮ: КУПИ ПИВА НА СУМУ ПОНАД 1000 КРОН (1300 ГРИВЕНЬ) Й ОТРИМАЙ ПЛЯШКУ КРАФТУ В ПОДАРУНОК. ЦЕ ДОЗВОЛЯЛО ОТРИМУВАТИ ПРИБУТОК НА РІВНІ 5% ВІД ЗАГАЛЬНОГО ОБІГУ, – РОЗПОВІДАЄ ЙІНДРЖИХ ХЕЙН.

Серед пошуків нових каналів збуту спеціаліст виділив і online-продажі. Чимало чеських пивоварень і ресторанів освоїли чи «посилили» канал e-shopping, нові маркетингові підходи та рекламу у соцмережах, які працюють завжди й усюди.

– Реклама та просування продукції в соцмережах можуть бути відносно недорогим варіантом для просування вашої продукції, – каже експерт. – Ми помітили, що коли ми онлайн повідомляли про продаж свіжорозлитого пива, продажі зростали. Але, працюючи з соцмережами й онлайн-продажами, важливо вміти вирізнятися, щоб не загубитися серед сотень інших подібних пропозицій від конкурентів.

– ПІД ЧАС ПЕРШОЇ ХВИЛІ ЛОКДАУНУ У НАС ДОБРЕ СПРАЦЮВАЛА АКЦІЯ «ЗБЕРЕЖИ ПИВО». ПИВОВАРНЯ НА САЙТІ АНОНСУВАЛА, ЯКОГО ПИВА Й СКІЛЬКИ У НИХ ЗАЛИШИЛОСЯ НА СКЛАДІ, ПОВІДОМЛЯЮЧИ, ЩО ЗА КІЛЬКА ДНІВ ЙОГО ПРОСТО ЗІЛЮТЬ У КАНАЛІЗАЦІЮ. ЛОЯЛЬНІ КЛІЄНТИ ТА ПОЦІНОВУВАЧІ КРАФТУ ТОДІ АКТИВНО ЙОГО КУПУВАЛИ, ЩОБ ДОПОМОГТИ ПИВОВАРНІ, – ЗАЗНАЧАЄ ЙІНДРЖИХ ХЕЙН.

За словами пивовара, змінилися також підходи до розливу пива. Чимало пивоварень перейшли на продаж пива у пляшках і в банках, щоб утриматися на ринку.

– В наших пивоварнях після цього продажі вирости на 15%! Варто зазначити, що до карантину приблизно 90%, а то й 100% своєї продукції невеликі чеські пивоварні реалізовували через ресторани й паби, решту лишали для продажів у супермаркетах, щоб заявити про себе конкурентам. У період пандемії ситуація змінилася кардинально. Зараз левову частку пива крафтові виробники продають у супермаркетах. Приміром, якщо до кризи наша пивоварня була представлена у 5-ти супермаркетах, то тепер – у 50-ти, зокрема, в таких відомих, як Makro, Albert, Globus, – розповідає пивовар.

Як краще продати крафтове пиво у супермаркетах

Йіндржих Хейн розповів, що продавати крафтове пиво у супермаркетах потрібно грамотно:

– Очевидно, що коли крафтове пиво знаходиться на прилавку в супермаркеті на рівні з пивом виробників-гігантів, то воно не може конкурувати в ціні. Тому ми наполягали на тому, щоб наше крафтове пиво продавалося лише з окремого холодильника. Тоді це дозволяло акцентувати на свіжості напою. Також ми «зіграли» на об'ємі тари: пропонували продаж продукції у пляшці 0,75 літра за дорожчою ціною. Порівнявши візуально ціну та обсяг, користувач бачив вигоду.

На прикладі власної пивоварні Pivovar Kunratice експерт наголошує: невеликій пивоварні варто зосередитися на структурі сортів: краще зменшити їх кількість, але гарантувати постачальнику стабільну кількість товару й можливість оперативно його довести до полиці.

– 90% нашого сортового різноманіття до карантину становили лагери. Також ми віддавали перевагу пиву низового бродиння. У період карантину ми змінили структуру сортів, обмежили їх до 8-ми та перейшли на виробництво пива верхового бродиння. Для продажу пива в супермаркеті надзвичайно важливим є термін придатності продукту. Хоч термін придатності пива в нас всього три місяці, нам вигідніше замінити прострочений продукт, аніж купувати обладнання для фільтрації й пастеризації продукції. До речі, за час карантину ми жодного разу не отримали рекламаций з приводу завершення терміну придатності пива.

На завершення експерт звернув увагу на те, що в період пандемії для пивоварні особливо важливо вирізнятися серед конкурентів, вивчати споживчі запити та працювати над рекламою.



ОБЕРІТЬ BREW 20 – ОПТИМАЛЬНЕ РІШЕННЯ ДЛЯ ПИВНИХ ПАБІВ І МІНІПИВОВАРЕНЬ



Сервісний інженер ДП «Альфа Лаваль Україна» Сергій Грибков, пуско-наладка сепараційного модулю Brew 20

Сепараційний модуль BREW 20 ввели в експлуатацію на пивоварні «РОМА» навесні 2021 року. Використання цього модулю дозволяє отримати смак. Крім того, не виникає проблем з бродінням, яке може відбуватися у пляшках.

– Після початку використання BREW 20 ми також помітили, що отримуємо в пиві менше частинок хмелю і нам більше не доводиться годинами чекати, поки з хмелю утвориться осад. За допомогою центрифуги нам вдається отримати приблизно на 10% більше пива з кожної партії, – зауважує **керівник пивоварні Віктор КРАВЧУК**.

Сепараційний модуль BREW 20 розробили з метою досягнення найкращої якості очищення. Обладнання оптимізували для фільтрації попереднього очищення та полірування молодого пива.

Про компанію «РОМА»

Компанія «РОМА» заснована 9 листопада 1998 року. Вона спеціалізується на дистрибуції алкогольних, безалкогольних, пивних напоїв і кондитерських виробів. Наразі ТОВ «РОМА» – це одна з найбільших дистриб'юторних компаній Західної України з географією покриття 4 областей – Чернівецької, Тернопільської, Івано-Франківської та Хмельницької. З 2011 року «РОМА» виготовляє крафтове пиво власних марок «Гойра», яке постачається в заклади сім'ї ресторанів «Гойра ГРУП», у магазини «Тайстра ГРУП» та інші торгові точки. Пивоварня, де зароджуються унікальні смаки, розташована у Чернівцях. Виробництво відбувається під пильним контролем і наглядом пивоварів. Вся продукція сертифікована, також на виробництві впроваджена система управління безпечністю харчових продуктів НАССР, яка відповідає вимогам міжнародного стандарту ISO 22000:2005.



ЮВІЛЕЙНИЙ ФОРУМ
ПИВОВАРІВ І РЕСТОРАТОРІВ:

КУРС НА НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ

Богдана ТРОФІМЮК

Знаковою подією у пивоварній галузі цього року стали V Дегустаційний конкурс пива East European Beer Award і X Міжнародний Форум пивоварів і рестораторів. 5 років поспіль пивовари та сидрівники не лише з України, а й з-за кордону збираються разом для того, щоб обмінятися досвідом, спільно знайти вирішення галузевих проблем і, звичайно ж, продегустувати найкращі зразки пива й сидрів від українських і закордонних пивоварень. Але подібні заходи цікавлять не лише виробників пива. Конференція і конкурс – це своєрідна платформа презентацій сировини, обладнання і новітніх технологій для багатьох пивоварень, аби вдосконалювати якість пива, завойовувати своїх споживачів і... перемагати! Як не втратити споживача й залишатися на ринку у складний час, як вижити в умовах пандемії – це лише деякі з актуальних тем, озвучених учасниками Форуму пивоварів і рестораторів.



Окрім дегустацій та обговорення актуальних тем розвитку пивоварної галузі, впродовж трьох днів конкурсу й форуму всі охочі мали змогу ознайомитися з експозицією технологічного та лабораторного обладнання, зі зразками сировини для пивоварів, а також скуштувати й придбати снекову продукцію, яку зазвичай купують до пива.

Технологічний кластер

Дехто з технологічних експонентів уже не вперше бере участь у подібних заходах. Зокрема, компанія «Донау Лаб Україна», яка є офіційним представником виробника лабораторного обладнання – компанії Anton Paar. Її директор Володимир ПАШКО зазначив, що

для компанії як дистриб'ютора лабораторного обладнання важливо, щоб пивоварні підприємства, навіть маленькі та крафтові, стежили за лабораторними показниками своїх напоїв, аби споживач, зрештою, отримав якісний продукт, який відповідає усім вимогам і технологічним нормам:

– Необхідність лабораторії на виробництві – це далеко не особисте питання для пивовара, адже потрібно постійно контролювати виробничий процес. І наша мета – проінформувати про те, яким чином можна встановити лабораторний контроль навіть на невеликій пивоварні.

Зокрема, цього разу Володимир Пашко представив учасникам конференції густинимір EasyDens, який буде корисним саме на невеликих пивоварнях. Апарат розраховує вміст алкоголю за визначеними результатами екстракції/питомої ваги, що відображається в діаграмі:

– EasyDens визначає вміст екстракту у суслі, вміст цукру в домашніх фруктових соках і вміст алкоголю в спиртах без цукру, а також контролює процес ферментації пива, вимірюючи щодня наявний екстракт або цукор і візуалізуючи процес на діаграмі. Прилад надає пивоварам інформацію і про те, коли треба проводити розлив пива. Всі результати відображаються і зберігаються у смартфоні.

Постійний партнер Дегустаційного конкурсу і Форуму пивоварів компанія «Термо-Паб» презентувала хмелеву «ракету», яка надзвичайно зацікавила учасників:

– Хмелева ракета – це обладнання для сухого, холодного охмелення пива, – розповідає **фахівець компанії Валерій МУРІН**. – Завдяки йому можна надавати та підсилювати ароматику, смакові відтінки пива. Важливо, що при використанні нашого обладнання хміль залишається в ракеті й не потрапляє в бродильний танк.

Валерій Мурін наголошує, що кожен проєкт, над яким працює компанія «Термо-Паб», розробляється з урахуванням усіх побажань замовників, зокрема і ця ракета:

– Це обладнання розробили фахівці нашої компанії, і ми тепер пишаємося отриманим результатом, бо устаткування показало свою високу ефективність.

Так само послугу з розливу пива з використанням мобільної лінії представила компанія «Так,





ми розливаемо!» (TM SPROBUI MOBILE CANNING). Її **директор Ілля СКАЧИДУБ** розповів про переваги цієї послуги:

– Це американська бізнес-модель, ми її адаптуємо до українського ринку. Пивовари, коли ми їм вперше розповідали, казали: «Так, це цікаво». Але коли привезли обладнання, то зацікавлення зросло неймовірно. Зараз вже маємо клієнтів, які постійно користуються нашими послугами.

Переваг у новій бізнес-моделі кілька. Перша полягає в тому, що лінія мобільна – її можна доставити будь-куди, завезти в цех і розливати пиво. Особливість другої в тому, що лінія розливу значно зменшує контакт напою з киснем та світлом, тобто деградація смакових властивостей продукту значно зменшена, оскільки банка герметична. Третя перевага – це логістика, адже банка легка, компактна та не б'ється, тому логістика значно дешевша.

А головне, стверджують у компанії, ця послуга дозволяє підприємцям збільшити вихід продукту з наявних виробничих потужностей, ефективніше використати власний капітал і площу виробництва, додавши декілька ЦКТ. Це окупиться в рази швидше, ніж покупка власної лінії.

Компанія **«Текско Юкрейн»** представила на форумі одного з провідних партнерів, виробника великогабаритного обладнання – парогенераторів JUMAG, які використовуються і у пивоварнях, і в харчовій промисловості загалом. **Представниця компанії Катерина МАЦЮК** стверджує:

– Ринок України розвивається та міцнішає, тому завдання ТОВ «Текско Юкрейн» – запропонувати підприємствам економічні, ефективні

ні та довговічні парогенератори. Ми хочемо запевнити споживача, що сьогодні вони можуть заробляти, маючи надійне обладнання, в обслуговування якого потрібно вкладати мінімум зусиль. Ми можемо надавати своє обладнання компаніям, які виготовляють не лише пиво, а й сидри, соки, газовані напої, м'ясні продукти, ковбаси, сири чи хліб. На ринку України компанія працює з 2017 року. Німецька якість була і залишається в тренді, тому роки використання нашого продукту будуть говорити самі за себе.

На якості свого обладнання акцентували увагу і представники компанії **«Шульц Трейд»**. **Валерій СКРИПНИК** зазначив, що виробничі потужності підприємства, яке виготовляє обладнання для пивоварень, знаходяться в Україні, і це значно спрощує комунікацію й обслуговування обладнання надалі:

– На ринку України ми вже 18 років. Наша фішка полягає в тому, що ми використовуємо єврокомплектування, які дозволяють довше експлуатувати наше обладнання й постійно отримувати якісний продукт за хорошу ціну. Головне для нас – щоб клієнт був задоволений нашими послугами та сервісом, щоб він до нас повертався з року в рік, розширюючи своє виробництво.

Доволі вигідну послугу для пивоварів-початківців пропонує компанія **«Європром»**, яка спеціалізується на постачанні, встановленні й обслуговуванні холодильного обладнання з Європи. Вигода в тому, що обладнання уживане, а супровід і гарантію клієнт отримує як за нове:

– Це дозволяє зекономити кошти від 30 до 70%. Наші клієнти – це і великі пивоварні, і крафтовики, і

Високоєфективні парові котли

Масляні та газові парові котли

Електричні парові котли

Блочно-навісні компактні парові установки

Модульні парогенераторні установки

Парогенераторні установки контейнерного типу

Текско Юкрейн, як ексклюзивне представництво Jumag GmbH буде надійним партнером в досягненні успіху Вашого виробництва.

ТОВ ТЕКСКО ЮКРЕЙН
Представництво компанії Jumag GmbH в Україні
Україна, вул. Короленка 39 О
13312, Житомирська область.
тел.: +38 (04143) 4 25 95, +38 067 412 09 81
www.texco.com.ua

ресторани, і мережі супермаркетів. Ми маємо клієнтів по усьому світу: навіть в Африці та Південній Америці. Зараз ми частково переходимо на стокове обладнання, домовляємося із заводами-виробниками, і якщо у них є певна кількість одиниць того чи іншого обладнання, ми можемо його викупити оптом. Це може бути обладнання не лише цього року виготовлення, а й попередніх років, але воно має бути повністю новим, що дає для клієнта можливість отримати нове обладнання, але за меншою ціною.

Справжній ажіотаж серед пивоварів спровокувала презентація екстрактів компанії **UBC group**, яка представила продукцію виробника чеського солоду Sekado і виробника хмелю BarthHaas. До слова, Sekado виготовляє солод пльзенського типу. Це базовий солод для більшості сортів пива. Компанія також виробляє віденський та мюнхенський солоди, які використовують для темних сортів пива. Окрім того, пивоварам запропонували карамельний, шоколадний і палений солоди.

Як зазначив **комерційний директор з напрямку хмелю UBC Group Роман КУЗЬМИЧ**, в асортименті компанії – більше 150 сортів хмелю. Щодо презентованих екстрактів хмелю, то саме екстракт з назвою Incognito став причиною надмірної цікавості виробників пива:

– Це натуральний продукт для використання в вірпулі, який посилить смак хмелю в пиві та знизить втрати під час виробництва, – зазначає Роман Кузьмич. – Incognito запобігає втраті сула, адже в ньому немає твердих частинок хмелю, а приблизне дозування – 0,5-2 кг на 1 тону пива. Це економно та практично.

У що розливати, чим коркувати?

Ексклюзивний партнер конкурсу та форуму компанія **«Концепт Глас»** уже 16 років працює для пивної галузі. Свого часу в Україні вони починали організовувати дегустаційні пивні конкурси. **Директорка і співвласниця компанії Юлія ВАСИЛЬЧУК** згадує, що 16 років тому у такому конкурсі брали участь лише 10-15 пивоварень, але з часом їх кількість збільшувалася.

Нині компанія «Концепт Глас» представила свою продукцію, серед якої – пивні келихи. Асортимент справді вражає.





– Окрім того, що ми маємо широкий асортимент продукції, ми цікавимося новинками, які з'являються у світі. Ми враховуємо якість скла, те, які форми й властивості повинні мати наші келихи, зокрема для дегустації пива, – зазначає Юлія Васильчук.

Фахівці компанії «Концепт Глас» спеціально для конкурсу East European Beer Award розробили дегустаційні бокали, у яких органолептичні якості напоїв проявляються якнайкраще.

Ще один постійний партнер Дегустаційного конкурсу і Форуму пивоварів і рестораторів – компанія **Тарі**, котра спеціалізується на виготовленні спеціальних пробок. Її **представник В'ячеслав ШИШ** презентував нову пробку Мекано, яку фахівці компанії розробили спеціально для крафтових пивоварень.

– Це альтернатива для традиційної металеві бугельної пробки, вона є армованою, усередині – щось на зразок оптоволокна. Тримає тиск до 6 бар, дозволяє використовувати пастеризацію, а головне – для крафтовиків ми можемо зробити невелику кількість, але повністю брендovanу під логотип пивовара, – зазначив В'ячеслав Шиш.

Зацікавлення пивоварів такою пробкою можна пояснити тим, що нині, прагнучи зменшити забруднення довкілля, неекономно використовувати пляшку й корок лише один раз! Бугельна пробка дозволяє використовувати цю пляшку багато разів. Зокрема, у Британії під час пандемії компанія Тарі запустила один з проєктів, у межах якого замовник, замовляючи пиво з доставкою, може за повернені пляшки з таким коркуванням отримати знижку на придбане пиво.

– Наш товар повністю сертифікований, відповідає європейським і американським стандартам і дозволяє використовувати пляшку з пробкою необмежену кількість разів, – говорить В'ячеслав Шиш. – Завдяки пробці продукт зберігається досить довго, не має сторонніх запахів і не втрачає на якості.



Що додавати в пиво?

Відповідь на це запитання знають виробники сировини для пивоваріння: дріжджів, солоду, хмелю й аромоекстрактів – усього того, завдяки чому пиво стає пивом.



Зокрема, **представниця компанії «Дьолер Україна» Галина ПРИХОДЬКО** переконана, що нині виробництво пива важко уявити без використання трав'яних і фруктових екстрактів. Особливо в крафтовому пивоварінні. Німецька компанія «Дьолер» – це глобальний виробник і постачальник сировини для різних виробництв у харчовій галузі.

– На форумі ми представляємо різні види сировини, які можна використовувати в пивоварінні. Також наш портфель містить соки, пюре в невеликих упаковках, які теж можна використовувати у пивоварінні, – зазначає Галина Приходько.

ТОВ «ФАРМ-КОНТАКТ», офіційний представник компанії ANGEL YEAST, вперше взяв участь у Форумі пивоварів і рестораторів. Як повідомив її **представник Андрій ШПЕТА**, для виробництва пива вони представляють лінійку дріжджів: три елеві види та два лагерні і спиртові.

Наслідуючи тренд безалкогольного пива, незмінний постійний партнер Форуму пивоварів і рестораторів, компанія **Fermentis**, презентувала дріжджі для безалкогольного пива.

– Презентуємо дріжджі *Saccharomyces chevalieri*, які ми назвали *SafBrew™ LA-01* або просто *LA* (Low alcohol – низький алкоголь). Цей штам мальтозонегативний, споживає лише прості цукри (глюкозу, фруктозу, сахарозу), залишаючи мальтозу та інші



складні цукри (мальтотріозу та декстрини). Цей штам показав чудові результати під час випробувань ферментації. Дріжджі тестувалися на великих пивзаводах у Росії, Білорусі та Німеччині. В Україні деякі промислові заводи теж отримали хороші результати, адже кінцевий продукт значно цікавіший, ніж безалкогольне, яке вироблялося раніше. Пиво знайшло свого споживача і в азіатських країнах, де вживання алкоголю заборонено, – розповідає **представник компанії «Солод України» Богдан ДЕМЧЕНКО**.

А компанія «Харвест Агрохім Україна» презентувала розмаїття солодів.

– У нашій лінійці представлено базовий пілснер malt, а також є лінійки карамельних і палених солодів. З 2019 року разом з нашими партнерами «Белсолод» ми запустили виробництво пшеничного солоду, який себе вдало зарекомендував на ринку України. Також у нас є підрозділи, які займаються виробництвом концентрата

ту квасного сула та солодового екстракту, – розповідає **представниця компанії «Харвест Агрохім Україна» Ірина МІКУЛА**.

| А що до пива?

Поряд із провідними технологічними компаніями у форумі взяли участь й виробники снєкової продукції – фудпартнери заходу. **Директор компанії «Теплі моря» Євген ТКАЧ** зазначив:

– Наша продукція корисна тим, що містить багато білка, у ній нема «хімії», до того ж вона може зберігатися довго.

А от компанія **Franko Snail** з Івано-Франківщини привезла на форум закуски з м'яса середземноморського равлика. **Керівник Любомир НАГІРНИЙ** наголошує на унікальності свого продукту. Що ж до співпраці з виробниками пива, то у компанії Franko Snail переконані, що між ними та пивоварами існує своя алхімія стосунків, яка з кожним роком міцнішає.



НОВИЙ

SafBrewTM LA-01

ІДЕАЛЬНО ПІДХОДИТЬ
ДЛЯ ФЕРМЕНТУВАННЯ
БЕЗАЛКОГОЛЬНОГО ТА ПИВА
З НИЗЬКИМ ВМІСТОМ
АЛКОГОЛЮ



Відібраний, щоб зробити пиво
з менш ніж 0,5% ABV,
цей штам дріжджів розвиває
витончений аромат профілю.
Засвоює лише прості цукри
і проявляє середню седиментацію
(осад) без комків (скупчення).



ОЧЕВИДНИЙ ВИБІР ДЛЯ ФЕРМЕНТАЦІЇ НАПОЇВ



please contact us at fermentis@lesaffre.com

    [fermentis.com](https://www.fermentis.com)



МАР'ЯН ГОДА, «РІВЕНЬ»:

«ЗАДЛЯ ПІДТРИМКИ ПИВНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ ПИВОВАРАМ ПОТРІБНО ОБ'ЄДНУВАТИСЯ!»

23 квітня під час Х Форуму пивоварів і рестораторів пивовари обговорили гострі проблеми галузі, як-от ціновий демпінг, наслідки коронакризи для пивного бізнесу та шляхи її подолання. Пивовари погодилися щодо того, що галузі потрібна єдина асоціація пивоварів, яка лобюватиме інтереси як великих, так і малих виробників. Директор пивзаводу «Рівень» Мар'ян ГОДА наголосив на важливості такого об'єднання. Докладніше про цю ініціативу – в ексклюзивному інтерв'ю журналу Beer.Technologies&Innovations.

Beer. Technologies&Innovations: Як Вам доводилося працювати під час пандемії? З якими найгострішими проблемами Ви зіштовхнулися?

Мар'ян ГОДА: Останній рік приніс нові виклики: зросли ціни на комплектуючі обладнання, енергоносії, сировину, а особливо на солод. Два роки поспіль ми не бачи-

мо позитивних зрушень у країні, ми весь час чуємо про проблеми, пов'язані з пандемією, з загрозою війни, але про економіку не говорять, тому що економіка перебуває в стані стагнації. Якщо ж і планується 2-3,5% зростання, то ці цифри не порівнюються з рівнем індексу інфляції. А оскільки пиво – це не продукт першої необхідності, то воно – як лакмусовий папір, відразу реагує на нездорові явища в економіці. Тому впродовж кількох останніх років ми відстежуємо системний спад обсягів виробництва пива в Україні. Ця цифра становить близько 5%.

Beer. T&I: Яка нині ситуація з акцизами?

М.Г.: Нововведення чекають нас уже з 1 липня, адже у Верховній Раді розглядається законопроект, який передбачає збільшення ставок акцизного збору. Якщо нині ставка акцизного збору для пивоварів становить 2,78 грн за літр пива, то з 1 липня її пропонують збільшити. Облік будуть вести залежно від вмісту 100% спирту. Ця цифра становитиме 59,82 грн за літр стовідсоткового спирту. Якщо перерахувати на 11-відсоткове пиво, це цифра сяга-

тиме орієнтовно 3 грн, але для пива з високою щільністю ставки акцизного збору будуть ще більш відчутні.

Beer.T&I: Як гадаєте, наскільки важливо пивоварам сьогодні об'єднуватися задля підтримки пивоварень й лобіювання інтересів на державному рівні?

М.Г.: Виклики існували й будуть існувати, проблеми – також. Жити й не просто виживати, а працювати та заробляти стає все складніше. Сьогодні пивоварна галузь на законодавчій основі представлена асоціацією «Укрпиво», яка тримає за собою регламенти, але, на мою думку, це дещо несправедливо. В Україні існують тисячі асоціацій: АСУ, творчих колективів, виробників різних галузей тощо. Проте, вважаю, в нас нині немає такої асоціації, яка б відстоювала права пивоварів. Я знаю, що були спроби створити таку структуру, але фактично, я думаю, що її немає. Попередні розмови з керівниками різних підприємств, і крафтових, і середніх пивзаводів, підтвердили, що люди підтримують цю ідею. Перекоаний, що зараз не можна ділити виробників середньої потужності та крафтовиків. Хоча б тому, що є чимало підприємств, які виросли з коротких штанців, і їх вже не можна назвати крафтовими. Це, зокрема, «Волинський бровар», «Правда» та інші.

Всю велику сім'ю пивоварів потрібно об'єднувати, адже проблеми однакові для всіх: це проблеми продажів і збуту, вирішення питань на законодавчому рівні, постачання сировини, матеріалів, комплектуючих запчастин тощо.

Скажімо, ні для кого не таємниця, що окремі підприємства певну частину пива виготовляють у тіні та реалізують за демпінговими цінами. Таким ось демпінгом ми підриваємо економіку один одного. Уявіть собі, бабусі на ринку торгують цибулею і все одно тримають ціну, а пивовар же намагається хоч на гривню опустити вартість напою.

Є ще одне питання. В маркетах зараз чимало імпортного пива, яке реалізують за середніми цінами. Я не проти того, щоб імпорт був у продажу, але коштувати це пиво має дорожче. Хочеш купити Budweiser чи PilsnerUrquell – купи за 70 грн. Тобто назріла потреба змінювати ставки ввізного мита на пиво. Лобіювати це питання могла б саме асоціація. Вкрай важливо відстоювати власні інтереси на державному рівні.

Важливо зазначити, що якість пива в Україні в останні роки відчутно виросла. Великою мірою завдяки тому, що в Україні з'явилася нова генерація пивоварів, які люблять і знають свою справу, які горять цією ідеєю, які готові вкладати кошти та добиватися високих результатів. Нова асоціація готова сприяти пивоварам і в цьому.

Секрети переможного пива пивзаводу «Рівень»

Beer.T&I: Вітаємо Вас з перемогою на Дегустаційному конкурсі East European Beer Award! Ваша пивоварня продемонструвала найбільше потрапляння в десятку, два з трьох поданих сортів вибороли золото й срібло. Як гадаєте, в чому секрет успіху?

М.Г.: Пригадуєте старий вислів про три складники якісного пива – солод, холод, і совість пивовара? Для

приготування свого пива ми використовуємо як українську сировину, зокрема, хміль власного виробництва, так і імпорту, причому стабільної якості. Також ми стежимо за дотриманням усіх технологічних процесів і контролюємо виготовлення продукту на всіх етапах. Окрім того, важливо не зупинятися на досягнутому: якщо припиниш розвиватися, то не зможеш бути конкурентоспроможним.

ПІВЗАВОД «РІВЕНЬ» НЕОДНОРАЗОВО ВИБОРЮВАВ МЕДАЛІ НА ДЕГУСТАЦІЙНОМУ КОНКУРСІ EAST EUROPEAN BEER AWARD: У 2018 РОЦІ ЦЕ БУЛО СРІБЛО У КАТЕГОРІЇ PALE LAGER SPECIAL (ПИВО «БЕРГШЛОСС»), У 2019 РОЦІ – БРОНЗА У КАТЕГОРІЇ DARK LAGER («БЕРГШЛОСС ЧОРНИЙ»), У 2020 РОЦІ – СРІБЛО У КАТЕГОРІЇ PALE LAGER SPECIAL/IPL (ПИВО «БЕРГШЛОСС»). ГРАН-ПРІ У ДЕГУСТАЦІЙНОМУ КОНКУРСІ EAST EUROPEAN BEER AWARD-2021 ПІВЗАВОДУ ЗАВОЮВАЛИ ПИВО «БОГЕМСЬКЕ» – ЗОЛОТО В КАТЕГОРІЇ PALE LAGER, А ТАКОЖ «БЕРГШЛОСС» – СРІБЛО У КАТЕГОРІЇ PALE LAGER.

Beer.T&I: «Рівень» – один з найстаріших пивзаводів України, а Ви тут працюєте уже 18 років, здається. Пригадуєте, яким було тоді пиво?

М.Г.: Якщо порівнювати з нинішніми сортами, то це речі абсолютно не спільномірні. Часто від споживачів можна було почути: «Ось колись було пиво, нині ж такого немає». Знаєте, це як перший піріжок у дитинстві, смак якого ти запам'ятав на все життя або ж ти просто був голодний. Також у ті часи часто привозили пиво з Чехії. Якщо порівняти «Рівень» тоді й зараз, то пивзавод, звичайно, виріс. Нині конкуренція змушує рухатися. Я пам'ятаю ще часи, коли весь час щось ламалось і не вдавалось, але план доводилося виконувати. Пригадую, як був дефіцит на все і про якість тоді не йшлося, адже терміни збуту були кілька тижнів. Яка там стійкість? За день продавалася велика бочка на кілька тонн. Зварили – і бігом продавати. Санітарії як такої не було, мийкою ніхто не займався, шлангом бочку помили, хлоркою продезінфікували і все.

Beer.T&I: Сьогодні «Рівень» випускає 5 сортів пива, термін придатності яких більше 30 днів. Як ви досягли цієї позначки?

М.Г.: Ми обрали для себе складний продукт – непастеризоване пиво, адже пастеризація вбиває все – і корисне, і некорисне. На відміну від інших продуктів, у пиві сприятливе середовище для розвитку бактерій, тому завод буквально довелося перебудувати в плані санітарії. Зокрема, облаштувати безрозбірні системи миття. Нині на виробництві є технологічні та санітаційні трубопроводи. До слова, других більше. Колись взагалі не було систем миття, жодних особливих миючих засобів чи дезінфекторів. Сьогодні усі ці засоби постійно потрібно оновлювати, оскільки бактерії звикають до однієї і тієї ж «хімії».

Beer.T&I: Як ви контролюєте процес виробництва та якість пива?

М.Г.: У нас є власна лабораторія, там працюють хімік,

лаборант і мікробіолог. Сьогодні дуже зросла важливість лабораторії, її сміливо можна порівняти з медициною, адже як лікувати, не маючи діагностики?.. Ми контролюємо увесь ланцюг виробництва: від сировини – до розливу у пляшку. Спочатку це аналіз сировини (є п'ять параметрів, які перевіряють наші фахівці), далі – підготовка до варки, власне варка, зварений екстракт і сусло.

ПИВЗАВОД «РІВЕНЬ» З 2013 РОКУ ОРЕНДУЄ 16 ГЕКТАРІВ ЗЕМЛІ У СЕЛІ ПІДЛУЖЖА НА ДУБЕНЩИНІ, НА ЯКИХ ВИРОЩУЄ ВЛАСНИЙ ХМІЛЬ. НЕЩОДАВНО ТУТ ОНОВИЛИ НАСАДЖЕННЯ, ПРИДБАЛИ НОВИЙ КОМБАЙН, ТРАКТОР, ОБПРИСКУВАЧ, ПРЕС І ГЛЯНУРАТОР, ЯКІ ДАЮТЬ МОЖЛИВІСТЬ ВИГОТОВЛЯТИ ЯКІСНУ СИРОВИНУ.

Beer.T&I: Серед складників якісного пива – добірна сировина. Почнемо з хмелю. Чому Ви взяли за вирощування власного?

М.Г.: На жаль, галузь хмелярства в Україні в занепаді. Якщо раніше виробництво хмелю було досить добре налагоджене, то нині хміль перестав бути цікавим як продукт. Нашим українським хмелем не цікавляться транснаціональні корпорації, оскільки власникам цікавіше з однієї кишені заплатити в іншу. Проте заводи середньої потужності використовують саме український хміль. Однак, на жаль, з кожним роком насадження зменшуються. Раніше великі хмільники були на житомирському Поліссі, нині ж цей регіон приваблює хіба що бурштином. Насправді, галузь погубили значно раніше, ще під час сушого закону СРСР, коли під гаслом боротьби з алкоголізмом вирізали всі хмільники. А коли зрозуміли, що галузь потрібно відроджувати, то на державному рівні з'явилися програми підтримки. Яким чином вони працювали? Держава відшкодовувала кошти на розвиток хмелярства за рахунок пивзаводів, але... їх розкрадали.

Нині ми, пивзавод, самі інвестуємо в розвиток хмелярства. Зараз ми оновили насадження, їм близько п'яти років. Також ми придбали новий комбайн, трактор, обприскувач, прес і гранулятор. У нас повноцінне виробництво, ми робимо продукт стабільної якості передусім для себе. Бо раніше як було? Окремі недобросовісні поставальники могли гранули хмелю розбавляти, наприклад, торішнім сіном. Такий хміль некондиційний, пиво з ним не зварить. Зараз, маючи свої шишки і якісно виготовлені гранули, ми в результаті маємо гарну якість продукту.

Beer.T&I: А як щодо солоду – другої важливої складової якості?

М.Г.: Здебільшого ми використовуємо український солод від Славутського солодового заводу, він досить якісний. Проте цьогоріч виросла ціна на зерно і, відповідно, збільшилася собівартість солоду. Тому ми стали закуповувати й білоруський солод, адже він дещо дешевший. Проте розумію, прикро інвестувати в чужого виробника.

Beer.T&I: Важливу роль у виробництві пива відіграють дріжджі. Яким саме дріжджам віддаєте перевагу?

М.Г.: Дріжджі – це дуже важливо. Вони повинні бути і сильні, і живучі. Якщо дріжджі будуть слабкі, то вони не відпрацюють процес так, як потрібно. Ми постійно купуємо чеську культуру Budvar Yeast H. Потім наш мікробіолог у лабораторії їх розмножує.



Beer.T&I: Яку воду використовуєте? Як відбувається процес водопідготовки?

М.Г.: Нині залишилося мало пивзаводів, де використовують артезіанську воду. Якщо ж звернутися до історії, то раніше пивоварні будували саме в тих місцях, де була добірна вода. Сьогодні ж чимало пивоварень використовують поверхневі води, і це нормально, адже сучасні технології дозволяють відфільтрувати їх належним чином. На «Рівні» ситуація краща, бо ми маємо якщо не найкращу, то одну з кращих в Україні природних вод. У нас немає потреби сильно фільтрувати воду, ми її доочищуємо, кінцевий етап – це зворотній осмос.

Beer.T&I: Увесь час відтоді, як очолили підприємство, Ви його вдосконалюєте, так?

М.Г.: Це абсолютно природний процес, якщо ти вважаєш, що в тебе все добре, то зупиняєшся і вже не встигаєш за іншими. На виробництві щоразу з'являються «вузькі місця»: чи то обсяги варто нарощувати, чи якісь технологічні проблеми. Це безкінечний процес. Якось непомітно ми побачили, що виходимо на новий рівень, і за себе говорять якість продукту.

Beer.T&I: Як гадаєте, у чому секрет успіху пивзаводу «Рівень»?

М.Г.: Секрет успіху в стабільності. Ми більше 10 років не оновлювали свій асортимент, на мою думку, ці сорти пива досить вдалі. В Україні нині сотні сортів пива, проте тут, вважаю, місця для творчості не так і багато. Для мене найкраща класика – це «Жигулівське», історія походження цього пива досить далека. Видумувати велосипед зараз немає сенсу. Якщо ж ми говоримо про пивні експерименти, то їх ми втілюємо на мініпивоварні в «Канті». Там ми відтворюємо відомі європейські та світові тренди.

Beer.T&I: Раніше ви організовували пивні фестивалі. Чи заплановано щось подібне цьогоріч?

М.Г.: Так, ми плануємо організувати такий захід для рівнян, адже фестивалі сприяють популяризації пива, розвитку культури споживання. Якщо про рівненське пиво раніше знали дуже мало, то нині – навпаки!..



Фільтрація пива BÍLEK FILTRY



FKS

Свічкова кізельгурова фільтрація

- ✓ Висока ефективність фільтрації
- ✓ Чистота фільтрату - мутність 0,25 – 0,6 EBC
- ✓ 5 - 0 дріжджових клітин на 100 мл фільтрату
- ✓ Зберігає смакові характеристики пива
- ✓ Від ручного управління до повної автоматизації
- ✓ Невеликі витрати на обслуговування



Сталева свічка
із крученого дроту



FMS

Мембранна фільтрація

- ✓ Холодна стабілізація пива без пастеризації
- ✓ Повна гарантія мікробіологічної чистоти
- ✓ Значне продовження терміну придатності пива
- ✓ Нульове окислення
- ✓ Без присмаку пастеризації
- ✓ Від ручного управління до повної автоматизації

Parker | domnick
hunter



ЗВ'ЯЖІТЬСЯ ДЛЯ КОНСУЛЬТАЦІЇ:



Bílek Filtry s.r.o., Czech Republic

Tel. +38 097 626 74 59, +7 499 609 2812

www.filtrace.com/ru

ПИВЗАВОД «РІВЕНЬ»: СЕКРЕТ УСПІХУ – ВИТРИМАНА ЧАСОМ КЛАСИКА

«Рівень» – один із найстаріших пивзаводів України. Донедавна вважалося, що завод був заснований у 1849 році, але нещодавно був знайдений звіт волинського губернатора за 1847 рік, в якому є згадка про завод. Отож, наступного, 2022 року, «Рівень» відзначає своє 175-річчя. Шануючи свою історію, завод не зупиняється на досягнутому – постійно вдосконалює потужності та технології пивоваріння. Як результат, цього року пивзавод здобув золото у категорії Pale Lager і срібло у категорії Pale Lager Special на Дегустаційному конкурсі East European Beer Award-2021. Рішенням оргкомітету пивзаводу «Рівень» присудили Гран-прі конкурсу, адже два з трьох поданих зразків були визнані кращими в Україні. За лаштунки приготування переможного пива зазирали й журналісти проєкту Beer. Technologies&Innovations.

Акцент на якісну сировину

Одним із найважливіших складників пива є сировина. Для приготування пива тут використовують хміль власного виробництва.



Хміль вирощують в селі Підлужжя на Дубенщині, де завод з 2013 року орендує 16 гектарів землі. Для знаменитого пива «Бергшлосс» використовують не тільки українські, а й чеські та німецькі хмелі. Солод теж використовують український – від Славутського солодового заводу. За словами **директора пивзаводу Мар'яна ГОДИ**, ця сировина стабільно хорошої якості, і для варок вітчизняного пива додають лишень кілька відсотків імпортного солоду Wayermann. Дріжджі мікробіологи вирощують власноруч.

– Ми віддаємо перевагу рідким Budvar Yeast H. Їх ми привозимо у пробірці з Чехії, після чого наша мікробіологічна лабораторія їх розмножує, – розповідає **головний пивовар Пршемисл БРОЖ**.

Яке ж пиво без якісної води? Для варок пива тут використовують артезіанську воду, яка попередньо проходить процес фільтрації та водопідготовки.





Унікальна технологія приготування пива

Головний пивовар «Рівня» Пршемисл Брож, чех за національністю, варить пиво популярним у Чехії відварним методом:

– Для мене виглядає дивно, коли чеський чи німецький лагери варять настійним методом. Навіть в університеті мене вчили робити або одно-, або двовідварним. Та й нині все більше крафтовиків намагаються перейняти на цю технологію.

Сама технологія варки класична: дроблення солоду та затирання сусла, відділення дробини та варіння сусла з хмелем, очищення й охолодження сусла, бродіння та дозрівання. Для різних сортів і рецептур пива ці етапи можуть варіюватися. Наприклад, якщо до складу майбутнього пива, крім ячмінного солоду, входить рисовий, то він затирається окремо. Іноді доводиться проводити затирання 3-4 рази. Після очищення в вірпулі та проходження через пластинчастий теплообмінник Alfa Laval до сусла додають дріжджі, і воно відправляється на 5-7 днів у бродильні чани. Їмності українського виробника «Інтерпромтех» оснащені пристроями для вимірювання та контролю температури. Для дозрівання пиво перекачується в лагерні танки.

Заключний етап виробництва – це якісна фільтрація. На пивзаводі відбувається потрібна фільтрація. Двоступеневий кізельгуровий фільтр німецького виробництва

Sen Orion дозволяє повністю очистити пиво від дріжджів і бактерій. Також нещодавно на заводі встановили новий фільтр Donaldson, який дозволяє фільтрувати пиво перед розливом у пляшку. Це необхідно, каже пивовар, адже на

«Рівні» виробляють тільки непастеризоване пиво з обмеженим терміном зберігання, і йому потрібно забезпечити максимальну стійкість. За зміну фільтрується 1000-1200 гектолітрів.

Очищений напій перед розли-

Водопідготовка для крафтових пивоварень



Наш широкий асортимент обладнання гарантує досягнення якості для всіх специфічних типів води у пивоварінні та виробництві напоїв.

За час своєї діяльності, починаючи з 1936 року данська компанія EUROWATER здобула масштабні знання, досвід та технології для розробки оптимальних систем водопідготовки від крафтових до великих промислових пивоварень.

Зателефонуйте нам сьогодні і дізнайтеся про можливі варіанти рішень підготовки води для Ваших виробництв.



Пивоварня
«Волинський Бровар»

Видалення лужності

Одна з головних особливостей води, яка впливає на якість пива. Установки H-катионування та мембранної фільтрації – ефективне рішення для цього завдання.



Пивоварня
«Бердичівський пивзавод»

Видалення заліза, марганцю та амонію Компоненти, які впливають на технологію, смак та стабільність пива. Повністю екологічне рішення без використання будь-яких хімічних реагентів.



Компактні станції пивної води

До станції входить модуль зі зворотним осмосом разом з передочисткою на одній нержавіючій рамі. Станція готова до запуску. Тип «підключай та працюй» - ідеальне рішення для малої крафтової пивоварні.



www.eurowater.ua



EUROWATER
A GRUNDFOS COMPANY

вом у скляні або ПЕТ пляшки та кеги зберігається у форфасах. На пивзаводі встановлена лінія розливу у скло Rotus 60. Для розливу невеликих партій пива у ПЕТ пляшку нещодавно «Рівень» придбав установку від компанії EMCITІ соmраpу, яку незабаром планують протестувати.

Запорука успіху – контроль на всіх етапах виробництва

Завод існував і за правління чехів, і в часи Першої світової війни, і при радянській владі. Проте вдихнули нове життя у пивзавод нові власники із приходом незалежності. Поступово тут провели повний технічний апгрейд: поставили італійські та чеські труби з нержавіючої сталі, крок за кроком замінили все, зокрема й серце пивзаводу – варильні чани. Нині «Рівень» проводить 6 варок на добу та виробляє 750 гл пива. Стійкість сортів пивзаводу досягла позначки 35-40 днів.

**СВОЮ СТАБІЛЬНУ ЯКІСТЬ
СОРТІВ ПИВЗАВОД ПІДТВЕРДИВ
ПІД ЧАС ДЕГУСТАЦІЙНОГО
КОНКУРСУ EAST EUROPEAN BEER
AWARD, ДЕ ТРИ РОКИ ПОСПІЛЬ
ЗДОБУВАВ ПРИЗОВІ МІСЦЯ.**

Нині контроль якості відбувається на всіх етапах виробництва продукту. Лабораторія обладнана спеціальним устаткуванням, зокрема мікроскопом Leica M320 Hi-End + MultiFoc. Фахівці лабораторії стежить за дотриманням санітарії, якіс-



тву сировини й власне продуктом: від сусла – до розливу.

– Вся сировина, яка потрапляє на завод, перевіряється лабораторією. Після цього ми перевіряємо всі етапи виробництва. Спочатку варка, потім сусло, яке відправляється на бродіння, а згодом – на етапі додавання дріжджів і бродіння. Також перевірка відбувається під час доброджування пива у танках і після фільтрації. У готовому продукті ми перевіряємо масову частку сухих речовин, масову частку алкоголю, кислотність, колір, насичення CO₂ в пляшках. Щодо кожного сорту даємо якісне посвідчення і дозвіл, і лише тоді відділ збуту відправляє його в торгові точки, – розповідає **хімік лабораторії Оксана ШОСТАК**.

– Приємно зазначити, що пиво «Рівень» стає все популярнішим серед рівнян і мешканців інших міст України. Нині в асортименті є різноманітні сорти пива, здатні задовольнити смаки навіть найвибагливішого споживача, – стверджує директор пивзаводу «Рівень» Мар'ян Года.

А головний пивовар Пршемисл Брож додає, що успіх – це симбіоз досвіду, стабільності, технологій і постійного вдосконалення:

– Перемога нашого пива – це і досвід, і вдало дібрана сировина, і постійне вдосконалення технологій, контроль якості та стабільність сортів. Також важливу роль відіграє автентична чеська технологія приготування пива.



СЕПАРАЦІЙНИЙ МОДУЛЬ BREW 80:

КОЛИ ЯКІСТЬ НА ПЕРШОМУ МІСЦІ!



Сервісний інженер ДП «Альфа Лаваль Україна» Сергій Грибков, пуско-наладка сепараційного модулю Brew 80

Сепараційний модуль BREW 80 у квітні 2021 року встановили на пивоварні «Дрофа». Представники компанії Alfa Laval запитали у пивоварів, що ж вплинуло на їхнє рішення придбати BREW 80.

– Передусім, швидкість освітлення, адже під дією гравітації осадження дріжджів і суспензій може тривати більше одного тижня, а під час використання сепаратора – близько 4 годин. Також важлива стабільність освітлення, адже при сепарації весь обсяг пива освітлюється рівномірно, залишається мінімальна кількість дріжджових клітин. Пиво, освітлене на сепараторі, має чисті органолептичні показники, – зазначають пивовари. – За допомогою сепаратора BREW 80 нам вдалося вирішити такі завдання, як швидке та стабільне освітлення. Також ми змогли полегшити подальшу фільтрацію на кізельгуровому фільтрі та зберегти обсяг конусу в ЦКТ, а не зливати як дріжджову масу в стічні води.

BREW 80 розроблений та оптимізований для фільтрації молодого пива задля досягнення найкращої якості очищення. За допомогою сепаратора відбувається попереднє очищення пива та його полірування.

Про компанію «Дрофа»

Херсонська регіональна броварня розпочала роботу в серпні 2019 року і ставить собі за мету створити для споживачів високоякісний місцевий продукт за конкурентною ціною. Пиво вариться виключно з натуральних компонентів за оригінальною рецептурою. Пивоварня планує освоїти різні стилі пивоваріння, але основним напрямком буде світле пиво лагерного типу, яке відображає смаки та характер південного краю. Пиво броварні «Дрофа» виключно «живе», його можна спробувати в первинному нефільтрованому виді, а також у прозорому вже після фільтрації.

«Час від розливу на броварні до постачання на кран – мінімальний! Тому ми кажемо, що наше пиво це – свіжість південного краю», – зазначають у компанії.





Марина СТЕПАНЮК

Важлива перевага крафтового пивоваріння полягає в тому, що кожна броварня у процесі розвитку проходить особливий шлях, створюючи при цьому неповторні продукти. У підсумку ж у «виграші» залишаються всі – і пивовари, котрі мають змогу експериментувати та зростати професійно, і споживачі, які отримують ексклюзивне пиво. Чудовий майданчик для становлення, розвитку та подальшої плідної праці багатьох талановитих пивоварів нині – це броварні групи компаній AltBier. Пишатися тамтешнім майстрам є чим: зараз в інтелектуальній скарбниці підприємства – близько 80 сортів пива, авторства як чеських, так і місцевих броварів. Коли маєш таку вагому базу, важливо постійно втримувати найвищий еталон якості продукції, вважає генеральний директор ГК AltBier Сергій КОВАЛЕНКО. Проте й творити броварі AltBier не припиняють.

КРАФТОТВОРІННЯ ПО-УКРАЇНСЬКИ **ЯКІСТЬ, ТВОРЧІСТЬ І КОНТРОЛЬ –** ТАКИМИ Є **СКЛADOVІ** СТАБІЛЬНОГО **УСПІХУ** СІМ'Ї РЕСТОРАНІВ **ALTBIER**

Недавній Дегустаційний конкурс East European Beer Award-2021 підтвердив, що пивовари AltBier Brewery не лише ставлять амбітні цілі, а й упевнено їх досягають. До скарбниці компанії додалися аж вісім нагород, а також численні дипломи фіналістів за найкраще пиво в категоріях. Почесна відзнака Гран-прі, отримана за результатами пивного змагання, стимулює пивоварів до майбутніх перемог. Нещодавно журналісти видання BEER. Technologies&Innovations побували в гостях на підприємствах групи компаній AltBier.

| Різні стилі – різний смак

– «Мої» сорти пива – неначе діти: усіх їх любиш однаково, й виокремити якийсь один важко, – зазначає **головний пивовар AltBier Brewery Тетяна ВОЛИНЬСКА**, демонструючи потужності пивоварні.

Нині на великій броварні варять сім «основних» сортів пива, а згодом планують поповнити асортимент цієї категорії ще трьома сортами, що мають досить великий попит. Загалом на великій броварні, де встановлено 25 шеститонних ЦКТ, виготовляють понад 200 тонн готової продукції щомісяця.

– У харківському ресторані-пивоварні, розташованому на Сумському ринку, на мініпивоварні варять крафтові й експериментальні сорти, терміни виготовлення пива ще більші – від 60 днів, а деякі сорти – понад 6 місяців. Там використовуємо менші ЦКТ – на 2 тонни. Регулярно вносимо певні зміни до розподілу сортового різноманіття: що більшим є попит на певний сорт пива, то більше шансів, що варитимемо його на великій броварні. Так, реалізація трьох сортів наразі виросла, тому й збільшуємо їхні обсяги. Загалом зараз виготовляємо близько 30 сортів пива, постійно ж варимо до 25 сортів. Хоч зазвичай їхня кількість зростає під кінець сезону, – розповідає Тетяна Волинська.

На пивоварнях AltBier Brewery працюють у трьох різних стилях пивоваріння: українському, німецькому та чеському. І кожен з них має свої особливості. Німецький передбачає настоювальний спосіб затирання та засто-



сування – інфузію, чеський – одно- або багатократну відварку. У кожного способу затирання свої плюси та мінуси. Український крафт представлений кращими сортами від броваря Віктора Ващука та пивоварів Czech BrewMasters s.r.c, головна риса яких – неповторність і яскравий смак, що гармонійно поєднує кращі технологічні рішення обох європейських стилів. Беззаперечна перевага фахівців AltBier Brewery – їхнє вміння працювати по-різному залежно від сорту та смаку пива.

Технологія виробництва вельми складна, з поширеною практикою застосування ручної праці. Наразі на пивоварнях працюють з напівавтоматичним обладнанням. Однак зі зростанням обсягів виробництва там матимуть технічну можливість перейти на повністю автоматичний процес.

– Тоді пивовару залишиться тільки керувати процесом на екрані, а автоматика повністю забезпечить почергове виконання всіх завдань. Поки ж працюємо на системі пів автомата. У кожній ємності передбачене власне керування. Також є можливість керувати парком ЦКТ. Тобто фахівець під час роботи може відстежувати найважливіші показники, прописувати рецепти на кожне устаткування. Намагаємося йти в ногу з часом, тож нові ЦКТ, які згодом встановимо, матимуть поліпшену систему охолодження, – розповідає пивовар.

Основну частину обладнання AltBier Brewery свого часу спроектували та виготовили підприємство Czech BrewMasters s.r.c і харківська компанія «Проммонтаж-04». Парк для варки пива складається з п'яти ємностей: заторного котла, фільтр-чана, котла для сусловаріння, вірпула вгорі та суслозбірника внизу. Технологія передбачає безперервність процесу: як тільки звільняється одна ємність, у неї можна завантажувати сировину для наступної варки. Загалом обладнання розраховане принаймні на сім завершених варок на добу. Проте, працюючи за чеською технологією, пивовари можуть розпочинати нову варку кожних 2-3 години.





Встановлений на виробництві й сепаратор, з допомогою якого відфільтровується лівова частка дріжджів. При цьому смак нефільтрованого пива повністю залишається, проте воно стає стабільнішим, а у пляшках вже немає дріжджового осаду, який іноді насторожує покупців. До того ж процес сепарації допомагає збільшити термін зберігання нефільтрованого пива. Якщо раніше світлий лагер за температури до 20 °C зберігався близько трьох тижнів, то завдяки застосуванню сепарації цей термін зріс до двох місяців.

До слова, цього року в AltBier Brewery мають намір розширити виробництво. Зокрема, на пивоварні збільшують кількість ЦКТ: нове обладнання замовили також в української компанії «ІНТЕР БІР ТРЕЙД».

Сучасне обладнання та бездоганні складники

На підприємстві встановлено дві лінії розливу пива – до пляшок та до кегів. Крафтові сорти пива розливають у пляшки місткістю 0,33 л, а традиційні сорти для марке-

тів – у пластикові пляшки.

– Використовуємо одноразову тару, яка перед розливом проходить весь технологічний процес. Спочатку пляшка етикетується, потім споліскується. Далі – вакуумування, насичення вуглекислотою і, врешті, розлив пива. Після цього у пляшці стабілізується тиск і відбувається її закоркування. Далі їх упаковують до коробок, котрі «вирушають» на зберігання до спеціальної холодної кімнати, – розповідає Тетяна Волинська.

Обладнання для мийки та розливу кегів – так званий кегбой – на замовлення AltBier Brewery виготовили фахівці з дніпровської компанії VRS Group. Процеси на цьому устаткуванні проходять доволі швидко: протягом 3 хвилин відбувається миття кег, ще 2 хвилини триває розлив.

Пивовари AltBier Brewery цілком слушно вважають, що якісне пиво можна зварити тільки з бездоганих складників. Тому до їхнього вибору ставляться з особливою ретельністю. Один з головних «пунктів» пивоваріння – підбір дріжджів, від яких залежить подальша варка. За період роботи броварі переконалися у високій якості дріжджів від компанії Fermentis. Використовують й продукцію компанії Lallemend.

Не поступається у якості й солод від німецького виробника Weyermann. На крафтовій броварні застосовують також солод від компаній BestMalz і Viking. Натомість хміль закуповують і українського, і закордонного виробництва, працюючи з компаніями «Юнітек» і «Солод Україна». Утім, спроб та експериментів пивовари також не цураються, застосовуючи нові експериментальні сорти хмелю з США та Нової Зеландії. Тому у перспективі можна очікувати на ще оригінальніші новинки від AltBier Brewery.





Anton Paar

Authorized Distributor



Craft 2 Craft

НЕЗАЛЕЖНІСТЬ КРАФТОВОЇ БРОВАРНІ НАБІР CRAFT2CRAFT

- Рішення для всіх етапів виробництва: від контролю екстракту та ферментації – до вмісту алкоголю в кінцевому продукті
- Вимірювання CO_2 та O_2 для сталого смаку та оптимального терміну зберігання
- Достовірні та точні результати
- Індивідуальні комплектації відповідно до Ваших потреб



Зв'яжіться з нами: dlu.com.ua



Якість і творчість – запорука успіху

Якість продукту на всіх етапах його виробництва контролюється у власній виробничій лабораторії, яку на пивоварні планують і надалі розвивати та поповнювати сучасним обладнанням.

Сировину для пивоваріння контролюють на усіх стадіях, визначаючи не лише її відповідність сертифікатам якості, а й низку інших показників.

Велику кількість аналізів проводять і під час пивоваріння. Як розповідають фахівці, у процесі виробництва пивне сусло контролюється як перший «напівфабрикат». Згодом, під час процесу бродіння, проводиться аналіз «роботи» дріжджів. Наступні проби знімають на час доброджування, перед сепаруванням і з готової партії безпосередньо перед розливом. Уже після розливу відбираються проби на стійкість, аналіз кінцевих показників. Паралельно відбувається контроль якості миття кегів і скла.

У лабораторії встановлене обладнання для мікроскопії від італійських виробників, придбане в компанії «Оптика». Мікроскопічна перевірка важлива, передусім, для контролю якості дріжджів, зазначають лаборанти.

Натомість у термашафі перевіряється мікробіологічна стійкість пива, яку визначають у певних температурних умовах, а також проводяться інші аналізи, що потребують постійної та стабільної температури.

– Без виробничої лабораторії на виробництві не обійтися. Яким би досвідченим не був пивовар, перевірки все одно потрібні. Ми прискіпливо дотримуємося технології виробництва. Тому згодом розширюватимемо лабораторію. От нещодавно тестували обладнання від «Донау Лаб Україна», яке маємо намір невдовзі придбати, – зазначає Тетяна Волинська.

Нині на AltBier Brewery планують розширити

продажі у роздріб. Цьогоріч у планах – реалізувати протягом сезону у власній мережі близько 300 тонн продукції. Як зазначає генеральний директор групи компаній AltBier Сергій Коваленко, загалом цього сезону діятиме близько 70 магазинів власної мережі. Тому основне завдання нині – навчитися керувати великою мережею роздрібною торгівлі, щоб через рік наростити потужність виробництва до 400-500 тонн.

– Вважаю, що близько 80% сортів повинні бути комерційними, натомість 20% – це ті шедеври, які дають змогу утримувати високий рівень пивоварні. Під час створення цих сортів не потрібно враховувати собівартість – лише у такому разі можна буде отримати шедевр. Адже пивовар – як художник, і йому потрібно давати змогу творити. Техніка ж має полегшити його працю і зробити її стабільнішою, – вважає Сергій Коваленко.

Важливе правило, яким керуються на AltBier Brewery, – максимально підтримувати вітчизняне виробництво та залишати гроші в країні за будь-якої можливості. Адже наразі чимало виробників обладнання навчилися виготовляти продукцію, яка не поступається якостю закордонним зразкам. Власне, цей принцип стосується і фахівців: свого часу для підготовки пивоварів на базі рідного для Сергія Коваленко Харківського політехнічного університету було запрошено чеських спеціалістів та Віктора Ващука. Сьогодні броварі AltBier Brewery досягли неймовірної майстерності.

– Ми запрошуємо до нас крейзі-броварів для створення ексклюзивних сортів, фахівців найвищої проби, які продовжуватимуть творити в нашій команді смачне, корисне та високоякісне пиво, – наголошує Сергій Коваленко.

AltBier Brewery також пропонує контрактне виробництво пива на своїх потужностях.

НЕЩОДАВНО НА ALTBIER
BREWERY ПРЕЗЕНТУВАЛИ
ЩЕ ТРИ НОВИХ СОРТИ
ПИВА – NEW ENGLAND IPA,
BLACK IPA ТА BALTI KETT
(БАЛТІЙСЬКИЙ ПОРТЕР) .



НАЙКРАЩЕ ОБЛАДНАННЯ ДЛЯ ВАШОЇ ПИВОВАРНІ!

Це все продукція
ТОВ «ПРОММОНТАЖ - 04»

ГАРАНТІЯ - 10 РОКІВ

м.Харків, вул. Г. Рудика, 8

+38 067 578 13 24

info@prommontag.com

prommontag.com



ЗАСТОСУВАННЯ ANGEL BF16 У ПРИГОТУВАННІ ЛАГЕРІВ



Гуан СІНЬ

**ЛЮБИТЕЛІ ПИВА:
ВІД АВСТРІЙСЬКИХ ЧЕНЦІВ –
ДО АМЕРИКАНСЬКИХ ПИВОВАРІВ**

Приготування пива залежить не тільки від хороших інгредієнтів, а й від правильних пивних дріжджів. Проте для приготування чистих і освіжаючих лагерів пивних дріжджів потрібно зовсім небагато, при цьому вони потребують прохолодної температури, оскільки виробляють менше ефірів з вищою флокуляцією. У статті ми поговоримо про лагерні дріжджі та дамо декілька порад щодо того, як зварити хороші лагери за допомогою Angel BF16.

Тисячі років тому мешканці Месопотамії мало знали про дріжджі в рослинах і на землі. Вони почали варити пиво, виготовляти вино і навіть пекти хліб, але при цьому вірили, що це сила «Бога». Можливо, таким було походження пивних дріжджів (*S. cerevisiae*), які пізніше стали називати елевими дріжджами.

Створення лагерних дріжджів (*S. pastorianus*) пов'язують з баварцями в XV столітті, коли вони помітили, що пиво, яке зберігається в печерах взимку, продовжує бродити. В результаті вони зварили нове пиво з чистою консистенцією, яке назвали лагерним через особливий процес приготування лагера. Пізніше «секрет» того, як лагери варили в сусідній Богемії, широко поширився світом, особливо з допомогою сучасних технологій охолодження.

Зараз лагери становлять понад 94% ринку пива як найбільш поширений вид пива. До них, зокрема, належать, пілснер та американське світле пиво.

Багато досліджень показали, що лагерні дріжджі створили як мінімум із двох гібридизацій майже ідентичних штамів *S. eubayanus* з відносно різноманітнішими елевими штамми *S. cerevisiae*. Хоча ці гібриди з самого початку були різними, під час одомашнення вони також змінилися в деяких аспектах.

Після тисячолітньої еволюції лагерні дріжджі здатні добре бродити в більш прохолодному середовищі, а також мають інші еволюційні траєкторії.

Characteristics	Lager yeast	Ale yeast (<i>S. cerevisiae</i>)
Appearance	cell	ovoid, scattered
	fermentation	circular, gathering
	agglutinate down to bottom	suspended in the wort, up to level
Utilization of sugar	bud cells branch	regular, easy to form clusters
	irregular, easy separation	able, partly
Growth	raffinose	able, totally
	melibiose	able
	unable	unable
Metabolism	At 37°C	unable
	able	able
	spores formed	difficult
Metabolism	hydrogen sulfide and methyl mercaptan	high
	low	low
	respiratory activity	low
	high	high
	glyceraldehyde	able
	unable	unable
	alcohol	unable
	able	able

З розвитком дріжджової промисловості все більше і більше штамів лагерних дріжджів можна перетворити в активні сухі дріжджі для пивоваріння. Angel BF16 – один із типових комерційних продуктів. Це натуральний штам, який не містить ГМО. Його можна використовувати на крафтових і невеликих пивоварнях.



Швидкий початок бродиння підтверджений багатьма перевітками з високою флокуляцією. BF16 може використовувати глюкозу, фруктозу, сахарозу, мальтозу та частини мальтотріози, але не олігосахариди, зокрема ізомальтозу, пентозу тощо. Залежно від компонентів сусла AFD становить від 80 до 91%, а RFD – від 65 до 75%.

СУХІ ПИВНІ ДРІЖДІ



LLC «FARM-CONTACT»

09100, Kyiv region, Bila Tserkva, Akademichny lane, 3, office 107

+38 096 884 72 18, +38 050 418 85 81

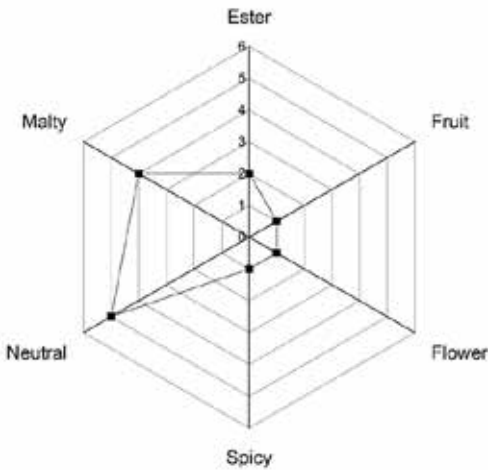
www.farm-kontakt.prom.ua | llcfarmcontact@gmail.com

BF16 – відмінні лагерні дріжджі, які допомагають виробляти високоякісне пиво. Дріжджі мають вишуканий аромат із легким відтінком солоду і трохи неприємним запахом за умови правильного використання. Такі властивості допомагають отримати освіжаючий смак пива та його яскраве забарвлення.

Ми внесли 1 г/л BF16 в сусло (OG 1,06), ферментували за температури 12 °C, яку потім збільшили до 14 °C, щоб зменшити діацетил. Після цього ми зберігали його за температури 0 °C упродовж 48 годин. У результаті отримали хороший лагер з ідеальним ефіром си-вуші 4,13.

Parameter	Ester	Ethyl Ester	Total fusels	Volatiles	F/E Ratio
Value	45mg/l	1290ppb	186mg/l	232mg/l	4.13

Різноаспектна оцінка смаку BF16 представлена нижче. Загалом ми пропонуємо використовувати BF16 для варіння американських лагерів, пілснерів тощо.



Пивовари можуть протестувати ці дріжджі, використавши рецепт на 500 літрів.

1. ІНГРЕДІЄНТИ

	Style	Usage
Malt	pilsner malt	100 kg
	wheat malt	25 kg
Hops	sazz	400 g
Yeast	BF16	500 g
Water	saccharifying	460 L
	washing	220 L

2. ОЦУКРЕННЯ

	Temperature	Time
Steps 1	66°C	80 min
Steps 2	78°C	10 min

3. ВАРІННЯ Й ОХМЕЛЕННЯ

- Кип'ятіння впродовж 70 хвилин повністю.
- Сазз (3,86%) 100 г за 65 хв.
- Сазз (3,86%) 100 г за 30 хв.
- Сазз (3,86%) 200 г впродовж 0 хв.
- Циклотронне осадження – 15 хв, витримка – 15 хв.

4. БРОДІННЯ

Після наповнення суслу киснем упродовж 10 хвилин ми внесли 1 г/л BF16 в сусло, ферментоване при 12 °C, а потім температуру змінили до 14 °C, щоб зменшити діацетил за допомогою преса з 0,2~0,25 МПа.

Потім сусло зберігали при 0~-1 °C упродовж трьох днів. Для продажу пива температуру змінюють до 2 °C.



5. УПРАВЛІННЯ ДРІЖДЖАМИ

Дріжджі з суслу краще видаляти один раз у день, щоб тіло залишалося чистим, яскравим і освіжаючим.

ПРО ПІДРОЗДІЛ ДИСТИЛЬОВАНИХ СПИРТІВ І БІОПАЛИВА

Angel може надати пивоварні дріжджі, інгредієнти та супутні технічні послуги для виробництва вина, пива й інших пивоварних напоїв. Усі наші продукти натуральні, безпечні та якісні. Оскільки в усьому світі нині спостерігаємо дефіцит енергії, виробництво паливного етанолу шляхом дріжджового бродіння стало неминучою тенденцією.

ПРО ANGEL

Angel Yeast Company – це високотехнологічна компанія, зареєстрована на біржі, що спеціалізується на дріжджах і біотехнологіях. Продуктовий бізнес охоплює галузь дріжджів і випічки, дріжджового екстракту та закусок, харчування та здоров'я, а також біотехнології. Це одна з провідних світових компаній у дріжджовій промисловості. Angel має 12 дочірніх холдингових компаній і надає продукти та послуги більш ніж у 150 країнах і регіонах.



Guangxin liu,
старший технічний
інженер
Angel Distilled Spirits
and Biofuels Division

БАНКА: НОВИЙ ТРЕНД vs ВИКЛИКИ

Якщо декілька років тому крафтовий пивний ринок найбільше потребував поліпшення якості продукції, про що свідчили результати Дегустаційних конкурсів East European Beer Award, то сьогодні чи не найактуальніше питання – це успішні продажі. Пивоварні прагнуть не тільки покращити якість пива, але й належним чином подати свій продукт. Відтак вдаються до різних експериментів, один з яких – розлив пива у банку.

Утім, донедавна увияти собі пиво від невеликої пивоварні в алюмінієвій банці в Україні було досить складно. Лінії розливу коштували дуже дорого, а виробники тари продавали її тільки мільйонними тиражами. Сьогодні ж і великі, і малі виробники пива встановлюють лінії розливу та поступово запроваджують розлив у банку. Журналісти видання Beer Technologies&Innovations поспілкувалися з пивоварами й виробниками обладнання та дізналися про основні переваги і недоліки розливу в банку.

| Трохи історії

Банка – не новинка, їй уже майже сотня років. Як вказано у Вікіпедії, вперше пиво розлили в банку у 1935 році. 4 січня у світі відзначають День пивної банки, адже саме цього дня у продаж вперше надійшло пиво в такій тарі, це були Krueger's Finest Beer і Krueger's Cream Ale. А вже влітку того ж року пивоварня Pabst почала продавати своє пиво в цій тарі по всій країні. Перші пивні банки були мало схожі на сучасні, адже важили більше 100 грамів, а щоб їх відкрити, був потрібен спеціальний ніж.

Першою крафтовою пивоварнею, яка повністю перейшла на розлив у банку, стала американська Oskar Blues, яка з 2002 року розливає пиво тільки в банки. Популярності розливу в банки посприяло те, що в 1999 році канадська Cask Brewing Systems випустила на ринок невелику і недорого машину для ручного розливу в таку тару. Нині на ринку пивних банок постійно з'являються нові інноваційні рішення.

| Чому ж банка?..

Броварні, запроваджуючи розлив у банку, акцентують на трьох важливих «китах». По-перше, це збереження якості продукту, адже пиво в банці повільніше «деградує», тут фактично відсутній контакт з киснем і сонячними променями, тому напій стовідсотково дійде до споживача в тому вигляді, у якому його задумав пивовар. По-друге, логістика – скласти й перемішувати банки набагато простіше й дешевше порівняно з пляшкою. І, по-третє, стійкість продукту – термін придатності пива в банці зазвичай довший, ніж у скляній пляшці, бо продукт краще зберігає свої споживчі характеристики.

– Ринок щодня стає активнішим щодо продуктів у металевій банці, тож ця тенденція користуватиметься попитом. Урізноманітнення пакування продукту дозволяє поставляти його в різні куточки світу та догодити найвибагливішому споживачеві. Ми радіємо з того, що зробили такий сміливий крок для лінійки пива TM MIKKI BREW, – розповідає керів-

ник пивоварні «Волинський бровар» з Рівненщини Микола ІВАЩИШИН. – Також банка – це велика площа для реклами, вона уособлює в собі зручний та сучасний стиль подачі продукту. Збільшення пропозицій на ринку крафтового пива завдяки його подачі в банці призводить до зростання інтересу до броварні, що забезпечує збільшення продажів. Ця виграшна позиція нас явно виділяє серед наших колег-пивоварів.

Головний пивовар столичної пивоварні Varvar Антон ПАЛАМАРЧУК додає:

– Нині попит на банку підштовхує виробників звертатися до цього формату тари, адже з кожним роком тенденція на купівлю такої продукції зростає. Банка – це зручно та компактно, оскільки вона легша, в ній порівняно з пляшкою швидше охолоджується продукт. Також цю тару можна відправити на переробку. Все це позитивно впливає на логістику та економіку.

З огляду на економіку

Нині на ринку виділяють два сегменти: перший – це пиво в кегах, яке продається через HoReCa та точки розливного пива, він зазвичай досить поширений серед крафтовиків. Другий сегмент – пиво в пляшці або ж банці, яке продається через ритейл або на пряму. У цих двох сегментів абсолютно різна економіка, різні способи продажу, різна логістика й різні споживачі, навіть якщо це один і



той же сорт пива від однієї пивоварні. Безпосередньо порівнювати їх буде некоректно. Проте, якщо порівняти палети з пляшковим і баночним пивом, то друга буде значно легшою, відповідно, й вартість відправки буде дешевшою. За словами пивоварів, пиво в банці має меншу вагу та дозволяє зекономити на логістиці: і місця менше займає, і важить менше.

– Ціна на порожню банку та пляшку знаходиться в одному діапазоні, але з огляду на логістику, банка легша і компактніша, – коментує головний пивовар пивоварні Varvar Антон Паламарчук.

Старший менеджер з пивовиробництва, енергетики й інновацій Carlsberg Ukraine Юрій ГУК додає:

– З економічного погляду, як уже зазначалося, банка ефективна у транспортуванні через її невелику вагу. Та якщо вартість скла більшою мірою залежить від світової вартості енергоресурсів, то вартість банки залежить ще й від вартості алюмінію.

А як щодо ліній розливу?

Відповідно до об'ємів виробництва та наявного попиту на товар, пивовари використовують різні види ліній розливу. Хтось купує та встановлює власну, інші користуються мобільним розливом, а треті мають великі індустріальні установки.

– Це задоволення не з дешевих, ціни подекуди космічні, у межах 500 тисяч євро і вище. Наприклад, наша Canvasa Leibinger – дуже компактна та функціональна. Це напівавтоматична лінія розливу, подача та забір банки на ній проводиться вручну. Наповнюються банки двома наливними головками, після чого відбувається піноутворення каплею води для виштовхування O_2 . Закатка проходить автоматично. Максимальна продуктивність становить 1000 бан/год., – розповідає головний пивовар пивоварні Varvar Антон Паламарчук.



Крафтові пивоварні вдаються також до використання мобільної лінії розливу, адже це економічніше та дозволяє спочатку протестувати такий формат пакування, щоб зрозуміти, чи варто розширювати «під банку» власний асортимент. Серед пивоварень, які вже спробували такий формат розливу, – «Південна Степова Броварня «Дрофа» (Херсон), Театр пива «Правда» (Львів), ТМ «Файне» (Львів), Remeslo brewery (Одеса), «Гойра» (Чернівці), Underwood brewery (Київ), Норру Ног (Одеса) та ін.

– Ми розливаємо в банку, оскільки це зараз тренд. Наші друзі та партнери, фірма «Спробуй», надали нам вдалі умови співпраці: вони приїжджають зі своєю лінією до нас і розливають одразу 10 тисяч банок різних сортів пива. Нам зручно, ми підганяємо під це свої варки, щоб за один раз розлити багато пива та потім кілька місяців ним у банці торгувати. Питання лишень у термінах зберігання: споживачі нас часто запитують з приводу термінів зберігання крафтового пива, оскільки вони досі вважають, що живе пиво – це те, яке помре за сім днів. Ми намагаємося довести, що ні. Навіть легенький бланш або віт має тривалий термін зберігання – декілька місяців. Минулого разу в банку ми розлили відразу сім сортів і намагаємося продавати пиво самі та через дистрибуторську мережу «Спробуй», яка взялася бути нашими провідниками у супермар-



кети, – розповідає засновниця і головний пивовар Норру Ног Олена СИМОНЕНКО.

Великим компаніям – велике обладнання

Carlsberg Ukraine використовує для розливу в банку велике індустріальне устаткування.

– У пивоварній галузі здебіль-

шого представлені швидкісні лінії розливу з потужністю в межах від 20 до 100 тис. одиниць на годину. Звичайно, такі лінії обладнані сучасним обладнанням з мийки, інспектування банки та готової продукції, а також швидкісними закупорювальними й етикетувальними машинами. Особливості такого обладнання порівняно з суміжними галузями, крім швидкості розливу, полягають також у тому, що пиво – це продукт, який містить вуглекислий газ, тому налив відбувається під тиском і за низької

МЕДІАГРУПА «ТЕХНОЛОГІЇ ТА ІННОВАЦІЇ» ОГОЛОШУЄ:

передплатну кампанію 2021

Журнал присвячений сучасним технологіям виробництва пива й висвітленню передового досвіду в пивоварінні. Особливий акцент – на крафтовому пивоварінні та діяльності малих пивоварень.

Вартість передплати – 450 грн на рік

Електронна передплата – 300 грн на рік

Статус передплатника гарантує пільгові умови участі в конференціях і форумах видавництва «Технології та Інновації» –

знижка 10%

Оформіть передплату за тел. +38 0362 60 88 21, +38 097 968 95 16, +38 096 491 66 92, +38 097 174 92 69, +38068 568 66 58.

Виходить 4 рази на рік (спарені номери)

BEER TECHNOLOGIES

Або надішліть заявку: sad.nti@ukr.net, nti.beer@gmail.com



температури (від 4 до 14°C). З погляду забезпечення якості у процесі наливу продукту, необхідно зазначити необхідність додаткової підготовки перед безпосереднім потраплянням пива у банку, а саме витіснення кисню з пляшки методами вакуумування та промивання вуглекислотою, – коментує старший менеджер з пивовиробництва, енергетики та інновацій Carlsberg Ukraine Юрій Гук.

Каменем спотикання для пивоварень, які хочуть запровадити розлив у банку, зазвичай стає висока ціна обладнання. Сама лінія залежно від цілей та обсягів пивоварні може коштувати від 50 до 150 тисяч доларів. Також потрібно враховувати, що до лінії потрібно докупити ще кілька модулів: компресор, депалетайзер, палетайзери, чеквейєр, пакувальні поверхні, етикетувальники тощо.

– Потрібно заздалегідь закупувати алюмінієву банку. Також необхідно передбачити місце для зберігання та розливу на вашій пивоварні. У нашому випадку потрібен ще власний транспорт, щоб машина розливу зберігалася відповідно до норм безпеки харчової продукції. Також треба навчити персонал як самому процесу розливу, так і ремонту техніки, мати запас оборотних коштів і запчастин, деякі з яких можуть виготовлятися та поставлятися до пів року. Підсумкова вартість такого проєкту буде не менше пів мільйона доларів. Можна спробувати запуснутися дешевше, заощадивши на чомусь, і... потім ризикувати підвести своїх парт-

нерів, отримавши поломку і зрив виробничого плану, – говорить **засновник компанії «Так, ми розливаємо»/«Спробуй» Ілля СКАЧИДУБ.**

Ілля Скачидуб також акцентує, що, за їхніми розрахунками та враховуючи наявну цінову політику, для пивоварні, яка має місячний обсяг виробництва до 30 тонн (або планує розливати в банку не більше 30 тонн у місяць) вигідніше використовувати сервіс мобільного розливу, ніж інвестувати у власну лінію розливу:

– Це, власне, і доводить ринок мобільного розливу в США, Канаді, Великобританії та Скандинавії.

Інвестиції в розширення парку ЦКТ дають пивоварні значно більший фінансовий ефект і швидшу окупність, ніж інвестиції в розливну лінію. Якщо ви не можете відразу завантажити лінію на понад 80% від її продуктивності, використовуйте мобільний розлив, це більш рентабельно.

Якщо ж говорити про більші обсяги виробництва, то можна й задуматися про придбання власної лінії. За словами **генерального директора компанії KHS Олександра ПИСЬМЕННОГО**, таке обладнання – це досить вигідна інвестиція:

– Стосовно обладнання, це когось здивує, але коли ми говоримо про нормальну ефективність індустріальних ліній, то лишень 3% у вартості кінцевого продукту становить вартість обладнання. Такі лінії досить рентабельні, адже їхня виробнича потужність досягає, наприклад, 90 тис. банок/год. Здебільшого такі великі компанії, як наша, орієнтуються на індустріальні обсяги, проте в недалекому майбутньому ми зможемо запропонувати подібне обладнання й крафтовикам. Насправді в нас уже розроблений відповідний проєкт: це баночний блок, який поєднує і розлив, і закупорювання, його легко встановлювати й підключати. Ця розробка зорієнтована на крафт, проте поки що не на український, а на англо-сакський. На жаль, наше крафтове пивоваріння розвивається не настільки динамічно, як європейське.



Сучасне пакування: нові виклики

Один з головних викликів для крафтових пивоварів – це переваги й уподобання споживачів. Чимало споживачів сьогодні позитивно оцінюють новий тренд – пиво в банці. Але є багато таких, хто все ще налаштований скептично. Частково це можна пояснити тим, що багато крафтових брендів уже давно розливають пиво у пляшку, а банка лишень розпочинає свій шлях в крафтовому українському пивоварінні. Журналісти проекту Beer. Technologies&Innovations провели невелике опитування в соціальній мережі Facebook, де запитали, якій саме тарі віддадуть перевагу споживачі. 48% від загального числа респондентів обрали варіант «банка».

Парадоксально, але ще одна складність – це наявність банки як такої. Хоча банка – не найдешевша тара, нерідко трапляється так, що попит перевищує пропозицію, і пивоварам доводиться довго чекати в черзі. В Україні сьогодні є лише одне підприємство, яке виготовляє алюмінієву банку для розливу напоїв, і його потужності щерть завантажені.

– Якщо говорити про недоліки, то один абсолютно зрозумілий, який ми нині спостерігаємо, полягає в тому, що завдяки прискореному зростанню на цьому ринку зараз є конкретний дефіцит банок, – ділиться експерт ринку,

генеральний директор компанії KHS Олександр Письменний. – Також варто пам'ятати, що банка дуже вимоглива до якості напою, і якщо в тару потрапляє неякісний продукт, то виявити це без додаткового спеціального обладнання буває неможливо. А це спричинить величезні збитки для виробника, адже доведеться утилізувати всю партію.

Чи приживеться остаточно як тренд розлив пива в банку і коли це відбудеться, сьогодні говорити складно. Проте, за словами пивоварів, у період локдауну цей вид пакування став особливо популярним, адже банка легша за вагою, ніж скло, тому її комфортніше нести додому з магазину. Зацікавленість споживача також підкріплюється виробництвом ексклюзивних сортів пива виключно в такій тарі та різноманітним асортиментом крафтового, насамперед, імпортного пива, доля якого постійно зростає і теж має тенденцію до розширення сегменту баночної продукції.

Якщо ж говорити про дрібних виробників пива, то для них перехід на банку – це серйозний крок, для здійснення якого потрібно переосмислити (або вперше завести) свою фінансову модель, кардинально змінити графіки виробництва, структуру збуту тощо. Експерти зазначають, що у зв'язку з проблемами в сегменті HoReCa, спричиненими пандемією, наразі пивоварням доводиться так чи інакше переорієнтуватися на рітейл, що й підштовхне їх до використання банки.

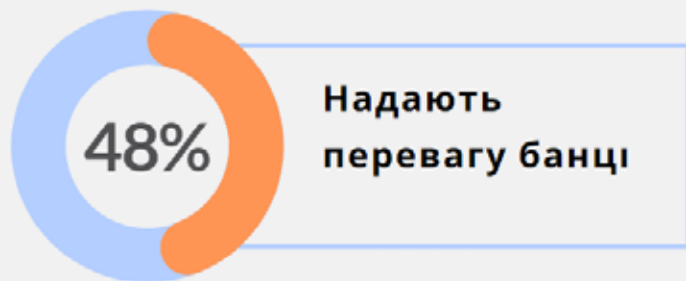


ЛІНІЯ РОЗЛИВУ В БАНКУ Innofill Can C



Потужність: 12 тис б./год.

Банка vs пляшка



Україна, 04073, м. Київ
пров. Куренівський, 12
БЦ "Форум Кінетик", А2, А-502
моб.: +38 067 555 03 09
тел.: +38 044 593 86 16

Ukraine, 04073, Kyiv
Kurenivskiy Lane 12,
BC "Forum Kinetik", A2, A-502
Mob: +38 067 555 03 09
Tel: +38 044 593 86 16



СТВОРЕННЯ ЕКСКЛЮЗИВНОГО ПИВА

*Теан КРЮГЕР, експерт з пивоваріння,
компанія Castle Malting (Бельгія)*

Наразі у світі крафтового пива багато пивоварень використовують добре відомі моделі для реклами своєї продукції. Вони, зокрема, застосовують гучні імена, аби прорекламувати звичайні лагери та світле пиво. Тому я тут, аби розказати вам, що це могло спрацювати в 90-х і на початку 2000-х. Але цей час пройшов, і вам потрібно адаптуватися до ринку, який наразі досить швидко змінюється. І замість того, щоб знову шукати «наступну велику зірку або наступний прорив», як люблять розповідати в університетах викладачі, в плані маркетингу треба йти старими шляхами. Я кажу це тому, що розумію продукт і ставлюся з глибокою любов'ю та прихильністю до всього процесу, в результаті якого створюється холодне рідке золото.

Я прошу вас подивитися на Європу, як це робить багато пивоварів кожного дня. Але при цьому треба подивитися трохи ближче. Я відвідав багато броварень, які простяглися від Бельгії до Франції, від Німеччини до Італії, й найсумніша новина полягає в тому, що ви вже ніколи не спробуєте бодай краплі одного з найкращих справжніх сортів пива, який створило людство. Адже якщо ви не прийдете туди і не сформуєте чергу хоча б з однієї людини, щоб придбати пінту того легендар-

ного пива, то ваші шанси спробувати його мінімальні. Просто ви конкуруєте зі спільнотою, яка пишається тим, що ці пивоварні походять з цих місць, які вони називають домом, і саме тому вони купують пиво з більшою міцністю для тривалого зберігання в погребях перед споживанням (як зберігають хороше вино). Простіше кажучи, це причина того, що багато маленьких скарбів Європи, які розташовані в невеликих містечках, ніколи не побачать іншого берега.

Є чимало гарних прикладів цього. Це, зокрема, найкраще медове пиво у світі сорту Bière de garde, яке виготовляють у броварні Brasserie du Vexin на півночі Франції вже понад 10 років, а також пивоварня Tochter van de Korenaar на півночі Бельгії, її заснував шеф-кухар, який любить місцеві смаки. Це також абатська броварня Abbey du Val Dieu на сході Бельгії, про яку ви, ймовірно, ніколи не чули, але яка варить чорне пиво, що на смак нагадує рідкий фруктовий пиріг. Ще один яскравий приклад – пивоварня Brassez&Vous in Liège з Льєжу, де варять найкращий пілснер, який мені коли-небудь доводилося пробувати (а я, до речі, був у всіх найкращих місцях світу, де наливають пілснер). Цей список можна продовжувати і продовжувати, але ви ніколи не чули про жодну з цих пивоварень, адже всі вони продають своє пиво в радіусі 50 км або менше.

Якщо ви належите до якоїсь спільноти, то, ймовірно, за все, вже є певні речі, які об'єднують вас: спорт, історія, місцева їжа, жива природа, традиції... Але насправді люди зараз розбещені у виборі, бо просто не усвідомлюють цього. Як тільки ви це усвідомите, почніть з земних витоків, а не зі стилю пива чи суддівського змагання. Потрібно буде багато спроб, а ще більше по-

милок, перш ніж ви справді закінчите вдосконалювати одне пиво. Ви – художник, а художник робить дві речі: завжди краде певні ідеї в інших художників і ніколи, ніколи по-справжньому не буває задоволеним тим, що створює. І це не спосіб мислення, який заснований на реальності, а ненажерливе прагнення до досконалості, проте категорично недосяжної.

Давайте розглянемо двофазну систему, яка допоможе максимально наблизитися до бажаного результату.

1. Так ось, європейські пивовари, про яких я згадував раніше, мали дещо спільне. Вони, зокрема, доводили свій продукт до остаточної досконалості. Деякі поради для досягнення цього полягають у тому, що в перших 3-х пивах допускаються великі зміни, після 9 варок – лише невеликі виправлення, наприклад, у хімічному профілі води, а також невеликі зміни в графіку бродіння або затирання.

Також важливо ніколи не питати враження про пиво у своїх родичів і друзів, адже вони упереджено ставляться до вас. Тому критики варто шукати серед тих, хто добре розуміється на пивоварінні, хто знає, про що він говорить – тобто в інших пивоварів чи сомельє.

2. Коли всі ті пивоварні, про які я згадував, запустили своє пиво, вони задіяли багато так званого нетворкінгу. Тому проведення дегустацій у вашому пабі – ідеальний варіант. Це працює неймовірно добре й при цьому опікується першим пунктом, пов'язаним з виготовленням партій, на яких ви намагаєтеся найбільше зосередитися, аби мати в результаті два однаково хороші варіанти. Маючи ці два варіанти, в кінці вечора ви можете побачити, який відвідувачам сподобався найбільше. Приклад, який відразу спадає на думку, – створення пива, яке добре поєднується з певною стравою. Але це не означає, що ви просто зварили пиво та сказали, що його треба споживати разом за стравою, без попереднього тестування. Так ось, можливо, ви знаєте італійську страву сальтімбока? Вона готується з телятини, обмотаної прошутто та шавлією, яку потім маринують у вині, олії чи морській воді залежно від регіону чи власного смаку. До цієї страви найкраще підійде темне пиво, а не світле, адже воно дозволить доповнити насичений характер м'яса, а горіхові або підсмажені елементи можуть підняти всю страву.



БЕЛЬГІЙСЬКИЙ СОЛОД ДЛЯ ОСОБЛИВОГО ПИВА

**Більше 100 типів
базового та
спеціального солоду**



**200+ типів хмелю
та спецій**

**Широкий асортимент
сертифікованого
органічного солоду
і хмелю**



Найкращі традиції якості з 1868 року



☎ 00 32 87 840 290
info@castlemalting.com
www.castlemalting.com/ua





**CASTLE MALTING –
ГОРІХОВО-КОРИЧНЕВИЙ ЕЛЬ**
(ABV 5,5%)

РЕЦЕПТ 10-ГЕКТОЛІТРОВОЇ ПАРТІЇ +
60 ХВИЛИН КИПІННЯ



СОЛОД:

- CHÂTEAU PALE ALE – 180 КГ
 - CHÂTEAU ABBEY 17 КГ
- CHÂTEAU CARA GOLD 11,5 КГ
- CHÂTEAU MELANO 11,5 КГ
- CHÂTEAU BISCUIT 5,5 КГ
- CHÂTEAU CHOCOLAT 5,5 КГ

ХМІЛЬ:

- ЕКГ @ 60 ХВИЛИН 22 IBU
- ЕКГ @ 10 ХВИЛИН 3 IBU

ДРІЖДЖІ:

- FERMENTIS S-04 (СУХИЙ/ФРУКТОВИЙ)
- FERMENTIS S-33 (СОЛОДШИЙ ФІНІШ)

Також ви можете черпати натхнення частково у деяких диких тварин, наприклад, птаха чи лисиці, які примусили вас розробити пиво з їхніми характеристиками. Так, на мою думку, для лисиці підійшов би брют IPA. А чи є щось особливе там, де ви проживаєте, те чим люди пишаться? Я, наприклад, народився і виріс у Південній Африці – в Кейптауні, де розташоване одне з 7 природних чудес світу – Столова гора, культову форму можна розгледіти навіть здалеку через затоку. Ще один варіант – подія в історії, яку всі знають, про яку всі говорять, до якої потрібно наблизитися, коли ви починаєте подорож. Як інший приклад, давайте поглянемо на східну частину Бельгії, яка відома своїми грушевидними садами. Так, ви можете вільно додавати плоди груш та цвіт до свого світлого пива, щоб відобразити весняний смак.



**CASTLE MALTING –
БЕЛЬГІЙСЬКИЙ ТРІПЕЛЬ
ГРУШАМИ ТА РОМАШКОЮ** (ABV 9%)

РЕЦЕПТ 10-ГЕКТОЛІТРОВОЇ ПОРЦІЇ + 90 ХВИЛИН КИПІННЯ
СОЛОД:

- CHÂTEAU PILSEN 250 КГ
- CHÂTEAU AROME 10 КГ.

ЦУКОР:

- ІНВЕРТНИЙ СИРОП 20 КГ

ХМІЛЬ:

- PERLE @ 60 ХВИЛИН 30 IBU

ФРУКТИ Й ІНШЕ:

- КВІТИ РОМАШКИ – 500 Г, 20 ХВИЛИН
- АПЕЛЬСИНОВА ШКІРКА (ГІРКА) – 1,2 КГ, 5 ХВИЛИН
 - ПЮРЕ З ГРУШІ

(ВТОРИННЕ ВРОДІННЯ) – 200 КГ

ДРІЖДЖІ:

- FERMENTIS BE-134

Суть усіх цих зусиль полягає в тому, щоб продати пиво в спосіб, який найбільше задовольняє пивовара. І починати треба з людей, для яких це пиво виготовили. Пиво – це своєрідний продукт, адже незважаючи на те, що це споживчий товар, який швидко продається, йому при цьому притаманно багато індивідуальності та символізму. Тому перетворюючи маркетинг на якусь хитру справу, ви все одно просто намагаєтеся продати його (можете не вірити мені, але подивіться на маркетингові кампанії великих броварень через кілька десятиліть після Другої світової війни). Якщо робити все так, як я описав, це стане найбезпечнішим способом досягнути тривалого успіху шляхом цілісного підходу до маркетингу та виробництва пива.

Я знаю, що це грандіозне завдання, яке я поставив перед вами, але це справді єдиний шлях потрапити на сторінки історії, який можна записати як пораду щодо продажу пива та досягнення успіху протягом усього життя багатьох поколінь пивоварів, які прийдуть після вас. І ви знаєте, що це правда, що це єдиний спосіб ефективної реалізації товару. І ви будете розчаровані, злі та хотітимете знати, як можна зробити ще краще. Вам буде здаватися, що цього всього занадто багато, щоб впоратися, вам захочеться все кинути, тому що ви відчуєте, що ви втрачаєте розум, але ПРОДОВЖУЙТЕ! Ви перебуваєте на шляху до великої справи!

Обладнання для аналізу пива, сусла, солоду



Елементний аналізатор Thermo Scientific FlashSmart визначає вміст загального азоту й білка в ячмені, солоді, суслі та пиві, а також вміст сірки в солоді та пиві. Основа роботи приладу - модифікований метод спалювання (Дюма), який відповідає вимогам офіційних методів аналізу в галузі пивоваріння, у т.ч. Американського товариства хіміків-пивоварів.



Автоматизований дискретний фотометричний аналізатор Gallery Plus Beermaster дозволяє аналізувати до 350 зразків на годину, контролює рівень гіркоти в суслі та пиві в діапазоні 5-100 IBU, а також визначає наступні показники в солоді, суслі й пиві:

Аналізатор Gallery використовується для контролю якості води відповідно до ДСТУ ISO 15923-1:2018 «Якість води. Визначення окремих параме-

трів з використанням систем дискретного аналізу. Частина 1. Вміст амонію, нітрату, нітриту, хлориду, ортофосфату, сульфату та силікату з фотометричним детектуванням» і ISO / TS 15923-2 : 2017 «Якість води. Визначення деяких параметрів шляхом використання систем дискретного аналізу. Частина 2. Хром (IV), фторид, загальна лужність, загальна жорсткість, кальцій, магній, залізо, залізо (II), марганець, алюміній з фотометричним виявленням».

Фур'є-БІЧ аналізатор Antaris з оптоволоконним зондом дозволяє проводити одночасне визначення декількох компонентів без попередньої пробопідготовки. Час одного аналізу складає приблизно 25 с. Використовується для визначення таких показників, як вміст спирту, кольоровість, показник заломлення, питома щільність, дійсний та видимий екстракт пива.



- Ацетальдегід
- Оцтова кислота
- Альфа-аміноазот
- Альфа-амілаза
- Аміак
- Гіркота
- Кальцій
- Лимонна кислота
- Кольоровість
- Етанол
- D-фруктоза
- D-глюкоза
- Сахароза
- Бета-глюкан
- Гліцерин
- Загальне залізо
- D-молочна кислота
- L-молочна кислота
- Магній
- L-яблучна кислота
- Щавелева кислота
- Загальний білок
- SO₂ загальний
- Діастатична сила

INTERTECH Corporation

тел.: +38 (044) 230 23 73 info@intertech-corp.com.ua
 тел.: +38 (050) 347 89 10 info@intertech-ukraine.com
 www.intertech-corp.com.ua

Ексклюзивний представник Thermo Fisher Scientific в Україні надає повний комплекс послуг від поставки і запуску обладнання до навчання співробітників лабораторії, постановки методик відповідно до міжнародних і вітчизняних стандартів, сервісне гарантійне та післягарантійне обслуговування.

НАЗАР ДРЕБОТ, 2085 BREWERY:

«ВІРЮ ЛИШЕ В НАУКОВИЙ ПІДХІД!..»

За першою освітою він фахівець з міжнародних економічних відносин, а за покликанням – пивовар. Свій шлях у закордонному пивоварінні співзасновник пивоварні 2085 Назар ДРЕБОТ розпочав дев'ять років тому. Журналістам Beer. Technologies&Innovations пивовар розповів про те, як йому вдалося реалізувати 8 успішних пивоварних проєктів у різних країнах світу, а також про головний проєкт його життя – пивоварню 2085 brewery.

Beer. Technologies&Innovations:

Розкажіть про Вашу пивну освіту. Де Ви здобували кваліфікацію пивовара?

Назар ДРЕБОТ: Десь із 9 років тому я почав цікавитися пивоварінням. Перечитав тоді всю наявну на той час спеціалізовану літературу. Моя перша освіта – «міжнародні відносини», потім було навчання у бізнес-школі в США. Також у мене був власний бізнес: я займався імпортом і дистрибуцією чеського пива в Україні. Тоді я любив пиво, розумівся в ньому, але не міг його варити. Оскільки українською та російською мовами про пивоваріння, і навіть до сьогодні, літератури небагато, я черпав інформацію з книги Кунце. Тепер я вважаю його старовіром. Так, для свого часу це було досить потужне видання, проте наука давно вже пішла вперед, і нині в цій книзі є ряд суперечливих моментів.

КНИГА «ТЕХНОЛОГІЯ СОЛОДУ ТА ПИВА» ВОЛЬФАНГА КУНЦЕ, ЯКА З'ЯВИЛАСЯ НА СВІТ 1961 РОКУ, ВСЕСВІТНЬО ВІДОМА ЯК «БІБЛІЯ ПИВОВАРІВ». У НІЙ ДЕТАЛЬНО ОПИСАНІ ВСІ ТИПИ СИРОВИНИ ТА ОБЛАДНАННЯ, ЯКІ ВИКОРИСТОВУЮТЬСЯ ДЛЯ ПРИГОТУВАННЯ СОЛОДУ Й ПИВА, МЕТОДИ ОЦІНКИ ЯКОСТІ ГОТОВОГО ПРОДУКТУ, ПИТАННЯ ПІДГОТОВКИ ВОДИ ТА ТАРИ, СПОСОБИ ПІДВИЩЕННЯ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ ПИВОВАРЕНЬ ТОЩО.

На допомогу прийшли різні пивні форуми, завдяки знанню іноземних мов нову інформацію отримувати досить просто. До того ж моя бабуся викладала хімію та біологію, і я добре знав ці предмети ще з шкільних часів. Це справді було самонавчання.

Перший практичний досвід я перейняв у чехів, мене мінімально ввели в тему. Але згодом я зрозумів, що мені потрібно багато суто теоретичних знань, зокрема



розуміння хімічних, фізичних процесів і мікробіології пива. Отож, отримавши від чехів базові знання, я вирішив необхідну інформацію здобути в тій країні, де найбільше розвивається пивоваріння.

Від опанування пивоварного ремесла – до першого американського проєкту

Beer. T&I: Ви справді вирушили в іншу країну, щоб навчитися варити пиво?

Н.Д.: Після того, як я почав добре розбиратися в чеському та бельгійському пиві, я скуштував американськi зразки, зокрема свої перші IPA, і зрозумів: вони настільки цікаві, що у мене просто трапився вибух емоцій у голові! Такого пива ще не було в Україні, ніхто його ще не куштував. Воно було дуже гірке й ароматне – як цілий новий світ. Я б усе віддав за те, щоб знову відчувати себе в тій самій шкірі, щоб знову пережити, як уперше, цей весь шквал емоцій. Після цього я відразу переїхав в Штати і потрапив на роботу в одну пивоварню в Нью-Йорку. Фактично, поставив хрест на минулому житті та все розпочав з нуля.

В Америці я спілкувався з хлопцями, які мали по 20 років досвіду: і домашнього пивоваріння, і крафтового, і роботи на великих виробництвах. Відповідно, коли я

хотів спробувати якісь експерименти, вони вчасно зупиняли мене й запевняли, що так не вийде. Я зекономив дуже багато часу, застосовуючи їхній досвід, і мені не довелося набивати власні ґулі та синці. Я збирав у свою «скарбничку» лише те, що реально працює. Потім став відвідувати американські фестивалі, форуми, з'їзди, навчання SIBL University (до речі, SIBL Institute – один із найкращих у світі). Після того я вже реалізовував свої проекти, тобто мені вже довіряли запускати пивоварні з нуля. Я або запускав з нуля, або ж просто допомагав поставити на якийсь рівень пивоварню, яка вже працює, але має певні проблеми зі стійкістю продукту, зі смаковими властивостями чи з гігієною.

Beer. T&I: Розкажіть про Ваш перший самостійний проект, будь ласка.

Н.Д.: Forty-two north company, East Avroa, штат Нью-Йорк, неподалік Баффало та Ніагарського водоспаду. Ми з нуля запускали пивоварню. Клей Кіл став моїм наставником і партнером, проте потім віддав усе в мої руки і я вже повністю займався виробництвом. Це був мій перший серйозний самостійний проект, для якого я сам завозив ЦКТ, ми робили пусконаладку, власними руками запустили виробництво, зробили базову лінійку рецептів, наварили і протягом двох років ми нею займалися. Аж поки я не вирішив продовжити свій шлях.

Beer. T&I: Тобто Ви можете проконсультувати пивоварів-початківців і порадити, де знайти сировину й обладнання?

Н.Д.: Зазвичай я співпрацюю з інвестором, який має кошти і хоче запустити власну пивоварню. Раніше я це робив під ключ. Нині маю свій проект, і у нас із партнерами власний шлях.

Beer. T&I: Чим відрізнялися Ваші проекти? Можливо, якимось національними особливостями, різними вимогами до запуску виробництва?



Н.Д.: Зазвичай це були крафтові пивоварні, і саме Клей уперше дав мені розуміння цього поняття, хоча уже й тоді було дуже багато оверхайпу – пива з багатьма різними інгредієнтами, як у нас люблять: пончики, табаско та ін. Тоді він мені сказав, що найголовніше для пивовара – робити чистий продукт. Коли в тебе буде якісний чистий смачний продукт, то згодом ти зможеш експериментувати і додавати щось до свого пива. От якраз ця пивоварня утвердила мене як пивовара. До цього часу для мене лагер – це класика. Якщо хтось вміє зробити класний лагер, значить, це крутий пивовар.

ЛАГЕР – НАЙПОШИРЕНІШИЙ СОРТ СУЧАСНОГО ПИВА. НА ЛАГЕР ПРИПАДАЄ 80-90% СВІТОВОГО ВИРОБНИЦТВА ПИВА. ЗВАРИТИ ЛАГЕР ДОСИТЬ СКЛАДНО, АДЖЕ ВІН ЧУТЛИВИЙ ДО ПЕРЕПАДІВ ТЕМПЕРАТУР, А ДЛЯ УТРИМАННЯ ПОТРІБНОГО ТЕМПЕРАТУРНОГО РЕЖИМУ ПОТРІБНО ВІДПОВІДНЕ ОБЛАДНАННЯ. ЛАГЕР ВИМАГАЄ ЧІТКОСТІ: ЯКЩО НЕДОСИПАТИ АБО, НАВПАКИ, ПЕРЕСИПАТИ ДРІЖДЖІВ, ЦЕ МИТТЄВО ВПЛИНЕ НА СМАК. ПОМИЛКИ ПРИ ВАРІННІ ЛАГЕРА НЕПРИПУСТИМІ, АДЖЕ СМАКОВІ ДЕФЕКТИ БУДУТЬ ОЧЕВИДНІ.

Beer. T&I: Пам'ятаєте свій перший сорт пива?

Н.Д.: Це був бельгійський вітбір, потім IPA, а лагер зварив уже дещо пізніше, адже це складно. Секрет лагера полягає в тому, що в ньому нічого не приховано. Я завжди кажу, що пиво – це як дівчина без макіяжу: якщо вона гарна, то й жоден макіяж її не зіпсує. У такому пиві все відкрито, нічого не приховано: ані хмелем, ні лактозою, есенціями чи дріжджовим ароматом. Там усе дуже чисто й зрозуміло, і якщо у лагері є якийсь дефект, то він зразу вилітає. Для мене пиво, навіть якщо й не зовсім подобається за смаковими властивостями, але не має дефектів і збалансоване, то це вже класний напій!.. І навпаки, якщо є цікаве пиво, але має яскраві дефекти, то я просто не зможу його оцінювати, це для мене не пиво. Навчіться спочатку робити, а потім вже грайтеся з якимось цікавими інгредієнтами. Такий от мінімалізм і аскетизм. Говорив і буду говорити: запорука вдалого та якісного пива – правильна технологія і чистота.

Іноземний досвід: у фокусі крафтові і не тільки пивоварні!..

Beer. T&I: Скільки проєктів і де саме Вам удалося реалізувати?

Н.Д.: У Штатах було 2 проєкти, в Іспанії – мій власний з партнерами, який існує до цього часу. Також була Індія, а потім Будапешт. Останні – в Грузії, там було три проєкти: спочатку крафтова пивоварня, потім – ресторан-пивоварня. Також паралельно я потрапив на пивоварню, яка перейшла у власність Heineken. Мені там сподобалося, тому що це зовсім інший досвід. Це шалені масштаби, велика команда і багато відповідальності. Там я зруйнував для себе багато міфів про масове пиво.

ПОВУТУЄ ДУМКА, ЩО МАСОВЕ ПИВО – ЦЕ ПИВО НИЗЬКОЇ ЯКОСТІ, АДЖЕ ЙОГО ВИГОТОВЛЯЮТЬ ЗІ ШТУЧНОЇ СИРОВИНИ Й ДО ЙОГО СКЛАДУ ДОДАЮТЬ СПИРТ. ОДИН З НАЙПОШИРЕНІШИХ МІФІВ ТЕ, ЩО ГЛОБАЛЬНІ КОМПАНІЇ ВИКОРИСТОВУЮТЬ ТАК ЗВАНУ ТЕХНОЛОГІЮ ВИСОКОЯКІСНОГО ПІВОВАРІННЯ: СПОЧАТКУ ВАРЯТЬ МІЦНИЙ НАПІЙ, А ПІСЛЯ РОЗБІВЛЯЮТЬ (РЕДУКУЮТЬ) ЙОГО ВОДОЮ.

Beer. T&I: Яких саме міфів?

Н.Д.: Що масове пиво варять з дешевої сировини, його виготовляють максимально простим, зрозумілим та уніфікованим. На полицях супермаркетів ви знайдете плюс-мінус однакове пиво різних великих брендів.

Чи це погано? Вони заробляють гроші. Вони ж не говорять, що у нас там такий ультракрутий смак і інгредієнти, вони просто виготовляють пиво. Так, це пиво, а не популярний міф про те, що це змішані вода, спирт і хімікати. Так, вони використовують екстракти замість



хмелю. Тому що, наприклад, якби вони додали в IPA стільки ж хмелю, скільки й я, то просто хміль би в світі закінчився! Власне, тому вони використовують екстракти, і ніхто нічого не приховує. Це як порівняти бургер з «Макдональдс» з бургером у хорошому закладі, де використовують фермерські томати, добірну телятину, хороший італійський сир і булку бріош. Це різні цінові категорії, різна якість продукту, але і там, і там це бургер! Кожен вибирає свій продукт – той, який йому підходить.

Beer. T&I: Як Ви гадаєте, чому крафтовим пивоварам потрібно повчитися у великих виробників?

Н.Д.: Стандартизації якості й ефективності процесів. У великих виробників це все на високому рівні. Тим паче у Heineken, коли настільки все зрозуміло й очевидно і коли розписаний кожен процес. Навіть якщо ти не маєш досвіду роботи, ти просто підходиш до будь-якого вузла у будь-яку кімнату, де на стінці повністю візуалізований кожен процес. Там неможливо зробити помилку, настільки все якісно й ефективно.

На великих виробництвах є великі лабораторії, там про пиво я знав буквально все. Це настільки круто, коли ти може промоніторити свій продукт кожен день. Тобі просто автоматично заповнюють таблички, з будь-якої точки світу ти заходиш і бачиш, що відбувається з кожним продуктом. Ти знаєш кожен його параметр, характеристику, зрештою, як йому можна допомогти, коли щось пішло не так. Цьому варто почитися.

Beer. T&I: Якщо порівнювати крафтове і масове, яке для Вас може бути на одному рівні?

Н.Д.: Мені до вподоби Guinness, також я п'ю Corona. І Heineken – це досить достойне пиво, тим паче, якщо звернути увагу на інгредієнти. На великих пивоварнях рецептура не виглядає так, як на крафтовій, де розписують сорт хмелю, паузу затирання, солоди, дріжджі, там технологічна карта на 50 сторінок. Найголовніший показник Heineken – це те, що, порівняно з іншими сортами того ж самого бренду, вони додають солод преміумкласу. Виробники не обирають бренд, а орієнтуються на фізико-хімічні властивості сорту солоду. Зокрема, той, який відповідає солоду категорії А.





Пивоварня майбутнього: поєднання наукового підходу й креативу засновників

Beer. T&I: Ви працюєте суто за науковим методом чи додаєте трохи творчості?

Н.Д.: Звичайно, постійно щось змінюю, але я чітко знаю, для чого це хочу робити. Тобто, наприклад, коли я збільшую рівень ізомеризації альфа-кислоти, щоб пиво було більш гірким, то потрібно підвищити температуру на затиранні, аби збалансувати цю гіркоту залишковими цукрами. Це науковий підхід, просто органолептично я знаю, чого хотів би я досягти, або ж чув якісь відгуки від моїх колег чи від інших людей, які вживали цей продукт. Проте тільки наукою визначається, яким буде смак і аромат.

Beer. T&I: Розкажіть про реалізацію Вашого українського проекту. Ви позиціонуєте його як пивоварню майбутнього. Чому?

Н.Д.: Ідею розпочали втілювати ще два роки тому. Концепція – пивоварня з майбутнього, тобто ми віримо тільки в науковий підхід, ніяких традицій, ніяких релігій, суто наука. Усе залежить від якості продукту. Якщо використати таку ж назву, але зварити інший продукт, він не буде таким самим. Концепція самого продукту перебуває в центрі всього. Все крутиться навколо продукту – і маркетинг, і продажі.

З приводу маркетингу, то ми налагодили співпрацю з маркетинговою агенцією Fedoriv Marketing Agency. Спочатку ми озвучили свій підхід і уявлення того, як ми бачимо свій бізнес, й агенція запропонувала нам неймінг, айдентику та дизайн компанії. В основу лягли ідеї мінімалізму й футуризму.

Все було зрозуміло й розплановано на всі 100%. Просто треба було приїхати, вибрати приміщення і зробити ремонт. Заздалегідь були узгоджені домовленості про постачання обладнання і сировини.

Beer. T&I: До речі, за яким принципом обирали обладнання й сировину для ваших проектів?



Н.Д.: Останні три-чотири роки я співпрацюю з перевіреними виробниками, тому що вже знаю, чого від них очікувати. Насправді я працював з усіма. Наприклад, щодо солоду це Weyermann, Viking, Castle Malting, Sweap.

З приводу обладнання, то свою кар'єру я розпочинав в Штатах, тому для мене американське устаткування простіше, зрозуміліше, до того ж воно дає більше можливостей для того, щоб проявити всі свої побажання. Серце нашої пивоварні – обладнання American Beer Equipment, тому що якість для нас – найголовніший показник. У нас є 9 ЦКТ, 6 з яких 2-тонні і 3 – 6-тонні. Це обладнання дуже ефективне. Ми можемо робити до 6-7 варок за добу, при цьому стандартна варка у нас триває 5,5 години. Ефективність деяких варок сягає до 90%.

Всі інгредієнти для приготування ми завозимо самостійно, а єдиний український інгредієнт – це вода, проте й вона проходить особливу підготовку. Якщо говорити про сировину, то ми є офіційним імпортером, дистриб'ютором солоду Swaen malt (Нідерланди). Для приготування пива ми використовуємо дріжджі White Labs. Для кожного сорту пива в нас особливий штам дріжджів.

Ми розливаємо пиво у банки. Чому банка? Тому що вона не пропускає ультрафіолет і кисень. Банка швидше охолоджується й довше тримає температуру, вона легша й не б'ється. Окрім того, вона дешевша, простіша в логістиці. Єдиний недолік, чому не так багато ще використовують банку, полягає в тому, що лінія з банками значно дорожча за пляшкову. Вона дає нам такі результати, про які я й мріяв. Зокрема, показник відсутності кисню в нас один з найкращих на ринку, тобто саме завдяки цьому в нас немає сепаратора, фільтра та пастеризатора, проте наш продукт зберігається мінімум шість місяців у банці.

У нас чеська лінія розливу – Technoexport, вона розливає 2400 банок/годину. Як я вже говорив, мінімізація доступу кисню та спінування відбувається гарячим потоком води, подвійна евакуація за допомогою CO₂ і відсутність контакту з оператором. Працює тільки два оператори: один подає банки, інший вже відсортовує і складає їх у коробки.

Beer. T&I: Яке майбутнє у пивоварні майбутнього?

Н.Д.: Щоб ми існували як мінімум до 2085 року.



ALE POINT: СУЧАСНА КРАФТОВА ПИВОВАРНЯ РОДОМ З ЛЕГЕНДАРНОГО МИНУЛОГО

Нині слово «крафт» усе частіше трапляється в харчовій галузі й індустрії напоїв. Стає дедалі більше малих виробників, які на невеликих потужностях, нерідко вдаючись до ручної праці, виробляють якісну натуральну продукцію. Одна з перших крафтових пивоварень країни – харківська Ale Point, яка відстоює пивну традицію кращої харківської броварні Ігнатищева, популяризує культуру споживання пива й пропагує вживання непастеризованого і нефільтрованого пива. Засновники пивоварні наголошують, що вони взяли на себе відповідальність за виробництво високоякісного пива, яке не тільки повторює, а й додає нові яскраві фарби до кращих зразків пивоварні Ігнатищева.

1886 року Іван Ігнатищев створив пиво-медоварний завод «Харківський пивоварний завод №5». Це був дуже потужний, навіть як на наші часи, завод з виробництва пива, фруктових і штучних мінеральних вод, на якому працювали 110 людей. Капітал підприємства становив 600 тис. рублів, було 3 парових і 12 електричних котлів. Завод був відомий високою якістю виробленого пива і удостоєний найвищих нагород на багатьох міжнародних виставках. Найзнаменитішими марками пінного напою стали «Експорт царський», «Ель», «Мед білий і рожевий», «Портер імперіал» та інші. Зокрема, до 1914 р. завод мав 5 медалей, отриманих на виставках за якість і обсяг пива. Пиво розливалось в фірмові пляшки з рельєфним написом. Пляшка такого пива коштувала на початку ХХ століття 12 копійок, але згодом ціна тари стрімко зросла. Сьогодні на інтернет-аукціонах ці пляшки пропонують за 18 тис. 850 грн/шт. До слова, на сучасній пивоварні Ale Point облаштували справжній мінімузей, де зберігається чимало історичних артефактів, зокрема і колекція старовинних пляшок. Засновники пивоварні запрошують усіх охочих познайомитися з пивною історією.

| Магія пивоваріння

– Ми виготовляємо нефільтроване і непастеризоване пиво, завдяки цьому в нас є продукт, який суттєво відрізняється від масмаркету й більшості великих пивоварень, – наголошують засновники пивоварні Ale Point. Що передбачає виробництво такого пива? На броварні пиво не фільтрується і не пастеризується, тому в





ньому залишається багато вітамінів та мікроелементів, які містить рослинна сировина, з якої виготовляється пиво. Усе це дозволяє говорити про користь продукту для здоров'я, але, звичайно, при вживанні в помірних кількостях.

Нефільтроване та непастеризоване пиво має світло-бурштиновий відтінок і невеликий осад. Поціновувачі цього напою миттєво виділяють його специфічний, насичений смак і виражений, багатий аромат. Вживання непастеризованого хмільного напою може принести організму величезну користь. Переваги такого пива – наявність вітамінів групи В, зокрема ціанокобаламіну В-12, тіаміну В-1, піридоксину В-6, які позитивно впливають на роботу серця, нервової системи та суглобів, а також амінокислот і мікроелементів. Солод, який входить до складу пива, містить такі мікроелементи, як цинк, залізо, мідь і кремній, які важливі для нормальної життєдіяльності організму. Пивні дріжджі стимулюють імунну систему та покращують обмінні процеси в організмі людини, а хміль має бактерицидні, антиоксидантні та протизапальні властивості.

Для виробництва пива на пивоварні Ale Point використовують імпортовану сировину: хміль і солод – із США, Чехії, Німеччини та Словенії, а дріжджі – з Франції. Урізноманітнюють смак та аромат пива рослини, спеції та фрукти, зокрема коріандр, вишня, малина, цедра апельсину й інші. Вода проходить клопіткий процес відпідготовки.



На Ale Point запроваджена система HACCP, яка передбачає контроль якості та безпечності вхідної сировини та всього технологічного процесу. Про кожну пляшку пива, вироблену на підприємстві, ми можемо з легкістю сказати, з якої партії солоду, хмелю, дріжджів вона зварена та відстежити її шлях від початку до кінця по всьому технологічному ланцюгу. Це дозволяє пивоварні гарантувати терміни придатності та безпечність і якість продукції.

Пивоварня Ale Point складається з декількох підрозділів: гарячий та холодний цехи, де вариться і дозріває пиво за допомогою сучасного обладнання з харчової нержавіючої сталі, цех розливу, лабораторія (до слова, Ale Point Brewery – одна з дуже небагатьох пивоварень в Україні, хто має власну велику лабораторію, оснащену сучасним обладнанням), а також холодний склад, де зберігається готова продукція при температурі не вище 10°C.



– Ми використовуємо не тільки настійний спосіб варіння пива, а й відварний. Це дозволяє отримати більш повний солодовий смак пива з приємною солодинкою, що задовольняє потреби нашого споживача, – розповідають пивовари.

Зрозуміло, що магія пивоваріння включає стандартні процеси: дроблення солоду, який змішують з водою у заторному чані, потім процес затирання, під час якого неухильно витримують температурні паузи, фільтр-чан, з якого відфільтроване сусло потрапляє в сусловарильний котел, охмелення пива. Стерильне сусло охолоджується через пластинчастий теплообмінник і тоді подається в ЦКТ, де за допомогою дріжджів вже бродить та доброджує встановлений за рецептурою термін. Далі готове пиво прямує на розлив.

Пивоварня має солідний парк ЦКТ від українського виробника Inter-Trade. Цьогоріч тут додалися форфаси, які дозволяють витримувати пиво перед розливом для гармонійного поєднання смаку та аромату.

На виробництві встановлена чеська лінія розливу Erson, завдяки якій Ale Point може розливати пиво в ПЕТ і скло. Як запевняють пивовари, ця лінія універсальна, і при невеликих змінах тут можна буде наливати пиво в банку. Лінія розливу напівавтоматична. Специфіка обладнання дозволяє розливати пиво з мінімальним вмістом кисню, що значно покращує його смак в процесі реалізації та зберігання. Наступна зупинка – вже в бокалі у споживача.



– Наш варильний порядок постійно модернізувався, причому тут реалізовані ті ідеї, які нам підказала наша лабораторія, адже обладнання обов'язково мусить відповідати певним стандартам і вимогам. Сьогодні в нас є можливість провести 8 варок за добу. Це 16 тонн пива, – розповідають пивовари.

Для того, щоб пиво зберігалось довго, на пивоварні застосовують технологію повторного бродіння в пляшці, яке відбувається в спеціально обладнаній теплій кімнаті, в якій пиво перебуває 14 днів. За цей час напій повністю доброджується в пляшці. Завдяки цій особливій технології термін придатності пива для окремих сортів може становити два-три роки.

Контроль на всіх етапах виробництва

На пивоварні діє власна лабораторія, яка відповідає вимогам ДСТУ ISO 10012:2005 «Система керування вимірювань. Вимоги до процесів вимірювання та вимірювального обладнання», що дозволяє точно визначати показники, які впливають на якість пива, наприклад, вода до і після водопідготовки, насіннєві дріжджі, повітря в цехах, змивні води з обладнання й упакування, рівень насичення CO₂, посіви пива на відсутність мікробіологічних шкідників пива, щільність початкового суслу, вміст алкоголю тощо.

На Ale Point використовують універсальний прилад Anton Paar, який дозволяє контролювати вміст CO₂ і кис-

ню на всіх етапах виробництва пива: під час бродіння, в готовому пиві, перед розливом та у пляшці після розливу.

– Завдяки цьому апарату ми можемо гарантувати, що наше пиво не буде перекарбонізоване й окислене, матиме природне насичення CO₂. Відсутність механічних обробок і фільтрації дозволяє нам віддавати нашому покупцю пиво з максимально натуральними характеристиками, – пояснює головний пивовар. – Також ми гарантуємо, що пиво буде стабільно наливатися в келихи.

Побудова поняття «непастеризоване й нефільтроване пиво»

Для споживача сьогодні вкрай важливо сформувати поняття «нефільтроване та непастеризоване пиво», акцентуючи на його беззаперечних перевагах. Саме тому пивоварня Ale Point всіляко відстоює важливість виготовлення якісного натурального пива й акцентує на його «чесному маркетингу».

– Гасло «непастеризоване й нефільтроване» нерідко стає фарсом, адже великі виробники пастеризують своє пиво, але на етикетці вказують протилежне. Як на мене, це значне порушення і «камінь у город» споживачів і колег-пивоварів, – коментує **засновниця пивоварні Ale Point Оксана ІЛЬГОВА.**

За словами Оксани Ільгової, нині існує гостра потреба поділу ринку на непастеризоване та пастеризоване пиво. Для цього засновниця пивоварні радить проводити дегустації, ввести окремий поділ на категорії у дегустаційних змаганнях, а головне – обов'язково вказувати цю інформацію на пивній етикетці, що вимагається Законом України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів», де в розділі II «ЗАГАЛЬНІ ВИМОГИ ДО ІНФОРМАЦІЇ ПРО ХАРЧОВІ ПРОДУКТИ ТА ОБОВ'ЯЗКИ ОПЕРАТОРІВ РИНКУ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ» статті 4 пункту 2 вказується: «Інформація про харчовий продукт має бути точною, достовірною та зрозумілою для споживача. П. 3. Інформація про харчовий продукт не повинна вводити в оману, зокрема щодо характеристик харчового продукту (його категорії), характерних ознак, властивостей, складу, кількості, мінімального терміну придатності або дати «вжити до», країни походження або місця походження, способу виробництва (виготовлення)».

– Я прагну створити навколо образу непастеризованого пива справжню пивну спільноту споживачів, які хочуть пити високоякісний, натуральний, корисний для здоров'я напій, – зазначає Оксана Ільгова.



ВОСЬМИЙ CRAFT BEER & VINYL MUSIC FESTIVAL: ПИВНІ НОВИНКИ ФЕСТИВАЛЮ

14-16 травня пивоварів і пивоманів зібрав восьмий фестиваль крафтового пива та вінілів. На захід приїхали понад 50 пивоварень з різних куточків України. Триденна програма була насичена морем пива та розмаїттям смаколиків. Окрім того, на учасників чекали виставки, інсталяції, перформанси з музикою та вечірки. Інформаційним партнером фестивалю, традиційно, стали журнал Beer Technologies&Innovations і сайт beertechdrinks.com. Журналісти проєкту заглянули за лаштунки заходу та готові розповісти про фестиваль.

Перед початком Craft Beer & Vinyl Music Festival представники асоціації «Незалежні броварні України» провели галузеву конференцію для пивоварів і власників пивного бізнесу. Пивовари спільно з головою комітету з питань економічного розвитку у Верховній Раді України IX скликання Дмитром Наталухою обговорили законопроекти №5118 та №5119, які передбачають збільшення граничного обсягу виробництва пива, зменшення ставки акцизу та скасування оптової ліцензії. До слова, 18 травня у Верховній Раді ці законопроекти ухвалили у першому читанні.

Наливали на Craft Beer & Vinyl Music Festival-2021 пивоварні, ресторани-пивоварні з усієї країни. Це, зокрема, Театр пива «Правда», Kumpel Beer, Rebrew, «Ципа», Hoppy Hog Family Brewery, Brew Bear, Zen Brewery, Duben Bräu, «Станіславська Гальба», «Хмільний лев», Varoshske Beer, Luchan Brewery, Gonzo Brewery, Rodbrau brewery, «Київська мануфактура пива», Molfar brewery, Andrii's Brew, Mateich Craft Beer, Varvar brewery, Green elf, Copper Head, Plemya, Red Cat Brewery, «Яреп», Volta brewery, «Дідько», «ШО brewery», MOVA brewing co., «Волинський Бровар», Father's Brewery, Vavilon Craft Brewery, First Dnipro Brewery, Faynebeer, Brater, 2085brewery, Underwood Brewery, DiD Craft Beer, «Пивная Дума», «КАНТ», Berryland Cidery, «Півний Гном», Kyiv Local Brewery, HREW BREW Brewery, Rock Dog Brewery, Bander Brau та «Шифр».

Цьогоріч співорганізатор фестивалю, засновник Театру пива «Правда», запустив щорічний члендждж і запропонував пивоварам позмагатися у ягідному пиві.

Cranachan Pastry Braggot – ягідне пиво, яке презентувала пивоварня Harry Hog Family Brewery.

– На фестиваль ми взяли більше 11 сортів пива, три з яких зварені спеціально до цієї події. Відповідно до оголошеного членджду, ми виставили свій Cranachan Pastry Braggot з українською замороженою малиною. Цей сорт натхненний традиційним шотландським десертом Кранакан – суміші зі збитих вершків, свіжої малини, меду, підсмажених вівсяних зерен та віскі, а наша пивоварня славиться різними десертними сортами – густими, тягучими, незвичайними. У цей брегот ми додали 50 кг свіжого квіткового меду та 60 кг свіжоморожених ягід малини. Я



власноруч обсмажила усі вівсяні пластівці у духовці, а дециця настояного димного ячменю додає бреготу легку нотку торф'яного віскі. Для мене крафт – це ручне ремесло, межа якого – не більше однієї тонни, – розповідає **засновниця і головний пивовар Олена СИМОНЕНКО**.

Взяли участь у фестивалі і постійні переможці Дегустаційного конкурсу пива і сидрів – «ШО brewery».

– З собою на фестиваль ми захопили лінійку сауерів. Зокрема, наш флагман – пиво «Ні, не скило», яке цього рік, виборовши золоту медаль, підтвердило свій статус на Дегустаційному конкурсі East European Beer Award, – зазначає **пивовар Олексій ГУБСЬКИЙ**.

Своє переможне пиво на фестивалі презентували й пивовари Kyiv Local Brewery.

– З собою на фестиваль ми взяли найкраще наше пиво, адже ми не вперше виборюємо нагороди на Дегустаційному конкурсі East European Beer Award. З новинок у нас – Fake DIPA. Цьогоріч ми плануємо весь час вражати наших любих клієнтів новинками, – коментує **засновник пивоварні Дмитро САМОЙЛОВ**.

Розмаїття лагерів на фестивалі привезла і пивоварня Brater.

– На фестивалі ми представляємо увесь свій асортимент. Останнє, що зварили, – легкий ароматний сорт hoppy лагер, під час варки якого ми використали технологію сухого охмелення, – розповідає **менеджер пивоварні Brater Максим ВІГУРО**.

За словами **співзасновника пивоварні Mova brewing co. Бориса ГІЛЬДІНА**, народ зголоднів на такі заходи, як цей фестиваль, і всі пивовари чекали з нетерпінням, коли можна буде відчути увесь кайф пивного руху.

Організатори фестивалю вже анонсували осінню пивну подію, де обіцяють ще більше пива й незабутніх емоцій!



ПИВО. МИСТЕЦТВО ПИВНОЇ ДЕГУСТАЦІЇ

Роман МУКОЇД, Анастасія ПАРХОМЕНКО, Національний університет харчових технологій

Створення пива – тривалий і складний технологічний процес, на кожному етапі якого можуть виникнути як великі, так і маленькі проблеми. Для отримання напою високої якості потрібно враховувати безліч нюансів і ретельно підбирати інгредієнти.

Основна сировина для виробництва пива – це ячмінний солод, хміль, вода та пивні дріжджі. Як допоміжну сировину використовують несолоджені матеріали, ферментні препарати, плодово-ягідні та пряно-ароматичні добавки, цитрусові тощо. Зміна якісних показників будь-якого з компонентів може негативно вплинути на властивості готового продукту.

Пиво і процес його споживання мають бути задоволенням, але деколи пивні дегустації завдають болю. Пиво – вразливий продукт, підвладний примхам природи, і його легко зіпсувати мікроорганізмами, погано доглянутими системами розливу, але найлегше – плином часу. Навіть якщо ми не здатні визначити конкретні побічні аромати чи смаки, то все одно можемо впізнати пиво, яке вже трохи видихалося чи втомилася, розгубило свої аромати і свіжість.

І великі, і малі пивоварні повинні постійно оцінювати своє пиво на сталість якості, відсутність дефектів, відповідність ніші ринку. Навіть для маленьких пивоварень запровадження систематичних дегустацій може відіграти значну роль у майбутніх продажах.

Інші учасники пивної галузі теж повинні вміти відрізнити хороше пиво від поганого, стиль від стилю, стежити за дотриманням певних правил і шукати пиво, яке забезпечить їхнім споживачам найбільше задоволення. І навіть дегустатори-ентузіасты, які витратять час і

зусилля на опанування належної дегустаційної процедури та словника, відкриють для себе безліч нових знань, вражень і задоволення від кожного келиха пива.

Відчуття починається з подразнення і завершується сприйняттям. Коли наші органи чуття контактують із зовнішнім світом, сенсорні нерви спрацьовують в особливий спосіб, стимульовані певною кількістю різноманітних хімічних речовин сигнали проходять крізь кілька етапів обробки у напрочуд емоційну частину нашого мозку і лише потім добираються до свідомості. Починається все з простих кодів, які проходять кілька рівнів обробки та перетворюються на думки, спогади і, зрештою, втілюються в слова.

Основними засобами пізнання пива є:

- нюх;
- смак;
- тактильні відчуття.

Смак і нюх (науковою мовою смакова й ольфакторна системи) об'єднуються у систему хімічного упізнання, частково їй допомагають тактильні сенсори у роті. Це напрочуд тонко налаштований механізм, відточений сотнями мільйонів років еволюції, і, безумовно, попередник «вищих» чуттів слуху та зору.

| Смак

Як і решта органів хімічного розпізнавання, смак розвинувся, щоб подавати нам важливі сигнали про корисне та шкідливе у навколишньому середовищі.

Якщо роздивитися язик, то можна помітити, що він весь вкритий маленькими бугорцями. Це не рецептори, а м'язові сосочки, і в деяких з них містяться смакові рецептори. Кожна людина має від 1 до 8 тисяч смакових рецепторів на язичі та меншу кількість на інших ділянках ротової порожнини і всього тіла, де вони виконують різні функції. Кожен рецептор – це сукупність чутливих клітин, які подразнюють різні хімічні сполуки. Сьогодні у людини виявлено близько 40 типів рецепторів, більш ніж половина з яких реагує на гіркоту. Проте постійно знаходяться нові та нові.

Наразі набір базових смаків розширено. Крім здавна знайомої четвірки солоного, солодкого, гіркого та кислого смаків, виділяють також новий – умами, відчуття від якого описується зазвичай як «м'ясоподібне». І поняття «смачне пиво» складається з комплексного відчуття смаків, причому відчуття не миттєвого, а розтягнутого в часі. Послідовний перехід від солодкого до кислого, солоного та гіркого повинен дати приємні відчуття, як і загальний післясмак, коли працюють всі чотири групи смакових сосочків. Найменший дисонанс – і чарівність смаку зникає.

Куштуючи пиво «на смак», ми користуємося язиком, щокими, піднебінням, губами. Втім, тільки язик дає нам уявлення про смак, губи, щоки та піднебіння можуть дати нам тільки відчуття й теплові уявлення про напій. А це не мало, адже температура, консистенція, в'язкість, терпкість, маслянистість – усе це відчувається порожниною рота, язик у цьому участі не бере.

У світлого пива повинна переважати тонка хмільна гіркота – екстрактивні речовини мають бути майже непомітні. Після пиття світле пиво повинне залишати на язичі смак хмільної гіркоти, який швидко зникає. Після смаку добре світле пиво практично не має.

Темне пиво, навпаки, повинне бути солодкуватим і не залишати хмільної гіркоти. Його смак повніший, у результаті чого пиво здається більш «щільним». Після пиття темне пиво має залишити тільки смак солоду, без гіркої післясмаку.

Дуже важливою характеристикою пива є не тільки смак, але і післясмак, тобто той присмак, який залишається в роті деякий час після того, як напій проковтнули. До речі, тривале відчуття гіркоти у післясмаку свідчить про низьку якість пива, оскільки воно викликається низькою якістю продуктів, що використовуються у приготуванні пива, або порушенням технології.

Аромат і ольфакція

Наша ольфакторна система здатна відчувати надзвичайно широкий спектр молекул, що розповсюджуються у повітрі. Ця система значно складніша за смакову. Люди мають приблизно по 20 мільйонів ольфакторних нейронів у горішній частині носової порожнини, собаки – вдесятеро більше, а ведмеді – ще більше, тому в тваринному світі ми належимо до «легкоогоговиків» нюхової категорії.

Нюх має дуже важливе значення під час дегустації пива. Коли ми пробуємо пиво «на смак», то сприймаємо його не язиком, а в основному носом, вдихаючи та видихаючи аромат дегустованого напою. Пояснюється це просто: нюх людини набагато багатогранніший і чутливіший, ніж смак.

Якщо ви хочете оцінити якість пива за запахом, то повинні визначити, наскільки гармонійно поєднані всі



запахи, які ви вдихаєте і видихаєте, понюхавши пиво і спробувавши його на смак. При характеристиці запахів використовують такі поняття: хмільний, чистий, свіжий, слабо-хмільний, дріжджовий, квітковий, зіпсованого пива (кислий, тухлий).

До речі, органом нюху є не сам ніс – він лише канал для доступу повітря до слизової нюхової оболонки. Вона дуже мала, тому при диханні вловлюється лише дуже невелика кількість запахів. Якщо ви хочете вловити запах більш відчутно, варто кілька разів послідовно вдихнути через ніс, роблячи видих ротом.

Але ми вдихаємо запахи і тоді, коли п'ємо пиво: рух напою в порожнині рота також спрямовує аромати на нюхову оболонку. Ця ж оболонка сприймає і ті запахи, які ввібрала слизова оболонка рота і які ми відчуваємо, вже проковтнувши пиво. Найбільше сприйняття запаху, до речі, проявляється в той момент, коли ми закінчуємо ковток. Спробуйте ось так «понюхати» пиво: приємні відчуття означають, що пиво, яке ви п'єте, гарне, а якщо запахи вам сподобаються, то це ваше пиво.

Візуальне та багаторівневе сприйняття

Пиво справді прекрасне. Від келиха на столі – до ароматів пінного напою, від звуків та інтер'єру бару і світу за його межами – все здається нам цілком визначеним і чітким.

Однак це лише ілюзія, проєкція, створена нашими відчуттями, які легко ввести в оману. З усіх органів чуття ми покладаємося на зір найбільше. Очі дозволяють нам насолоджуватися фантастично детальною картиною світу, але цей орган теж можна обманути, що легко доводять прості оптичні ілюзії. Коли йдеться про їжу, поклатися суто на зір проблематично, тому що він може змусити відчувати певний смак чи аромат, незалежно від того, присутній він насправді чи ні.

Усі наші чуття тісно переплетені та працюють паралельно, вплітаючи численні потоки інформації в одну картину. Якщо ми бачимо темне пиво, ми майже завжди відчуємо в ньому відповідний букет, навіть якщо його там немає. Це може статися навіть тоді, коли ми свідомо уникаємо такої омани, але обмежити доступ сигналів органів чуття не так просто. Навіть більше, оскільки наша візуальна система під'єднана до вищих центрів свідомості, на відміну від органів хімічного розпізнавання, вона має пріоритет. Та хоч би яким гарним було на вигляд пиво, зір не дасть жодного сигналу про тисячі пивних ароматів, смаків і консистенцію. Зі збільшенням словникового запасу зосередитися на ароматі та смаку стає простіше, але це потребує досвіду.

Існує безліч способів надати пиву того чи іншого забарвлення. Пивовари можуть обирати з десятків сортів солоду: від блідих, як місяць, – до майже вугільно чорних. Але солод своїми смаковими варіаціями відрізняється один від одного не лише тоді, коли він різного кольору, бо навіть однаковісінький на вигляд солод може бути абсолютно різним залежно від того, як його сушили. У кожному стилі пива є багато шляхів до отримання одного й того ж кольору.

Досвідчені дегустатори намагаються не відволікатися надто сильно на зовнішній вигляд напою. Під час конкурсів рідко коли на оцінку цієї категорії припадає більше ніж 10% балів, але кожен, хто хоча б раз судив кілька зразків пива одного стилю, знає, наскільки потужно впливає вигляд на прийняття рішення. Пиво, що занадто світле чи темне для заявленого стилю, уже матиме певний зсув у сприйнятті. Цей же фокус працює у чорних IPA, які дуже темні, але якщо зварені правдиво до стилю, мають мало палених нот у смаку, а наш мозок все одно нам їх «підсовує». Попросіть когось налити вам всліпу та порівняйте враження.

Отже, чи ми варимо, чи презентуємо пиво, варто пам'ятати про важливість зовнішнього вигляду напою та його гармонії зі смаком.

Дегустаційний процес

Як любителі пива ми знаємо різницю між келихом, випитим просто для задоволення, і серйозною дегустацією. Звичайне споживання не є надміру усвідомленим і структурованим, а дегустація має свої правила. Насолоджуватися пивом просто і природно, а дегустація вимагає практики та певних зусиль. Опануй дегустаційний процес і це відчинить безліч нових дверей і додасть репутації у світі пива.

Процес дегустації завжди починається з підбору правильного посуду. Для дегустацій ідеально підходить келих для білого вина, але щорічно мільйони зразків пива оцінюють поданими у звичайних пластикових стаканчиках. Але яким би келихом ви не користувалися, ніколи не наповнюйте його більш ніж на третину, оскільки важливо лишити достатньо місця для накопичення аромату.

Переконайтеся, що пиво має відповідну температуру. Для лагерів і легких елів це кілька градусів вище нуля, міцніше пиво подається прохолодної температури. При цьому не варто забувати, що пиво швидко гріється під час наливання. Якщо воно надто холодне, затисніть келих у долонях і обережно погойдуйте, утворюючи невеликий коловорот, тоді пиво швидко нагріється.

Наявність дегустаційного листка спонукатиме приділити увагу кожній рисі пива та навіть вишукувати певні смаки й аромати, але просто чистий аркуш паперу уже допоможе сконцентруватися. Сам процес записування змушує нас бути більш детальними та прискіпливими, шукати потрібні слова, прокручувати подумки асоціації, і це теж вправа для поглиблення розуміння процесу та для дегустаційної пам'яті.

Добре, коли дегустація відбувається у тихому, спокійному місці, де ніщо не відволікає від процесу.

Сама дегустація починається з оцінки зовнішнього вигляду напою. Варто враховувати те, що пиво різних стилів може виглядати по-різному. В бокалі не повинно бути жодних сторонніх домішок, білкового осаду в вигляді пластівців, неосаджених частинок хмелю та інших включень. Для нефільтрованих сортів допустима незначна опалесценція.

Далі необхідно оцінити аромат пива. Спочатку аромат вдихають на невеликій відстані від бокалу, далі – впритул до напою. Потім необхідно трохи покрутити бокал і вдихнути повторно, щоб отримати весь спектр ароматів.

Останній етап дегустації – оцінка смаку напою. На відміну від вина, пиво необхідно обов'язково проковтнути, оскільки на корені язика знаходяться рецептори, які відповідають за гіркоту. Без повного ковтка ми не зможемо відчути гіркоту, яка є важливою складовою смаку напою.

Не забувайте і про важливість консистенції. Колоїдальна сітка протеїнів у пиві збільшує в'язкість і робить тіло більш щільним, а вуглеводи типу глюканів надають йому оксамитової, кремової текстури. Карбонізація теж є важливою рисою. У міцніших сортах пива алкоголь може відчуватися язиком як гаряче чи легке поколювання.

Будьте готові до тривалого навчання: для того, щоб опанувати мистецтво дегустації, немає короткого шляху. Важливо опанувати кожен етап, засвоїти механізми, які працюють під час дегустації. Й лише тоді кожне споживання пінного напою буде приносити тільки радість.



BEER INSIDE

ПИВНА МАПА УКРАЇНИ-2020

Ідея каталогу BEER INSIDE полягає у презентації пивоварень, пивзаводів, пабів, пивоварів-контрактників України за географічною ознакою. Пивна мапа України має на меті презентацію успіхів пивоварної галузі України, яка поступово відмовляється від масового продукту на користь ексклюзивного, високоякісного, крафтового. Це демонстрація динамічного росту пивоваріння, яке стає справою життя для сотень ентузіастів, а також потужна заявка на народження бренду Ukrainian Beer, його успішний експорт у світі.

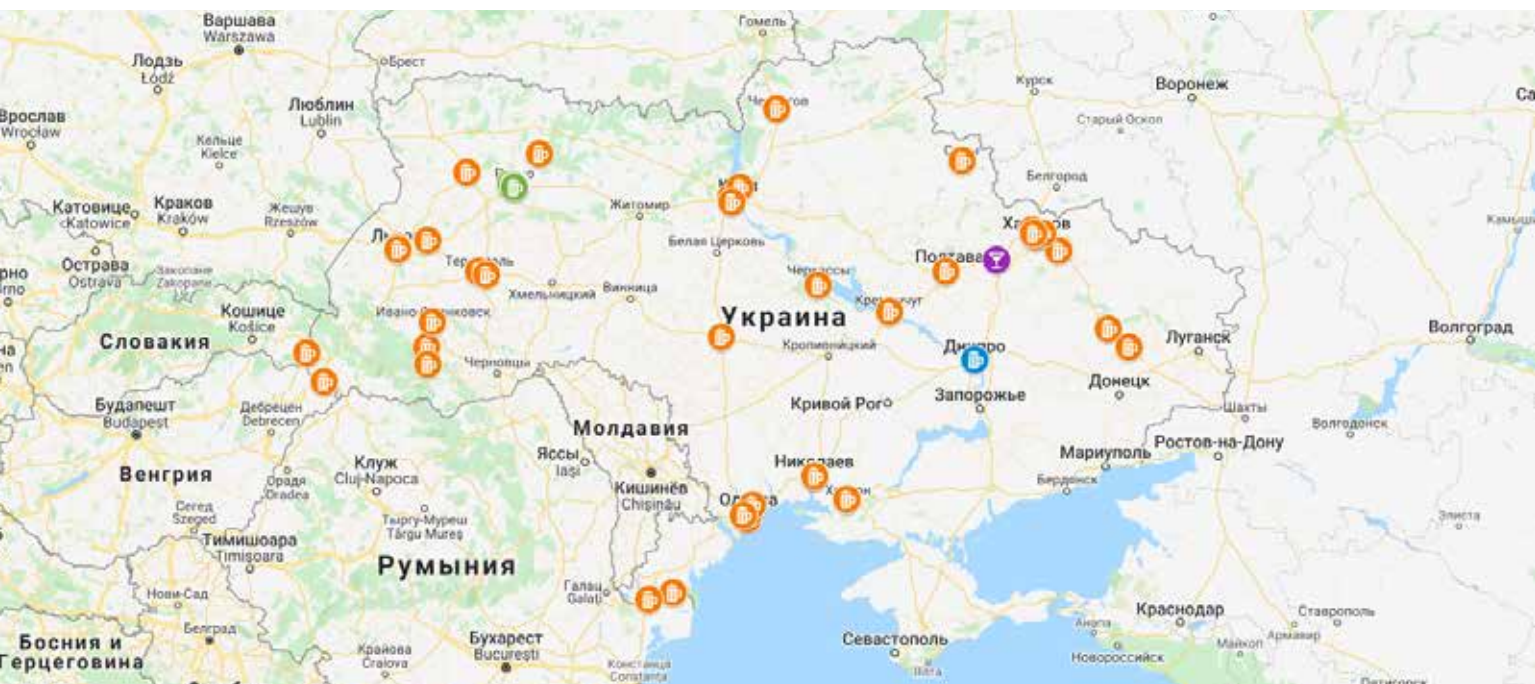
На сторінках каталогу – у паперовому та електронному варіантах – пивоварні мають можливість детально розповісти про свої найкращі пива, а також заявити про перемоги на різних дегустаційних конкурсах в Україні та за кордоном, зокрема на Дегустаційному конкурсі East European Beer Award 2017-2020 років, який формує сьогодні пивний ринок.

Відтепер всі, хто цікавиться пивом і пивоварінням, хто полюбає високоякісний продукт, зварений з натуральних інгредієнтів, отримують можливість зорієнтуватися в інформаційному просторі та дізнатися про українські крафтові (і не тільки) броварні, про їхнє пиво, а також запланувати дегустації, екскурсії та пивні тури.



Паперову версію пивної мапи вже завершено, є можливість замовити книги для розповсюдження.

Запрошуємо до подальшої співпраці пивзаводи, пивоварні й мініпивоварні, ресторани-пивоварні, паби, торговельні пивні мережі, фірмові магазини пива. Презентуйте себе і свої досягнення якомога ширшому колу споживачів в електронній версії та на сайті beertechdrinks українською і англійською мовами, а також на карті Google «Пивна мапа України».



РУДИЙ КІТ ЗАПРОШУЄ НА ПИВО

ЯК ХАРКІВСЬКІ ПИВОВАРИ
З RED CAT BREWERY ВДАЛО
ПОЄДНУЮТЬ ДАНИНУ
ТРАДИЦІЯМ І ПРАГНЕННЯ
ДО ЕКСПЕРИМЕНТІВ

Марина СТЕПАНЮК

Виготовляти максимально якісний продукт, дивувати новинками та при цьому розраховувати лише на власні сили – саме так можна коротко схарактеризувати принципи роботи пивоварні Red Cat Brewery. Харківська броварня, котра на мить свого «народження» називалася «Пробка», вперше запропонувала споживачам крафтове пиво ще у 2012-му, якраз напередодні футбольного єврочемпіонату, що проходив в Україні. Відтоді реалії нашого життя суттєво змінилися. Еволюціонувала й броварня, у якій відбулися і модернізація, і ребрендинг. Нову назву вигадували всією командою. Відтак чотири роки тому талісманом пивоварні став рудий кіт, прототипом якого є справжній котик засновниці броварні Олександри РУДЬ. «Його всі люблять, як і нашу пивоварню», – каже головний пивовар броварні Юрій ОЛЕКСІЙОВЕЦЬ, розповідаючи про історію підприємства.

Нині на виробництві дбають про те, аби не просто втриматися на плаву у період карантину, а й постійно вдосконалювати улюблене в Харкові та поза його межами пиво. Побувавши в гостях у харківських пивоварів, журналісти видання BEER. Technologies&Innovations дізналися про їхні «фішки» та переконалися у тому, що, попри всі перепони, броварня розвивається, а тамтешні фахівці у сфері пивоваріння мають дуже багато креативних ідей.

Сучасна техніка спрощує усі процеси

– Свого часу пивоварня Red Cat Brewery розпочиналася з шести ЦКТ по 6 тонн, – розповідає головний пивовар броварні Юрій Олексійовець, демонструючи потужності виробництва. – Нині в нас на підприємстві аж 32 ЦКТ.



Нещодавно на пивоварні відбулася суттєва модернізація. Пивовари відкрили власну лабораторію, придбали нове обладнання, зокрема міксер, додаткові хоподильники, сучасну дробарку для солоду німецького виробництва та ін. Досі на підприємстві використовували вітчизняну дробарку, однак після модернізації переконалися, що сучасна техніка значно спрощує процеси та дає змогу отримати якісніший результат.

– Нову дробарку застосовуємо вже кілька місяців. У попередньої були певні недоліки в конструкції, з німецькою ж все значно простіше. У бункер для дробленого солоду якраз поміщається засип на одну варку. Дробимо солод безпосередньо перед варкою – готуємо його максимум на завтра. Хороша дробарка повинна бути енергоефективною і при цьому високопотужною. Саме так працює це обладнання, тому процес дробіння тепер швидший, ніж раніше. Протягом останньої доби подробили вісім варок. Але модернізацію плануємо продовжити, зокрема, хочемо встановити бункер, який забезпечуватиме подачу солоду. Важливо автоматизувати процес, щоб пивовар міг усе налаштувати та перейти до іншої роботи. Головне – все робити настільки швидко, наскільки дає змогу обладнання. Адже ЦКТ треба заповнювати максимально швидко, витрачаючи на це не більше ніж добу, щоб дріжджі залишалися на фазі розброду. Якщо сусло додати вже після розброду, то процес загальмується, – розповідає Юрій Олексійовець.

Якісні складники для смачного пива

На Red Cat Brewery прагнуть налагодити процес так, щоб замовляти сировину під конкретні варки. При цьому особливу увагу звертають на її якість. Солод, хміль, вода та дріжджі – ті основні компоненти, які й визначають смак і якість пива.

Солод, який є основою, визначає смак і колір майбутнього продукту, тож важливо, щоб він був однорідним. До того ж дробарка налаштовується на певний розмір зерна. Солод пивоварня купує у різних виробників: Weyermann, BestMalz, Viking та Malteurop.

Хміль у процесі виробництва пива використовується лише натуральний. Якісний хміль постачають компанії UniTech, «Бір Майстер» та інші виробники.

Воду на пивоварні використовують з розташованої поблизу артезіанської свердловини завглибшки 650 метрів. Обов'язково проводиться й належна водопідготовка. Для варіння кожного сорту до води додають певні різновиди солей, аби забезпечити оптимальний баланс жорсткості. Скажімо, для пива типу Pilsner потрібна м'якша вода, для Stout – жорсткіша. Вирівнювання балансу дає змогу отримати максимально автентичний для певного типу пива смак.

Дріжджі на пивоварні зараз вирощують самостійно, розпочавши цей процес з дріжджів White Lab. Цю місію нині виконує головний технолог, відбираючи живу здорову клітину та вирощуючи дріжджі у лабораторії до виробничих обсягів. Кожен штам дріжджів ретельно зберігається у пробірках в холодильнику та регулярно оновлюється. Перед початком варки якість цього продукту ретельно контролюється.

Для окремих сортів напою додають ще деякі інгредієнти, як-то цедру від компанії CASTLE MALTING чи інші компоненти авторських рецептів.



Поки що – тільки нефільтроване

Наразі у броварні зосередилися на виробництві нефільтрованого пива, вважаючи, що фільтрованого напою на українському ринку нині представлений і так задосить. Та й у виробництві нефільтрованого продукту конкуренція доволі висока, зазначає Юрій Олексійовець.

– Щоб повернути «живий» смак і аромат, масові виробники використовують екстракти хмелю чи хмелеві масла. Ми ж намагаємося досягнути того, аби пиво було максимально освітленим без сторонніх включень, а осад лишився хіба що невеликий, дріжджовий. Модернізація також дала змогу під час фільтрації суслу запобігти потраплянню шматків шкаралупи, через поєднання яких з хмелем у пиві з'являється неприємний гіркий присмак. Свого часу про таку закономірність розповіли колеги-пивовари, – зазначає фахівець.

У варильному цеху броварні використовують ємності, розраховані на три варки. Ще на самому початку діяльності пивоварні обладнання для варіння спроектувала миколаївська компанія «Інтерпромтех». А нещодавно задля скорочення тривалості варок у цеху встановили додатковий суловарильний котел. Тож тепер процеси (затирання, фільтрація, отримання суслу, кип'ятіння суслу з хмелем, освітлення) відбуваються поетапно. Нині протягом доби на броварні можуть здійснюватися вісім варок. Працює також станція мийки, де нагріваються мийні розчини для очищення всього обладнання.





Прагнучи розширити коло шанувальників крафтового пива харківської броварні, на Red Cat Brewery обладнали й лінію розливу у пляшки. Її змонтували самостійно, придбавши необхідні комплектуючі, та створили індивідуальне програмне забезпечення.

– Коли вирішили встановити таку лінію, переглянули пропонувані варіанти. Однак відкинули їх через те, що під час розливу до пляшок потрапляє досить багато кисню. Тому наша лінія оснащена спеціальною системою, яка дає змогу мінімізувати кількість кисню в пляшці. Це наша індивідуальна розробка, тож зараз її тестуємо, а згодом, ймовірно, запатентуємо. Пиво у пляшках нині – дуже актуальний тренд, адже саме його вибирає молодь. На відміну від США, у нас не надто звикли до банки. А молодому поколінню важлива впевненість у тому, що напій стерильний, нерозбавлений. До того ж скло – це екологічний матеріал, оскільки воно піддається переробці, – розповідає фахівець.

Експерименти вітаються, традиції залишаються

Поза сумнівом, у галузь пивоваріння чимало коректив внесла пандемія. Однак період карантину став випробуванням, передусім, для відділу продажів Red Cat Brewery. Пивовари ж продовжують творити, пропонуючи поціновувачам крафтового пива його нові сорти та вдосконалюючи традиційні. Втім, навіть до «апгрейду» сучасним споживачам потрібно звикнути, каже пивовар.

Свого часу на броварні проводили експериментальні варки, використовуючи міні-ЦКТ, кожен з яких дає змогу отримати близько 45 літрів пива за одну варку. Проте зараз пивовари вже не мають часу на часті експерименти. Зате деякі експериментальні сорти здобули прихильність у споживачів. Скажімо, один із таких сортів на пивоварні готують щороку, коли проходить знаменитий Октоберфест. І хоч торік пивний фестиваль скасували через пандемію, пиво Oktoberfest від Red Cat Brewery традиційно з'явилося у продажу.

– Наш відділ маркетингу постійно проводить аналіз ринку, який і стає основою для визначення обсягів варіння того чи іншого сорту. Однак у пивоварів виникає й бажання спробувати щось, бо раніше такого ще не варили. От з цього й виходили різні експерименти – як вдалі, так і не надто. Скажімо, якось спробували зварити бланш, проте не змогли підібрати дріжджі для цього типу пива. Бланш повинен бути мутним, а наші дріжджі для цього не підходили. Тому пиво вийшло непоганим, але заявленому типу не відповідало. Не дуже вдалися спроби і з каркаде. Напій був цікавим, проте продавався мляво. Натомість з іншими експериментами потрапляли «у десятку» з першого разу. Якось спробували зварити пиво «Шайтан» з додаванням дуже великої кількості хмелю. Щоправда, собівартість напою вийшла високою. Експериментували і з шишками хмелю. Сподіваємося, що спробуємо зварити таке пиво і цього річ. Взагалі ж, коли експеримент вдавався, то такі варки часом практикували по кілька разів, – розповідає пивовар Юрій Олексійовець.

Були й інші цікаві експерименти. Наприклад, стаут з бобами тонка. Ці чорні ароматні боби додавали в сусло під час кип'ятіння. Чимало експериментів проводили і



з додаванням меду. А на час нашого візиту до броварні там якраз дозрівав імперський стаут. Наразі його об'єм невеликий, оскільки пивовари ще допрацьовують технологію. Тому про складники поки що не розповідають.

– Але напій буде потужним, – каже Юрій Олексійовець, зазначаючи, що постійні споживачі вже звикли очікувати на новинки. І якщо попит є, то лімітовані сорти стають постійними.

Натомість низку традиційних сортів пива пивовари готують вже багато років поспіль. Хіба що постійно поліпшують якість крафтового напою. Щомісяця на Red Cat Brewery варять вісім класичних сортів пива, а також ще два нові лімітовані стилі, використовуючи при цьому авторські рецепти.

Тут знаються на безалкогольному пиві

Окрім улюблених усіма традиційних сортів, на пивоварні освоїли й виробництво безалкогольного пива. Дегустуючи напій, переконуємося, що на смак воно майже не відрізняється від звичного для більшості алкогольного.

– Ми самі розробили рецептуру та вдосконалили її. От уже третю варку завершили. Підібрали дріжджі, які майже не виробляють спирт та отримали пиво з вмістом 0,4% алкоголю, згодом – з 0,5%. Щоправда, сусло одразу було дещо незрозумілим на смак, – розповідає Юрій Олексійовець.

Ще одна характерна риса фахівців з Red Cat Brewery – вміння креативно та швидко вирішувати непрості питання. Саме ця «суперсила» допомогла налагодити



співпрацю зі столичним хокейним клубом «Рулав Одд». У пошуках напою для забезпечення хокейного матчу представники клубу зверталися до елітних пивоварень. Однак їхнє замовлення – 600 пластикових пляшок пива по 0,5 л – виконати не взявся ніхто, оскільки на таких броварнях лінії розливу передбачають лише використання пляшок зі скла. Натомість на Red Cat Brewery непросте замовлення виконали за день, надавши клубу потрібну кількість пластикових пляшок з ексклюзивними етикетками. Пиво пішло «на ура», тож хокейний клуб має намір продовжити співпрацю з харківськими пивоварами.

Далі пивовар демонструє лінію розливу у кеги. Наразі вона повністю автоматизована. Вдосконалити систему допомогли фахівці з мелітопольської компанії LSGroup. Важливо, що перед заповненням кегів їх ретельно стерилізують паром. У результаті потрапляння повітря зводиться до мінімуму. Після розливу кеги відразу спрямовують в умови оптимальної для зберігання продукту температури – у холодильники.

Усі внутрішні процеси, які потребують лабораторного дослідження, відбуваються у власній лабораторії. Саме там фахівці вирощують дріжджі, проводять контроль засобів для миття та ін.

– Обов'язково ведемо журнали, де фіксується інформація про всі процеси, також перевіряємо всі сертифікати якості. Що ж до аналізів безпосередньо виготовленої продукції, то їх проводимо у сертифікованих лабораторіях, адже таких досліджень потрібно робити доволі багато. Звісно, можна придбати відповідне обладнання і проводити дослідження самостійно. Але потрібна ще й низка сертифікацій, атестацій. Тому це вигідно хіба що великим виробникам. Ми ж співпрацюємо з харківською лабораторією, де й проводимо всі дослідження продукції, – зазначає пивовар.



М. Харків
<https://redcat.ua>

«РЕЦЕПТ» УСПІХУ ПИВОВАРІВ – ЄДНАТИСЯ ТА ДОМОВЛЯТИСЯ



Щоб розвиватися в непрості часи, пивоварам варто не розраховувати на сприяння з боку держави, а об'єднуватися та домовлятися між собою, вважає засновниця броварні Red Cat Brewery Олександра РУДЬ. Адже свого часу, після введення ліцензування на гуртові продажі, вимоги пивоварів, які активно протестували, так і не були почутими.

– У нинішні складні часи влада повинна запропонувати пивоварам щось на кшталт акцизних канікул. Проте все відбувається навпаки – акциз лише підвищують. Тому вважаю, що нам потрібно створювати та розвивати асоціацію пивоварів України. Власне, ті форуми, які проводите ви, це і є така собі неформальна асоціація, де професіонали мають змогу поспілкуватися, обмінятися досвідом, дізнатися один про одного. Взагалі, у нашій галузі спільнота дуже дружня, в інших сферах таке рідко зустрінеш... Тому й варто домовлятися, інак-

ше масові виробники пива знищать крафтову спільноту. І демпінг тут – не вихід, адже він призводить до того, що крафтові виробники недозаробляють всередині нашого ринку. Доки ж ми демпінгуємо, транснаціональні компанії почуваються цілком впевнено та чекають, коли ми зійдемо з дистанції, – вважає Олександра Рудь, досвід якої у галузі пивоваріння та ресторанного бізнесу дає змогу робити ґрунтовні висновки про нинішню ситуацію у галузі.

Утім, свого часу засновниця Red Cat Brewery з пивоварінням познайомилася цілком випадково, долучившись до стартапу, у межах якого документально супроводжувала відкриття пивоварні та ресторану «Старгород». Тоді вперше й з'явилася ідея відкриття ресторану, у якому б варили пиво. Проте пошуки приміщення у Харкові, яке відповідало б усім вимогам, тривали доволі довго. Врешті, ідея еволюціонувала у відкриття броварні.

– Крафтове пиво ми почали продавати, коли ще й слова «крафт» ніхто не вживав. Ми ж не тільки готували якісне пиво, а й прагнули забезпечити не менш якісну доставку. Нерідко, привозячи пиво на місце, бачили, що умови там просто жохливі і наше пиво за добу просто «помре». Ось так і вирішили реалізувати свій продукт у власній мережі. Перший «ПивоБанк» відкрили у вересні 2012-го. Формат торгівлі у ньому був зовсім іншим: у магазині обладнали спеціальні камери, у яких підтримувалася температура 3-5 °С, приміщення були завжди ідеально чистими. Багато місця відвели під закуски, а на крани спочатку поставили не лише наше пиво, а й продукт від інших виробників. Таке практикуємо й зараз, хоч на більшості кранів все ж таки наші напої. Мережа розвивається досить стрімко, тож зараз маємо вже 70 магазинів. Франшизу продаємо в регіони: такі магазини є у Києві, Миколаєві, Слов'янську, відкривається «ПивоБанк» і в Краматорську... Дуже важливо, що магазин «ПивоБанк» змінив формат продажу пива, і такі умови, які запровадили ми, вже стали стандартом, – розповідає Олександра Рудь.

А згодом пиво з броварні таки почали продавати у власному ресторані. Пивний ресторан «Пробка» у Харкові відкрили у 2014-му – якраз у розпал війни. Понад половину персоналу закладу тоді набрали з переселенців зі Сходу, яким постійна робота дала змогу осісти на новому місці. Більшість з них працюють у «Пробці» й досі.

Концепція закладу – пиво та видовища, зазначає Олександра Рудь. Споживачам пропонують затишну атмосферу, хорошу кухню, виступи відомих рок-гуртів та кавер-груп. І, звісно, крафтове пиво. Ось так пивоварня і ресторан сприяють один одному у розвитку.

– Сподіваюся, що пандемія не вічна, й економічного росту ми врешті таки дочекаємося. Рік тому ми встановили два 18-тонні ЦКТ, ще під два заклали фундамент. Пиво у пляшках продаємо по всій країні, дуже активно розвивається інтернет-магазин. У перспективі прагнемо вийти й на супермаркети, для чого маємо намір досягти таких термінів зберігання без пастеризації та стерилізації, щоб поставити пиво на холодну полицю у маркетах. Ось це нині й є наша мета номер один, – зазначає засновниця броварні.



VETROPACK:

ЗАПАКОВАНО ЗІ СМАКОМ

Пиво – унікальний напій, який за популярністю у світі поступається лише воді та чаю, а серед алкогольних виробів взагалі забирає пальму першості. Наразі налічують близько 400 сортів пінного, проте найбільшою популярністю користується саме крафтове пиво – продукт виробництва пивоварень, над складом якого постійно експериментують пивовари, додаючи до базових інгредієнтів (води, солоду, хмелю, дріжджів) нові особливі елементи, що іноді можуть кардинально змінити смак.

І ось вам ще трішки фактів.

1. Європа – другий за величиною ринок пива у світі після Азії, у 2016 році рівень споживання пива дорівнював 495 мільйонів гектолітрів. Звичайно, порівняно з деякими не-європейськими ринками цей показник не такий вражаючий, однак все ж гідний уваги, якщо враховувати широкий асортимент напою.

2. За рівнем споживання пива Чехія (142 літри на людину) випередила Німеччину та Австрію (104 л) і зайняла перше місце.

3. До топ-десятки країн також входять Польща, Ірландія, Литва, Румунія та Естонія. На кожного українця щорічно припадає близько 55 літрів пива.

Можна сказати, що пиво – це улюблений напій мільярдів людей незалежно від їхнього віку, статі чи національної приналежності.

А крафтове пиво – це не лише унікальний смак чи експерименти з рецептурою, а й така ж сама унікальна упаковка. Тому майстри піклуються не лише про наповнення, а й про зовнішність. Приваблива етикетка та зручна пляшка відіграють величезну роль, адже, як у народі кажуть, «зустрічають по одязі, а проводжають по розуму». І тут на допомогу майстрам приходять лише найкращі.

Ідеальна упаковка

Асортимент продукції Vetropack налічує чимало видів скляних пляшок, котрі призначені для напоїв високої якості та мають свої власні

унікальні властивості для зберігання на полиці або при дегустації. Пляшки для пива, які виготовляє компанія «Ветропак Гостомельський склозавод», мають свій особливий вигляд, над яким працює велика команда проєктувальників і дизайнерів. І у разі, якщо клієнт не може знайти потрібну пляшку для свого крафтового чи спеціалізованого пива серед стандартного асортименту, компанія з радістю створить ексклюзивну й унікальну пляшку саме для цього пива.

Вирізнатися серед загального ряду пивних пляшок можна по-різному, наприклад, за допомогою нестандартного розміру. Попит створює пропозицію: місткість найбільшої пивної пляшки виробництва Vetropack становить 2 літри, найменшої – 0,25 л. Між ними можливі різні варіанти: 1,5 л, 1 л, 0,75 л, 0,66 л, 0,5 л, 0,4 л, 0,33 л і навіть ще більш нестандартні.

Ще один спосіб звернути на себе увагу майбутнього покупця – колірна гама тари. Як відомо, існує стандартний набір скла для пива – коричневе, синє, зелене та безбарвне. Важливо зазначити, що коричневе скло забезпечує максимальний захист від світла. Пропускання світла зеленим склом – на середньому рівні. Тому для зелених і безбарвних пивних пляшок додатковим захистом від дії світла є вторинна упаковка. До цього виду упаковки належать багаторазові традиційні пивні ящики, а також одноразові картонні коробки чи обгортковий папір.

Ще один фактор, який враховується під час вибору пивної пляшки, – її вага. Вона залежить від того, чи є пляшка багаторазовою або ж одноразовою. Перші мають бути більш міцними та масивними, тому їхня вага більша, ніж у одноразових, які завдяки сучасним технологіям стають усе легшими.

Усі ці чинники важливо враховувати під час створення упаковки, адже лише ідеальний баланс цих параметрів може створити ту особливу пляшку, яка полюбить мільйонам споживачів так само, як і її вміст.

Беззаперечні переваги

Унікальні властивості скла – це і є його беззаперечні переваги над іншими видами упаковки. Екологічність, привабливий зовнішній вигляд, ергономічність і здатність зберігати вміст у первозданному вигляді гарантують презентацію продукту споживачам у найкращому вигляді. Смак бурштинового напою принесе 100% насолоду, адже завжди буде залишатися свіжим, оскільки концентрація діоксиду вуглецю буде зберігатися на оптимальному рівні протягом тривалого періоду часу, а саме пиво не втратить своїх властивостей та аромату. Скляна тара нагадує сейф, котрий захищає усе дороге цінне, що знаходиться в ньому. 

vetropack 

www.vetropack.ua

РОЗШИРЮЮЧИ КОРДОНИ: ЯК УКРАЇНСЬКОМУ ПИВУ ЗАВОЮВАТИ РИНОК ІНШОЇ КРАЇНИ ТА НЕ ПОТРАПИТИ В ХАЛЕПУ

Світлана МЕЛЬНИК

Наприкінці квітня крафтове ком'юніті України об'єднав ювілейний X Форум пивоварів і рестораторів. Захід став платформою для зустрічі, знайомств і налагодження ефективного діалогу між всіма ланками пивоварного бізнесу на шляху до розвитку галузі та супутніх напрямів. Досвідчені пивовари й початківці, виробники технологічного обладнання, науковці та медіа – всі ділились ідеями та досвідом щодо розвитку пивоваріння, культури споживання напою через удосконалення власного бізнесу: від вибору сировини – до реалізації продукту.

Під час міжнародного Форуму пивоварів і рестораторів засновник Театру пива «Правда» Юрій ЗАСТАВНИЙ розповів про те, як крафтовий виробник може експортувати пиво та на що при цьому потрібно звертати увагу передусім.

ЗА П'ЯТЬ РОКІВ ПИВА, ЯКІ ЗВАРИЛИ В ТЕАТРІ ПИВА «ПРАВДА», ЗІБРАЛИ 16 МЕДАЛЕЙ У СВІТОВИХ ПИВНИХ КОНКУРСАХ. УКРАЇНСЬКИЙ КРАФТ ТЕПЕР СПОЖИВАЮТЬ У ВЕЛИКОБРИТАНІЇ, КАНАДІ, БЕЛЬГІЇ, АВСТРІЇ, ШВЕЙЦАРІЇ ТА НЕ ЛИШЕ.

Загальноприйнята думка про те, що в експорті важливий документообіг і українське законодавство – фактично міф, стверджує засновник Театру пива «Правда» Юрій Заставний. І додає, що якби питання експорту було зав'язане лише на цьому факторі, то проблем з реалізацією продукції за кордон фактично й не було б.

– Насправді, ось цей фактор не створює жодних проблем, – наголошує Юрій Заставний. – Ключову роль у експорті крафтового пива відіграють, здавалося б, банальні речі: санітарія, якість, відповідальність. Якщо у вас з'явиться покупець з-за кордону, який щиро хоче пити ваше пиво, то достатньо буде невеликого контракту та базового пакету документів, який реально зробити, якщо ви чесне і легальне підприємство. Звісно, у вас має бути й сертифікат якості, сертифікат походження пива, експортна ліцензія, але отримати ці документи нескладно.

Втім, за словами експерта, першочергово дистриб'ютор хоче продавати пиво терміном зберігання від одного року.

– Важлива складова – санітарія на виробництві, яка і є головною запорукою тривалого терміну придатності. Якщо ваше пиво не може зберігатися без втрати смаку, кольору, аромату менше, ніж хоча б пів року, то з вами ніхто навіть не говоритиме. Тому історія про успішний експорт – це не секрети реклами чи маркетингу. Мова не йде й про нашу питому українську специфіку. Спочатку важливо організувати базові фундаментальні речі на виробництві, а тоді вже й можна подбати про цікаві українські пивні експерименти. Так, крафтове пивоваріння передбачає новизну, пошук і внутрішню свободу. Але при цьому пивовар має відповідати за кожен етап виробництва, без цього жоден експорт не буде можливий.



ЕТИКЕТКА ВАЖЛИВА ПЕРШ ЗА ВСЕ ДЛЯ ВИРОБНИКА. ВІН МОЖЕ ВКЛАСТИ У НЕЇ СЕНС ТА ІСТОРІЮ, ЗРОЗУМІЛУ В СВОЇЙ КРАЇНІ ЧИ МІСЦЕВОСТІ. АЛЕ НЕ ВАРТО РОЗРАХОВУВАТИ НА ТЕ, ЩО ПРИ ЕКСПОРТІ ЗА КОРДОН ЕТИКЕТКА ВІДІГРАЄ ВАЖЛИВУ РОЛЬ: СПОЖИВАЧ ПЕРЕДУСІМ ОЦІНЮЄ СМАК ПИВА.

Від підготовки продукту до експорту, пошуку дистриб'ютора та вирішення логістичних питань може пройти кілька тижнів, а то й місяців. Але, як зазначає фахівець, пиво з «Правди» більше зацікавило іноземців лише після того, як продукт почав отримувати міжнародні медалі та відзнаки на пивних конкурсах.

– Перші наші спроби відправити пиво на міжнародні конкурси теж не завжди були успішними. Приміром, одного разу зразки на дегустацію у Брюссель наш пивовар особисто доставляв літаком. Але ще кілька років тому на міжнародних конкурсах часто працювали дистриб'ютори, котрі відбирали собі цікаві та перспективні зразки пива, а потім контактували з пивоварнями та замовляли продукт. Не обійшлося у таких міжнародних поїздках і без курйозів: одного разу наш друг і власник компанії Berryland Віталій Карвига відправляв свої зразки сидру на дегустацію в Амстердам, а ми в той же час відправляли пиво у Брюссель. За кілька днів я отримую фото від Віталія з Амстердаму, де на фоні він і мій ящик пива. Очевидно, його сидр тоді поїхав у Брюссель. Тому, перш ніж мислити про глобальні речі, необхідно розуміти, що проблеми можуть зустрітись ледь на не рівному місці.

ЛОГІСТИКА: КУДИ ПРЯМУЄ ПИВО З УКРАЇНИ

З будь-якої точки Європи в іншу доставка повнонаповненої палети коштує 150 євро, розповідає Юрій Заставний і до-

дає, що доставка такої ж палети зі Львова до Перемишля (перше місто у Польщі після кордону з Україною) обійдеться у два рази дорожче, не враховуючи вартості розміщення товару.

– Коли ми відправляли пиво в Італію, то воно спочатку прямувало в Естонію, а тоді вже – до кінцевого місця призначення. Суть такого маршруту не завжди зрозуміла, а от втрати часу – відчутні. Якщо звичайною фурою товар можна було б доставити приблизно за одну-дві доби, то у такий спосіб пиво їде приблизно десять днів. Ще одна проблема експорту – технологічна. Експортне пиво відправляється за кордон у спеціальних пластикових кегах. Такий одноразовий кег коштує всього вдвічі менше, ніж крадений європейський металевий. Якщо порахувати, то пластикова якісна технологічна тара, що не пропускає кисень, у Європі коштує 13 євро. Але, коли ми її доставляємо з Нідерландів на завод й потім веземо з пивом туди та назад, то вона нам обходиться в 19 євро. Відповідно, ціна пива зростає.

ЕКСПЕРТ ВИОКРЕМЛЮЄ ДВА ВАРІАНТИ РОБОТИ З ПЛАСТИКОВИМИ КЕГАМИ. МОЖНА КОРИСТУВАТИСЯ ЗВИЧАЙНИМИ ПЕТ КЕГАМИ, КОЛИ ПИВО ВІДРАЗУ НАЛИВАЮТЬ У ТАРУ, АБО Ж ПРАЦЮВАТИ З КЕГАМИ, ЯКІ ВСЕРЕДИНІ ОСНАЩЕНІ СПЕЦІАЛЬНИМ ВНУТРІШНІМ МІШКОМ. ТОДІ ПИВО НАЛИВАЮТЬ ЗА ДОПОМОГОЮ ЗВИЧАЙНОГО КОМПРЕСОРА ЗА АНАЛОГІЄЮ НАКАЧУВАННЯ КАМЕРИ ФУТБОЛЬНОГО М'ЯЧА.

Юрій Заставний пригадує, що в один і той самий крафтовий паб у Парижі пиво з «Правди» відправляли три рази різними методами, але жодного разу пиво так і не дійшло до замовника.

– А буває й так, що складні логістичні маршрути стають занадто дорогими й невідгідними. Кілька років тому на міжнародній виставці BrauBeviale ми познайомилися з професійним дистриб'ютором з Австрії. Він працював з понад 1000 барів і ресторанів у кількох країнах. Обмінявшись досвідом і нашим пивом, він вирішив відправити зразки «Правди» у Францію, а звідти його французький колега доставив наше пиво до Канади. Фінал у цієї історії дуже неоднозначний:

ми втратили на цій угоді 7000 євро. Дистриб'ютор збанкрутував. А пиво залишилось у Канаді на так званому консерваційному складі провінції Альберти, з якого його можна було продавати. Але зберігання пива – платне: якщо коштів від продажів вистачає, то претензій до виробника немає, а якщо бракує, то ми маємо посилати до провінції чеки на оплату за зберігання пива. Тепер у мене на столі є окреме місце для зберігання чеків від національного банку провінції Альберти, і я можу отримати гроші за продане пиво, а це близько 2 тисяч канадських доларів, тільки тоді, коли особисто прийду у банк Альберти.

За словами засновника пивоварні, пиво з «Правди» відправляли у 14 країн. Першими українське пиво спробували у Чехії, найуспішнішою в плані експорту стала Німеччина, а от найтриваліша співпраця пивоварні – з бельгійськими споживачами.

– Експорт – це цікава подорож, пригода, яка може бути і сумною, і збитковою, і виснажливою. Але важко знайти підходящі слова до тих емоцій, які ти відчуваєш, коли йдеш центром Брюсселю і в одному з місцевих пабів помічаєш, як люди смакують український імперський стаут, – каже засновник Театру пива «Правда».

| А ЩО З ГРОШИМА?

Юрій Заставний додає, що отримувати дохід на експорті реально. Але лише в тому випадку, коли твій продукт здатний на рівних конкурувати з пивоварами з усього світу:

– Ми продаємо наше пиво без урахування ПДВ та акцизу за ціною 0,7-1,5 євро за пляшку об'ємом 0,33 літра. Це ціна, яку ми отримуємо як виробник. Важко сказати, де в Європі найбільше люблять українське пиво, адже успіх реалізації товару передусім залежить від компетентного дистриб'ютора. Власне, продукт з маркуванням Made in Ukraine не викликає шаленого ажіотажу в європейців. Виняток може становити ностальгічний імпорт, коли житель України, приміром, купує «Оболонь» у Нью-Йорку, тому що це пиво він пив, коли жив вдома. Або пиво з географічною прив'язкою може більше цікавити тих поціновувачів, які спеціально полюють за різноманітним асортиментом. Та все ж, більшість споживачів перш за все цікавить якість продукту.



ДОСТУПНА ТАРА ДЛЯ ВАШОГО НАПОЮ

- » Пет кеги 20 літрів
- » Пет кеги 30 літрів
- » Аксесуари до пет кег

ПИВНЕ ОБЛАДНАННЯ РУЧНОГО РОЗЛИВУ

Ізобаричні машини розливу пива з продуктивністю від 150 до 500 пляшок на годину



04073, Україна, Київ
проспект С. Бандери 21,
офіс 416
+38 044 467 76 29,
+38 044 467 76 04
www.mct.company
mctcompany.com@gmail.com



«КАЧКА BREWERY»: ОДЕСЬКИЙ КРАФТ, ПОКЛИКАНИЙ ПРИНОСИТИ ЗАДОВОЛЕННЯ!

Дарина ДУБИНКА

Як народжується успіх? Навколо цього питання досі точаться запальні дискусії, його рецепти продаються на численних курсах, а віртуальними картинками майорять стрічки соцмереж. Ми вирішили з'ясувати, з чого насправді народжується успіх, і дослідили це на прикладі одеської пивоварні «Качка Brewery», яка 2021 року увірвалася в списки переможців East European Beer Award на потужній швидкості. Адже для самих себе, молоді амбітної броварні версії ще 2020-го, відразу два золота, срібло та бронза дегустаційного конкурсу – це величезний результат. Це успіх, у якому закладоване навчання, поступовий розвиток і відпрацювання рецептур тривалістю 5 років.

Тож як зварити переможне пиво й обійти флагманські пивоварні країни, наша редакція з'ясувала в Одесі. Засновник і пивовар-технолог «Качка Brewery» Максим БОРИСЕНКО поділився інсайдами, відкрив двері на виробництво та дозволив зазирнути у майбутнє пивного бренду.

| Передмова

Знайомство проєкту Beer. Technologies&Innovations з «Качка Brewery» почалося з Дегустаційного конкурсу 2019 року. Наша дружба продовжувалася впродовж цих років і ставала місцем на форумах та інших заходах. Ми розуміли – ось новий представник сучасного пивоварного ком'юніті України.

До «золота» пивоварня ще двічі брала участь у Міжнародному Дегустаційному конкурсі пива East European Beer Award і виборола 3 нагороди. У 2019-му «срібло» отримало пиво Saison у категорії Belgian Style Ale, а у 2020-му – ще одна срібна медаль за Saison у тій же категорії, а також «бронза» за Tripel у категорії Belgian Strong Ale.

Прекрасні результати для молоді броварні, яка конкурує на рівні досвідчених і визнаних крафтових пивзаводів. Здорова конкуренція й одночасно спілкування та обмін досвідом між колегами надали потужний стимул для розвитку. Цей досвід ліг на родючий ґрунт: щирого захоплення засновника «Качка Brewery» пивоварінням, навчання у Чехії та початку власного шляху в пивному бізнесі.



Де створюються переможні пива?

Пивоварня «Качка Brewery» – це частина сімейного бізнесу. Спочатку засновники прагнули побудувати ресторан-пивоварню в історичній будівлі міста, але через юридичні тонкощі вирішили зводити окремий невеликий пивзавод, при якому працює гастропаб.

Тут встановлене обладнання словацької компанії Techimrex потужністю до 300 тис. л/рік. Європейська якість оснащення доповнюється чеською пивоварною освітою та практикою пивовар-технолога Максима БОРИСЕНКА:

– Я ніколи й не підозрював, що колись буду займатися пивоварінням. Розумів, що працюватиму в галузі ресторанного бізнесу, яким займаються мої батьки. Після школи вступив до економічного університету, а магістратуру за фахом «Менеджмент» закінчував уже в Канаді. Повернувшись до Одеси, я кілька років працював адміністратором у закладах батьків. І вже у 2014-2015 роках в мене з'явилася ідея відкрити пивоварню та пивний ресторан. Тоді сам почав вивчати тему: читав, дивився навчальні відео, їздив на фестивалі. Поштовхом до роботи в пивній галузі стали курси Київської пивної ліги. До цього я навіть не думав, що пиво – такий же благородний напій, як і вино, можливо, навіть багатогранніший.

Максим ідеєю дуже загорівся, тож поїхав до Праги, де працював на двох пивоварнях. Це був глибокий практичний досвід. Кожна чеська пивоварня береже свої секрети, якими ніхто не ділиться через потужну конкуренцію. Українцю ж пощастило отримати цінні знання! Коли Максим Борисенко повернувся до Одеси, завод уже був встановлений і готовий до використання, тому з 2017 року методом проб і помилок він працює в пивоварінні.

І вже на East European Beer Award-2021 «Качка Brewery» – серед зіркових пивоварень! З «золотом» у категоріях IPA та Special Beer (за сорт барлівайн), «сріблом» у категорії Belgian Style Ale за сорт Saison та «бронзою» у категорії Witbier за бельгійський бланш.

Прагнути до досконалості можна нескінченно

За словами Максима Борисенка, конкурс, насамперед, допоміг зрозуміти, куди він рухається. Це показник і для команди, яка розуміє, що працює під керівництвом людини, яка горить любов'ю до власної справи. А перемоги демонструють, що вони роблять справді класний і впізнаваний продукт.

Рецептуру сортів бельгійський бланш та IPA на пивоварні не змінювали впродовж декількох років, тільки шліфували власну майстерність у виготовленні пива. Кажуть, коли гості йдуть до пивоварні або ресторану за певним продуктом, вони чітко уявляють його смак, тож важливо виправдати їхні очікування.

Це як пісня зі своїм початком, серединою й закінченням, порівнює пивовар. На початку пивовар візуалізує те, яким пиво буде вже у пляшці. Залежно від цього добирається жорсткість води, технологію варіння, солодовий і хмелевий купажі, штам дріжджів, температура бродіння.

– З рецептурою IPA я довго експериментував, – розповідає Максим. – Змінював хмелеву закладку, замовляв різні хмелі, комбінував їх, додавав різні солоди. Мав багато методів, проб і помилок. І зупинився на купажі з п'яти сортів хмелю: Simcoe, Galaxy, Mosaic, Citra, а також



«Сладек». Технологій охмелення сорту IPA існує багато, процес досить трудомісткий. Тоді я вирішив, що треба обов'язково замовляти хмелеву ракету, тому що це дуже важливо. «Ракета» для сухого охмелення обійшлася нам у 80 тис. грн. Але думаю, що саме завдяки їй наша IPA завоювала «золото» в цьому році. За допомогою цього обладнання пиво добре перемішується і широким смаком хмелю насичується кожна крапля пива.

Хміль для «Качка Brewery» замовляється з Австралії, США та Європи. Вітчизняну сировину тут не використовують, кажуть, не хочуть ризикувати. На щастя, в Україні з кожним роком стає все більше пропозицій. А от споживчі смаки, з досвіду одеських пивоварів, поки що залишаються незмінними – українці полюбують більше солодкості, хмелеву гірчинку також поважають, але надто гірке пиво не питимуть. Тому тут намагаються знайти золоту середину, адже впевнені – пити пиво має бути приємно.

І саме з цієї ж причини в гастронабі обладнали в підвальному приміщенні холодну кімнату для зберігання пива, звідки воно прямо на крани подається свіжим та охолодженим. Проєкт колд рум розробляла та впроваджувала вітчизняна компанія MagNum-beer. Зараз вся система працює, як годинник, каже засновник пивоварні.

Від споживання пива потрібно отримувати задоволення

Дріжджі – окремий пункт для експериментів зі смаками. На одеській пивоварні використовують дріжджі компанії Fermentis. Пивовар-технолог наголошує, що вже працював зі всіма штамами з французької лінійки й залишився задоволений результатом.





– Коли я робив барлівайн, він визрівав 9 місяців. До того його смак був схожий на сливову наливку. Нічого схожого з пивом не було. Я думав, що це повний провал. Через пів року сталося диво: воно стало прозорим, чистим і в результаті посіло перше місце на дегустаційному конкурсі, що було для мене дуже великим відкриттям і щастям. Варка, що тривала 10 год, і бродіння, яке тривало 10 днів з абсолютно невідомими для мене штамом дріжджів, – це був експеримент, який я проводив уперше, – розповідає пивовар.

Другим секретом цього пива Максим вважає витримку на спеціальних брикетах від української компанії WOOD-International. Вони пришвидшують процеси та водночас дають природний результат. Технологія обпалення бузінаж запатентована у Франції та захищена у 10-ти країнах світу. Завдяки градієнтному обпаленню щепа для витримки надає напоям комплексний смак. Аромати та смаки варіюються відповідно до ступеня обпалення брикетів: від кокоса, ванілі та фруктів – до насиченого аромату диму, перцю.

– Мене вразила почута на форумі історія про те, як завдяки використанню цих брикетів французький винороб виборов «золото» на престижному дегустаційному конкурсі. Хоча до цього використовував традиційну технологію та витримував вино в дубових бочках, – згадує Максим Борисенко. – Ми також взяли «золото» дегустаційного конкурсу, і надалі збираємося використати брикети, на яких витримувався цей барлівайн, для витримання нового сорту – імперського стауту. Такі прийоми дозволяють нам створювати різні сорти в незвичному «прочитанні». Для мене найкращий показник, що пиво вдалося на славу, – коли людина, яка не п'є пиво зовсім, куштує і каже: «Ого, я такого ще ніколи не пив, мені подобається!»



Плани народжуються з міксу тенденції та одеського колориту

В чек-лісті пивоварного бренду ще багато експериментів, а також роботи, спрямованої на шліфування якості продукту та бізнес-процесів підприємства. Для гастропабу та ресторанів планують розробити фудпейринг і навіть каталог з найкращими поєднаннями. В Одесі, зізнаються, культура споживання пива ще не настільки розвинута, тому потрібно працювати зі споживачами. Однак акцент залишиться на європейській кухні з одеським колоритом. Це шефам гастропабу вдається на ура: наприклад, піца з тюлькою замість артишоків гостям дуже смакує.



Амбітним починанням стане нове безалкогольне пиво, штаб дріжджів для якого вже підібрали. Тут впевнені, незабаром воно стане дуже популярним. Наразі ж багато хто не п'є таке пиво, бо вважає його несмачним. Проте крафтовики мають намір довести протилежне. Вони впевнені, що підростає покоління, яке вестиме здоровий спосіб життя. Пити вони будуть менше, але напої обиратимуть якісніші, за які готові будуть платити.

Наприклад, в Америці, звідки до нас із запізненням доходять пивні тренди, зараз дуже популярне слабоалкогольне пиво з різними смаками. В «Качка Brewery» вже експериментують з такими сортами. Збираються варити кислий сауер ель з фруктовим пюре з манго чи маракуї.

Паралельно з розширенням лінійки пива триває й робота над візуалом бренду. Тут прагнуть створити дизайнерську етикетку та розливати пиво у пляшки.

Це новий рівень бізнесу, а також нагальна потреба, яку висвітив карантин. У «Качка Brewery» активізувалася доставка та замовлення онлайн, розповідає засновник закладу:

– Локдаун ми перенесли нормально. Не так катастрофічно, як це могло бути, тому що всі заклади – наша власність. Ми запустили доставку своїми кур'єрами на мопедах та через службу таксі, а також працювали на виніс. Як не дивно, під час карантину пиво пили дуже добре. Загалом це було складно, адже ми втрачали дуже багато прибутку порівняно з попередніми роками. Але ми готові рухатися далі!

м. Одеса, вул. Чорноморського козацтва, 121
тел.: +38 094 996 20 10
www.alpina.od.ua

ПРОИЗВОДИТЕЛЬ И ДЕКОРАТОР
ПОСУДЫ

PARTNER DECOR UKRAINE

Медуха Андрей

+38(067) 009 00 30

РУКОВОДИТЕЛЬ НАПРАВЛЕНИЯ

sda@partner-a.com.ua

ТРЕНДИ У КРАФТОВОМУ ПИВОВАРІННІ: АКЦЕНТ НА ДОДАВАННЯ ФРУКТІВ І НАТУРАЛЬНИХ ІНГРЕДІЄНТІВ



Алла ПОНОМАРЕНКО, керуючий партнер Alta Kraina (ТОВ «Катанзаро Євразія»), поставальник концентрованих соків, пюре, основ, компаундів, емульсій та інших інгредієнтів

Хіла БЕНТМАН, міжнародний бренд менеджер Gat Foods (Ізраїль), виробник фруктових концентрованих соків, основ, компаундів

Цьогоріч наша компанія вперше взяла участь у Х Міжнародному Форумі пивоварів і рестораторів. Із задоволенням хочу відзначити високий рівень організації та якість українського крафтового пива, яке презентували на дегустаціях. На Форумі ми представили основи та компаунди для фруктового пива (виробництва компанії GAT Foods, Ізраїль). Продукт новий для українського ринку, проте з огляду на світові тренди споживання алкогольних і слабоалкогольних напоїв – дуже затребуваний.

При розробці лінійки фруктових основ для пива і сидрів велику увагу ми приділяємо тенденціям споживання цих напоїв у різних країнах, стежимо за появою цікавих новинок і, звичайно ж, особливостей і вподобань українських споживачів.

За останні роки крафтовому пиву вдалося зайняти стійкі позиції на українській пивній арені, хоч досі його споживання в основному обмежене великими містами. Незважаючи на те, що кількість крафтових пивоварень зростає, а різноманітність пропозицій збільшилася в рази, ці продукти, як і раніше, залишаються недоступними для значної частини споживачів, що обмежує потенціал зростання сегменту.

З іншого боку, тепер у споживачів є альтернатива – сидр, який до цих пір показує до 20% приросту в рік.

Стимулював зростання ринку й фактор здоров'я, який почав відштовхувати споживачів від напоїв з високим вмістом алкоголю до слабоалкогольних і часто з додатною користю.

В обох сегментах окремо стоїть категорія фруктових або ароматизованих напоїв. Жінки і молодь хочуть відчувати в бокалі не просто пиво або сидр, а смаки екзотичних фруктів чи аромати запашних трав.

Що ж відбувається з категоріями «пива» і «сидрів» у світі?

За даними GlobalData, в сегменті алкогольних напоїв спостерігається кілька основних трендів. Як і раніше, виробники роблять усе можливе, щоб зберегти інтерес до своїх продуктів, викликати захват у споживачів і підігрівати їхню цікавість новими незвичними смаками та ідеями. Все заради того, щоб утримати і збільшити лояльність споживача.

У категорії пива та сидрів в першому кварталі 2021 року можна виділити два основні тренди. Передусім, це **унікальні аромати й інгредієнти**: саме фруктові смаки пива та сидрів підсилюють «натуральність» у позиціонуванні продукту.

Цей тренд був найбільш помітним упродовж останніх місяців. Дані GlobalData показують, що 16% споживачів пива обирають саме фруктові смаки. А серед мілленіалів кількість любителів таких напоїв збільшується до 22%. Крім того, більш ніж 2/3 споживачів шукають алкогольні напої з вмістом **натуральних інгредієнтів** або повністю виготовлені з них, зокрема з додаванням фруктів і трав.

ЦІКАВІ ПРИКЛАДИ

SOUTHERN BELLE PEACHES AND CREAM BERLINER WEISSE STYLE ALE, CANADA

Класичний ель, виготовлений з додаванням персикового соку, лактози, цукру та ванілі. Виробник взяв за основу традиційну комбінацію цього регіону (персик з вершками) і зміг майстерно перенести її на алкоголь.

BLUE MOON LIGHTSKY, CITRUS WHEAT BEER, USA



Це пиво рекламується як «зварене з натуральним танжеринном», причому акцент робиться на природних смакових властивостях цитрусових. Використання шкірки танжерина при варінні пива робить напій натуральним з характерним і яскравим смаком. Така концепція приверне увагу споживачів, які уникають напоїв зі штучною або ненатуральною ароматикою. Аналогічні приклади є і в Україні. Мені приємно зазначити, що з використанням наших фруктових пюре і компаундів вже випущене пиво зі смаками персика, полуниці, малини і манго.



ВИ ЗАКОХАНІ У ПИВО, МИ ЗАКОХАНІ У ФРУКТИ!



Додайте яскравих
смаків у різноманіття
напоїв з нашими
натуральними
фруктовими
компаундами!

Фруктові основи та компаунди.
Концентровані соки. Ємульсії.

Gat Foods -IBBL (International Beer Breweries Ltd.),
www.gatfoods.com, info@gatfoods.com,
Tel: +972-54-6361987
Offices: Israel, China, Russia, India,
Romania, Ukraine.

Катанзаро Євразія (Alta Kraina) -
офіційний представник GAT Foods, Ізраїль
office@altakraina.com / www.altakraina.com
Tel: +380487373712, +380674852285
Одеса, вул.Комарова 10.



BADEN BADEN, CILANTRO AND ORANGE EXTRA WHEAT BEER, BRAZIL

Пшеничне пиво, «приправлене» кінзою і апельсином. Це незвичайне поєднання смаків, ймовірно, сподобалося споживачам, які люблять експериментувати та завжди шукають щось нове. Поєднання фруктів і трав надає напою певну вишуканість і гостроту смаку.

LAZY PANDA'S HONEY AND MANGO NON-ALCOHOLIC BEER, POLAND

Це безалкогольне пиво подарує споживачам незвичайний аромат меду та манго. Поява нових смаків у безалкогольних сегментах свідчить про інтерес виробників до цього сегменту та їхнє бажання охопити більшу аудиторію.

Іншими цікавим трендами, які впливають на розвиток пивної індустрії, є **новизна продукту, здоров'я і благополуччя споживачів, етика виготовлення**.

Все це використовується, щоб покупець відчував ще більше морального задоволення від своєї покупки.

Покупцям подобається розуміти та приймати свої споживчі звички (to feel good about consumption habits). Тому, коли справа доходить до алкоголю, така покупка може викликати почуття провини. Цього можна уникнути, якщо позиціонувати продукт як екологічно безпечний або як соціально відповідальний бренд. Дослідження показали, що 2 з 5 покупців алкоголю в світі (в Україні цифри можуть відрізнятися) часто або завжди знаходяться під впливом того, наскільки екологічно чистим, натуральним, соціально відповідальним та етичним є бренд.

Ще одна стратегія, яку можна використовувати для залучення покупців, – **створення переваги продукту для здоров'я та гарного самопочуття споживача**. Особливо яскраво цей тренд почав розвиватися останніми роками після пандемії COVID-19. Сюди можна віднести такі знахідки виробників, як заяву про відсутність глютену, акцент на використанні виключно натуральних інгредієнтів на основі фруктів, рослин і трав. Усе це може додати пиву «ореол» здоров'я. За дослідженнями GlobalData, 68% споживачів вважають, що якщо в складі напою зазначено «екстракти рослин», то він корисний для організму. Крім того, як і раніше, залишаються актуальними теми про **підвищення імунітету, вмісту вітамінів** у напоях і увазі до свого здоров'я. Споживачі намагаються зберегти свою імунну систему сильною і витрачають значно більше коштів, ніж раніше, в продукти, які можуть в цьому допомогти.

ЯСКРАВІ ПРИКЛАДИ

HOEGAARDEN CHERRY BLOSSOM WHEAT BEER, USA

Додаючи аромат квіток вишні в своє пшеничне пиво, Hoegaarden загострює увагу на незвичайному смаку, який сподобається любителям експериментувати. Описаний як фруктовий, злегка солодкуватий і терпкий напій здається більш натуральним і корисним.

BALTICA RASPBERRY NON-ALCOHOLIC BEER, RUSSIA

Це безалкогольне пиво зі смаком малини насичене вітамінами В, С і Е. Продукт продається як пиво, яке підвищує енергію, що дає можливість говорити про «додаткову функціональність» напою. Наявність вітамінів і відсутність алкоголю особливо приваблює споживачів, які піклуються про своє здоров'я.

ST PETER'S BREWERY FLAVORED GLUTEN FREE BEER, UK

Пиво зі смаком шоколаду міцністю 6,5% з нотками кави та ванілі рекламується як безглютенове. Ідеальне рішення для споживачів, які не переносять глютену, або просто для тих, хто любить міцне пиво з приємним смаковим профілем.

SEVEN BROTHERS CHICAGO TOWN BEER, UK



Приклад об'єднання двох брендів: пива (Seven Brothers Brewery) та піци (Chicago Town Howey BBQ Pizza). Творці цього смаку надихнулися солодкою медовою піцою BBQ. Пиво з міцністю 4% зварене на медовому соусі, тому продається як гарне доповнення до цієї піци. Це привертає цікавих споживачів, які прагнуть досліджувати поєднання насичених страв і напоїв і створювати свої варіанти food-pairing. Така співпраця

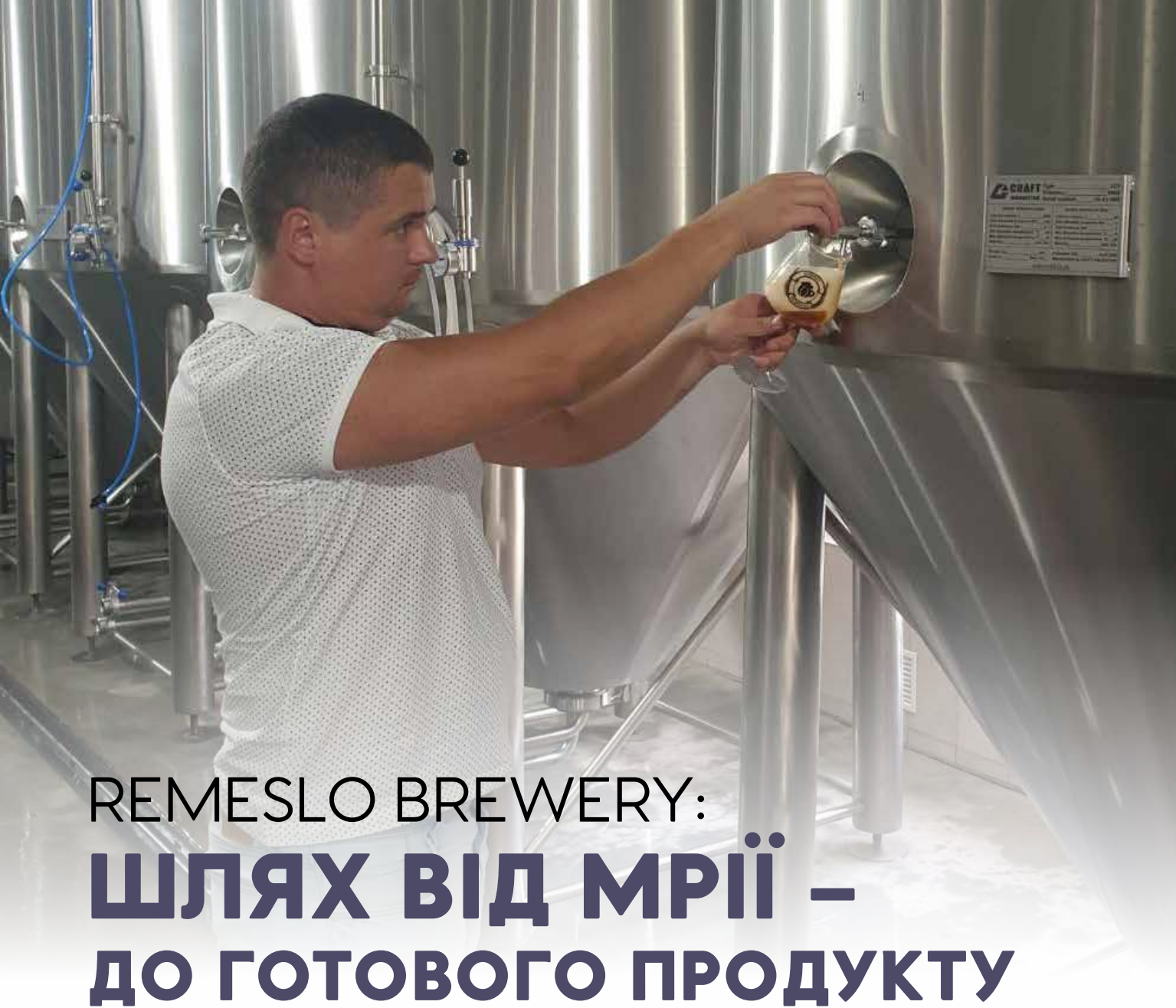
двох брендів також підкріплює стійку довіру до продукту, яку споживач може мати до знакового/відомого бренду. На українському ринку поки немає подібних яскравих прикладів. Але, може, незабаром ми побачимо міцне темне пиво, створене «для» закарпатського бограча, або пшеничне пиво, зварене «для» поєднання з одеською камбалою.

Маркетологи нашої компанії дуже уважно стежать за всіма новинками та споживчими перевагами. Всі вищенаведені приклади не є викликами для наших спеціалістів R&D. Для лінійок сидрів і пива у нас розроблені компаунди з вмістом натуральних соків, екстрактів з трав і додаванням екзотичних рослин. Асортимент дуже широкий: від смаку персика та груші в звичних нам поєднаннях або в міксі з ароматами запашних трав – до екзотичних лайма-лічі, смаку троянди або міксу апельсина з імбиром. Особливим попитом зараз користуються смаки манго та маракуї. Цей смак увірвався в ринок напоїв України минулоріч і вже починає широко розвиватися в слабоалкогольному сегменті (в нашому портфоліо представлений смаками манго-маракуя, манго-лайм, манго-м'ята, маракуя-огірок та ін).

Інноваційним продуктом компанії GAT Food також є лінійка, розроблена провідними барменами Ізраїлю і Франції. Це фруктові безалкогольні основи, що повторюють смаки відомих коктейлів: Mojito, Strawberry Margarita, Blue Hawaii, Limonchella тощо. Ці інгредієнти можна використовувати в поєднанні з сидровою базою, отримуючи сидр зі смаком відомого коктейлю.

Ми в Alta Kraina та наші партнери з GAT Foods (Ізраїль) у своїй роботі керуємося правилом – надати нашим клієнтам максимально можливий і професійний сервіс. Тому з самого початку і до моменту поставки інгредієнтів наші клієнти отримують професійну консультацію та підтримку від технологів, розробників R&D, виробничих менеджерів і навіть маркетологів. Gat Foods поставляє свої фруктові концентровані соки, пюре, бази та компаунди в 138 країн світу і має величезний досвід створення та імплементації інноваційних смаків.

Ми, зі свого боку, раді поставляти на український ринок якісні та виключно натуральні інгредієнти для наших споживачів. Будемо раді відповісти на всі ваші запитання та створювати нові смаки пива, сидрів й інших напоїв для вітчизняного ринку.



REMESLO BREWERY: ШЛЯХ ВІД МРІЇ – ДО ГОТОВОГО ПРОДУКТУ

Богдана ТРОФІМЮК

У когось мрія – втілення в реальність найкарколомніших проєктів, у когось – розмірений поступ уперед без рвучких рухів, без злетів і падінь, комусь же мрію формулюють обставини, які упродовж певного часу спонукають шукати виходи з конкретних ситуацій.

Так було у **власника пивоварні Remeslo brewery Володимира МАРЧЕНКА**. Ідею створення своєї пивоварні він виношував ще з 2015 року, відколи відкрив перший пивний магазини.

– Ми з успіхом працювали з пивоварнями до певного моменту, коли нам почало катастрофічно не вистачати пива. Але не всього, а лише того, яке нам потрібно, саме тих сортів, на які був попит, адже нам підходить не все пиво, яке існує в Україні, – згадує Володимир. – Ясна річ, коли ти маєш пивні магазини, то вже можеш проаналізувати, який сорт є найбільш популярним у відвідувачів і хто саме його купує. Але коли пивоварня постачає тобі саме того потрібного пива обмежену кількість, а поціновувачі напою щоденно питають про ньо-

го і ти змушений відмовляти, то за якийсь час ненароком можна позбутися постійних клієнтів. Тому-то у нас і з'явилися думки відійти від залежності від сторонніх пивоварень і збудувати свою власну пивоварню, щоб розвивати нашу мережу далі. І у вересні 2019 року ми заклали першу цеглинку у нашому проєкті – придбали приміщення та домовилися про обладнання з компанією Craft Innovation.

Зважитися варити пиво – зважитися на успіх

І ось влітку минулого року на Remeslo brewery почали варити перші два сорти пива, у яких відчували гостру потребу. Це пиво відразу розкуповувалося і проблем з реалізацією не було.

– А оті сорти інших пивоварень, які ми продавали протягом 5-ти років, ми відтворили, але не зовсім: ми зробили їх кращими та яскравішими. І все пішло-поїхало! Цьогоріч ми розширилися колосально, – розповідає Володимир Марченко.

За словами засновника, карантинний 2020-й рік вплинув на роботу всіх галузей і на функціонування як великих пивоварних компаній, так і крафтовиків.



– Але надзвичайно складний рік навчив не складати руки перед проблемою, а шукати нових, несподіваних шляхів її вирішення. Це був неймовірно важкий рік для усіх, але нам він допоміг, – згадує Володимир Марченко. – «Пивне Ремесло» – мережа, яка працює у сегменті преміум, тут публіка з достатком, вищим від середньостатистичного: це бізнесмени, юристи, підприємці, високопосадовці. Й торік, коли закрили кордони між країнами, наші клієнти залишилися вдома разом із улюбленим пивом. Тож нам це допомогло, це був дуже успішний рік.

Розширення виробництва – вимога часу

– Насамперед, ми розширили варильний порядок, бо більше 100 тонн пивоварня не могла зварити. Додали ЦКТ у цех – місця там уже немає. Ми цьогоріч повинні докласти всі сили для того, щоб вийти на 100 відсотків потужності цієї лінії та... задуматися про наступну пивоварню. Нова лінія буде ще більш потужною, більш модерною, кращою, можливо, це буде європостачальник обладнання, – зазначає власник пивоварні.

А поки що усе обладнання на Remeslo brewery українського виробництва – від компанії Craft Innovation.

– Ми навіть не розглядали можливість тендеру, тому

відразу домовилися з цією компанією ще в 2019 році і з ними йдемо вперед. Поки що нас усе влаштовує. Але час покаже, саме час випробуватиме нашу пивоварню, – говорить Володимир Марченко.

Щодо сировини, то пивоварня використовує як українську, так і імпорту. Для деяких сортів це не принципово, особливо для класичних. А для того, щоб зварити якісь ексклюзивні сорти, на Remeslo brewery використовують імпорту сировину. Зараз у лінійці десять сортів – стабільних, надійних, перевірених часом і людьми. Але у пивоварні на цьому не зупиняються і, як зазначає Володимир Марченко, щотижня з'являється один-два нові сорти, які відразу потрапляють на реалізацію.

– Часом зробимо експериментальну варку, а вона відразу «заходить» споживачеві. І цей сорт ми відразу переводимо в розряд постійного, – каже Володимир. – Наше пиво реалізовуємо у наших же магазинах.

Задумуються у пивоварні й про полицю супермаркетів.

Банка – експеримент, який дає можливість охопити продажами всю Україну

Володимир Марченко пишається своєю «банкою», яка була експериментом, але доволі вдалим – як і все в Remeslo brewery.

– Це був експеримент для того, щоб зрозуміти, скільки часу наше пиво, нефільтроване та непастеризоване, зможе зберігатися в банці. Ми взагалі не знали, як воно буде поводитися в такій тарі та наскільки стерильно туди зайде. Для того, щоб зрозуміти, чи ми зможемо стояти на полицях супермаркету, треба було провести цей експеримент. Тому ми скористалися послугами компанії, яка займається розливом пива в банку, розлили чотири сорти пива, швидко їх реалізували, але частину залишили для себе. І досі у нас в запасі є банки, які ми періодично відкриваємо, куштуємо і дивуємося: як через 3,5 місяці нефільтроване пиво в банках залишається в такій чудовій якості! Тому свою баночну лінію ми запланували на наступний рік, – ділиться планами Володимир Марченко.

Засновник Remeslo brewery вважає, як і багато інших пивоварів, що банка набагато краща за пляшку.

Якість пива – це не лише органолептика. Це, перше, лабораторно підтверджена якість. Своєї лабораторії Remeslo brewery ще не має, тож співпрацюють за договором із КП «Санепідсервіс».





| Плани та мрії

У планах пивоварні – розширити мережу збуту пива. Зокрема, цього року запуснуть продаж франшизи «Пивне Ремесло». Володимир Марченко переконаний, що пиво Remeslo brewery мусить бути не лише у Харкові чи Полтаві, тому треба завойовувати пивні мережі Дніпра, Одеси й Києва. А далі, коли налагодиться розлив у банку, планують «стати» на пивні полиці у супермаркетах Європи. Мета – амбітна: довести, що не лише ортодоксальні європейські пивоварні вміють варити добре пиво. А поки що ремеслярі успішно конкурують у Харкові. І це, на думку Володимира Марченка, теж показник якості. Бо коли пиво не затримується «на кранах», це означає лише одне: воно має свого поціновувача, а отже, воно смачне.

Щодо рейтингів і галузевих першостей Володимир Марченко має свою думку: жодне суб'єктивне оцінювання на відстані не замінить реальної оцінки реальних споживачів. Тому не довіряє рейтингам у мережі Untappd.

– Мій Untappd – черга в магазині, нестача пива на пивоварні, бо його розривають, тощо. Востаннє заходив туди, коли у лютому випустили пиво «Манго» та побачив там погані відгуки. А у нас воно надзвичайно швидко розлітається та користується популярністю. Так що на мене такі рейтинги ніяк не впливають і я на них не орієнтуюся, – зазначає Володимир. – Зараз пішла хвиля і справжні поціновувачі хочуть особливого пива. Звичайно ж, класика – в топі продажів, але пиво щороку стає цікавішим. Сорти беремо зі США, людям це подобається. Кілька років тому і про IPA й APA казали, що це занадто гірке та несмачне пиво, бо всі пили класику, не

знаючи альтернативи, і лише одиниці смакували щось із бельгійських сортів. Зараз же все змінилося. Нині є такі цікаві сорти пива, які приваблюють людей, і дехто навіть відмовляється від шампанського, віддаючи перевагу ламбікам чи сауерам.

| Як досягти стабільного продукту та стабільного успіху?

Однозначної відповіді на це запитання, на думку Володимира Марченка, немає. Але є маса моментів, сприятлива сукупність яких дає хороший результат і забезпечує успіх тому чи іншому сортові.

– Інколи буває так, що сорт – правильний, тому мав би бути стабільним, але десь іде збій, бо ми залежимо від якихось людських факторів, перепадів електроенергії, стабільності сировини. І немає якоїсь чарівної таблетки, яка б зробила продукт стабільним. Бо факторів, які впливають на результат, – дуже багато. І часто вони не залежать від тебе, – говорить Володимир Марченко. – Треба завжди слідкувати за тим, що у твоїх магазинах продається і як. Воно мусить бути завжди свіжим та правильним. І крім тебе, це ніхто не проконтролює, бо більше, ніж тобі, воно точно нікому не потрібне.

Instagram: [pivnoe_remeslo_kh](#)
Facebook: [@Pivnoe.remeslo2015](#)
pivnoe.remeslo2015@gmail.com
pivnoe-remeslo.com.ua





ПИВО ПЕРЕМОЖЦІВ: ALTBIER – ЦЕ ПОВНА СВОБОДА ТВОРЧОСТІ ТА КОНТРОЛЬ НА ВСІХ ЕТАПАХ ВИРОБНИЦТВА

Уже три роки поспіль пивоварня AltBier завоює Гран-прі Дегустаційного конкурсу пива та сидрів East European Beer Award. У чому ж секрет успіху броварні? Над створенням кращих сортів пива AltBier Brewery трудиться команда кваліфікованих пивоварів, які працюють у різних стилях пивоваріння: німецькому та чеському. Постійний контроль на всіх етапах виробництва дозволяє тримати якість на найвищому рівні.

| Секрети переможних сортів

За результатами East European Beer Award-2021 бренд Altbier завоював 2 золоті в категоріях Pale Ale й Belgian Strong Ale, 3 срібла в категоріях Dark

Lager, Weizenbier і Special Beer та 3 бронзи у категоріях Exerimental IPA, Porter/Stout Special, Sweet Stout. Переможними сортами стали «Кабінетне чорне», Dolce Vita, Apache APA, Oblivion, Mooo Stout, «Пшеничне», Kwaknem та Evolution.



«Кабінетне чорне»: срібло у категорії Dark Lager. За стилем це Lager. В основі напою – смак солоду та шоколаду, кавовий або чорної патоки з нотками карамелі та підсмаженої хлібної скоринки. Присмак темних фруктів з легким натяком на чорну смородину або сливу.

Характеристики сорту: OG: 13%; ALC: 5 % vol. IBU: 13



Dolce Vita: бронза у категорії Exerimental IPA. За стилем це IPA Milkshake. Мутний фруктовий полуничний IPA. Пиво вариться з додаванням великої кількості пюре свіжої полуниці й ароматними хмелями Mosaic і Citra.

Характеристики сорту: OG: 16%; ALC: 6% vol. IBU: 26



Apache APA: золото у категорії Pale Ale. Зварене у стилі American Pale Ale з додаванням великої кількості американських хмелів El Dorado та Citra. Дуже ароматне пиво, у смаку якого чітко відчуються ноти тропічних фруктів.

Характеристики сорту: OG: 14%; ALC: 5% vol.; IBU: 35



Oblivion: бронза у категорії Porter/Stout Special. Стиль пива – Imperial Stout. Кілька місяців це пиво визрівало на французькому дубі (French oak), щоб потішити справжніх поціновувачів щільних і міцних сортів.

Аромат і смак вийшли дуже багатими, насиченими і складними: солодові тони, підсмажені зерна, чорний шоколад, легка карамель, фрукти, винні ноти, легкі благородні дубові аромати, а на тлі – ніжна ваніль.

Характеристики сорту: OG: 26%; ALC: 11,5% vol.; IBU: 50



Moo Stout: бронза у категорії Sweet Stout. Пиво зварене у стилі Imperial Sweet Stout. Британський стиль солодкого темного пива. В ароматі – смажені зерна жита, кава з молоком, шоколадні тони, вершки, ноти какао-бобів. У смаку – солодке щільне тіло, кремова текстура. Хмелевий характер виражений землистими і квітковими нотами

Характеристики сорту: OG: 19%; ALC: 6,5% vol.; IBU: 40



«Пшеничне»: срібло у категорії Weizenbier. Ніжне, легке, освіжаюче пшеничне пиво з фірмовою

тонкою цитрусовою кислинкою і банановим ароматом. Пиво блідо-золотистого кольору та злегка «грає» в келиху. Аромат ніжний, з нотами пшениці, лугових трав і свіжого хліба. Тонкий, пшеничний смак з фоновою кислинкою в післясмаку переходить у ледве вловиму солодкість з натяком на карамель.

Характеристики сорту: OG: 12%; ALC: 4,7% vol.; IBU: 25



Kwaknem: золото у категорії Belgian Strong Ale. Напівтемне пиво – гордість Бельгії та улюблений сорт всіх поціновувачів пива в світі. Оригінальний напівтемний ель бурштинового кольору з фруктовими відтінками, карамельною солодкістю і легким хмелевим післясмаком.

Характеристики сорту: OG: 19%; ALC: 8% vol.; IBU: 30



Evolution: срібло в категорії Special Beer. Ячмінне вино, унікальний зразок пива в Україні. Дозріває 7 місяців і на виході має приголомшливий колір: від коричнево-золотистого – до чорного, як ніч. В ароматі виразно чутні винні хересні ноти.

Характеристики: OG: 36 %; ALC: 18% vol., IBU: 50

На шляху завоювання українського пивного ринку

Нові перемоги – це ще один привід виходити на нові ринки, завою-

вати прихильність нових споживачів і далі розвивати пивну культуру України. Почесне Гран-прі – це порція натхнення, особливо в такий складний час, натхнення, щоб створювати ще більш витончені та багатогранні пивні шедеври, вважати в AltBier. Незабаром на фанів пивоварні чекає ще більше пива у власних фірмових закладах, адже цього сезону мережа магазинів AltBier суттєво розшириться. Нині на AltBier Brewery хочуть збільшити продажі в роздріб. Цьогоріч у планах – реалізувати протягом сезону у власній мережі близько 500 тонн продукції, а ще через рік – наростити потужності виробництва до 500 тонн на місяць.

Запрошуємо до співпраці національних дистриб'юторів і пивні мережі країни.

А вже зараз пивоварня AltBier Brewery дарує улюблене пиво!

Пиши, де б ти хотів бачити пиво AltBier у своєму місті з зазначенням улюбленого сорту, на адресу AltPivo@gmail.com. Подарунок кожному!

***Акція триватиме до 31 липня 2021 року включно**

21-22 квітня у Рівному відбувся ювілейний Дегустаційний конкурс East European Beer Award. У пивному змаганні боролися 84 пивоварні та виробники сидрів, за перемогу змагалися 411 зразків у 22 категоріях. Традиційно, оцінювала зразки кваліфікована суддівська колегія, до складу якої увійшли 92 пивних суддів з України та з-за кордону, серед яких – сертифіковані сомельє, представники Асоціації сомельє України, Асоціації барменів України, експерти ринку, фахівці пивної торгівлі, а також лише 30% представників пивоварень. Абсолютним рекордсменом за кількістю здобутих нагород став AltBier. Пивоварня влучила у десятку в 14 категоріях, що свідчить про якість і стабільність пива під маркою AltBier. Формула успіху від AltBier – майстерність і творчість пивоварів, якісні сировина й обладнання, талановитий менеджмент. До слова, кращі сорти класичної та преміум-лінійки займають переможні місця на пивних конкурсах уже не перший рік.

ІЛЛЯ ГОДИНА, «ПЗДК»: ПИВО – НЕ ПРОСТО БІЗНЕС, ЦЕ СВОБОДА ТА ЕЙФОРІЯ



На карті крафтового пивоваріння України постійно з'являються нові прогресивні пивовари, які розвивають галузь навіть у маловідомих невеликих містечках. До таких ентузіастів належить і Ілля ГОДИНА – крафтовий пивовар із селища Квасилів, що на Рівненщині. Ілля Година – пивовар-контрактник. Його крафтова діяльність розпочалася 2017 року. Пивоваріння для нього – робота в кайф і справжня свобода. Про контрактні варки, унікальні сорти пива і роль Untappd в українському пивоварінні з пивоваром спілкувалися журналісти професійного видання Beer.Technologies&Innovations.

Beer. Т.І.: Іл्लе, розкажи про свою пивну історію та ідею свого бренду, адже його можна трактувати неоднозначно.

Ілля Година: Спочатку я працював у ресторанній сфері і навіть став топовим офіціантом. Коли я вже отримав достатньо знань і практики у ресторанному бізнесі, то шукав, куди ж ще кинути своє око. Саме тоді мій друг і запропонував мені очолити Farher's brewery. Звідти і розпочалася моя пивна історія. Згодом ми стали працювати з пивоварнею «Дідько».

Назва мого бренду – «ПЗДК». Він має три обличчя. Перше обличчя – жартівливе та провокативне, адже саме це зараз люблять люди. Якщо ж перекласти абривіатуру Priceless Zealot Drink Kind, то вийде «безцінний фанатичний напій». Це друге обличчя бренду.

Українською мовою абривіатура означає «пиво, закуски, душевна компанія». Це третя іпостась бренду, у яку вкладений найширший зміст. Я готуюся відкривати власні магазини для збуту своєї продукції. Вони будуть мати назву «Пиво, закуски, душевна компанія», де я пропонуватиму споживачам власне пиво і закуски, наприклад, найкращі ребра.

Beer. Т.І.: Розкажи про свої перші варки?

І.Г.: Своє перше пиво я назвав «Привіт», у суржиковій формі. Воно було максимально примітивним пиво, етикетку якого намалювали вручну. Це дуже просте пиво Session IPA, низькоалкогольне, в міру гірке, освіжає й ароматне. Канонічна база – світлий і пшеничний солоди, вівсянка, американський хміль. Пиво нагадувало вітання. Цей сорт розійшовся ще до розливу в кеги. Друге пиво називалося Free the Nipple («Свобода соскам»).

Beer. Т.І.: А яке найцікавіше, найсміливіше пиво, якого ще не було раніше або яке тільки з'являється?

І.Г.: Звісно ж, це Free the Nipple («Свобода соскам») – своєрідний маніфест на підтримку жінок із раком грудей. Це пиво було зварене до 13 жовтня, саме тоді відзначають День без бюстгальтера, покликаний привернути увагу суспільства до проблем поширення раку грудей. До того ж я гетеросексуал і не просто переймаюся проблемами жінок, а й підтримую і поважаю їх. Коли я його варив вперше, за стилем це був Double milk stout. Цей сорт також був проданий ще до розливу. Цього року зварю Imperial Milk Stout. У цьому пиві хочу досягти 10% алкоголю і зробити його десертним.

У майбутньому, коли буду мати більше прибутку від свого бізнесу, я хотів би зайнятися благодійністю в цьому напрямку.

Beer. Т.І.: Є різні сорти пива, відповідно, різна сировина – українська й імпортна. З якою краще працювати?

І.Г.: Поки що я не використовував у своєму пиві української сировини. Насправді, це гостре питання, яке я неодноразово порушував у колі друзів-пивоварів. Ми дійшли висновку, що в Україні можливе відродження виробництва високоякісної сировини, але для цього має бути інвестор, який вкличе гроші на довгострокову перспективу. Але, однозначно, що для українського пива потрібна й українська сировина.

Beer. T.I.: Наскільки складно бути контрактним пивоваром? Як відбувається співпраця з пивоварнею?

I.G.: Бути контрактним пивоваром для мене – спосіб виражати себе в темі пива. Причина цього – насамперед, моя репутація. У колі пивоварів мене знають як веселу, дружелюбну й позитивну людину. У мене вже є ім'я і воно працює на мене. Тому багато пивоварів самі просять зварити в них пиво. Мене запрошують до колаборацій, умови яких зазвичай вигідні.

Вступаючи в колаборацію, пивоварні отримують, насамперед, новий досвід, додатковий піар і, звісно, прибуток. Моя перша пивна колаборація була з Father's brewery. Ми варили гарбузовий amber ale. Пригадую, як до цього сорту брав гарбуз із власного городу. В Untappd його оцінка – майже 4. Напій був популярним не тільки серед відвідувачів закладу, а й у різних кутках України.

Також я організовую колаборації з творчими пивоварами, адже це дуже цікаво та дозволяє самовиражати свого партнера. Я брав участь у створення пива для Farher's brewery і пивоварні «Дідько».

Beer. T.I.: Як Untappd впливає на споживачів і пивоварів?

I.G.: Ми живемо в період, коли домінують лідери думок. На мою думку, Untappd – безперечний лідер думок. Це не тільки додаток, у якому можна дізнатися про майбутнє пиво, яке ти будеш пити. Untappd – це унікальна можливість поділитися своїми думками та ознайомитися з міркуваннями та оцінками інших. Якщо, наприклад, Dom.Ria – це тільки перевірені квартири, то Untappd – це перевірене пиво. Це своєрідний вимірник якості пива. Завдяки цьому додатку споживач також може шукати точку збуту саме того пива, яке хоче.

Beer. T.I.: Розкажи про співпрацю із «Дідько brewery».

I.G.: Про Євгенія Біліченка, пивовара «Дідько brewery», можу сказати тільки найкраще, адже це людина з великої літери, яка зробила себе сама, побудувавши пивоварню з мінімальними інвестиціями. Мені дуже приємно, що я є частиною пивоварні «Дідько» і



можу працювати з цією неординарною людиною. Я почав свою діяльність у пивоварні «Дідько» в активну фазу розвитку крафтового пива в Україні. Тоді Євгеній ще не мав так багато видів пива, як сьогодні. Над якістю напоїв ми вже працюємо впродовж 3 років. Ми доповнюємо одне одного і не боїмося виходити за шаблони. Євгеній – дуже творчий і мудрий спеціаліст, який має колосальний досвід пивоваріння. Він постійно розвивається, не боїться помилятися, експериментувати. Тому наголошу, що Євгеній має великий багаж знань. Він розриває шаблони і назвами, й етикетками, і самою пивною продукцією. Мені дуже приємно, що його колаборація з польською пивоварнею зайняла уже три золоті у світі. Це феноменальне пиво.

Я відкритий до діалогу з іншими чуваками, яким потрібна консультація чи допомога, оскільки вважаю себе рушієм і носієм пивної культури. Україна має розвиватися у цьому напрямку, і ми разом з нею.

Beer. T.I.: Традиційне питання про плани на майбутнє.

I.G.: Восени я планую відкрити в Рівному заклад, який стане унікальним простором для відпочинку. Це буде і магазин, і паб – я називаю його «простір». Там ми будемо продавати якісне пиво – своє, а також друзів-пивоварів. Інший важливий аспект мого закладу – авторська кухня, де смаколикми буде дивувати мій брат Павло – успішний кухар з багаторічним досвідом. Ми поставимо кілька столиків, за якими можна буде відпочити за затишною розмовою з другом.

Родзинкою закладу стане можливість самостійно зварити пиво. Для цього буде відведена окрема кімната. Процес варіння пива буде відбуватися під керівництвом фахівця. Наші працівники зможуть розробити для вашого пива унікальну етикетку і в результаті ви отримаєте власне пиво, яким зможете пригостити близьких людей на святковому застіллі.

Раз на місяць ми будемо організовувати зустрічі з пивоварами та рестораторами. Упродовж таких зустрічей гості будуть обмінюватися досвідом, пануватиме атмосфера невимушеного спілкування.

Beer. T.I.: Успіхів!



КОЛАБОРАЦІЯ ПОЗА КОНКУРЕНЦІЄЮ:

«КЕДИ МИСТЕЦТВОЗНАВЦЯ»

I THE DEALER BOTTLE SHOP

Дарина ДУБИНКА

480 видів крафтового пива в одному місці – таке амбітне завдання поставили перед собою засновники київського паба та пивної крамниці. Подібне розмаїття важко знайти навіть у найбільших пабах європейських країн. І такої цифри українці розраховують досягнути вже восени. Що надає їм сміливості та впевненості? Амбітний тандем топового паба «Кеди мистецтвознавця» і The Dealer Bottle Shop в Києві та, звісно, любов до крафту. Магазин пляшкового пива для біргіків і не тільки відкрився на початку 2021 року прямо у приміщенні «Кедів». Якщо раніше заклад займав два поверхи, то тепер на першому – Bottle Shop, а на нижньому – паб.

Ці два вже топові заклади не є проектом однієї компанії. Дніпровський і київський паби «Кеди мистецтвознавця» знайомі нам за співзасновником Денисом Жаткіним, а The Dealer Bottle Shop Kyiv – за ексбартендером відомого київського пабу Punkraft Олександром Дзенгілевським. Що об'єднує, здавалося б, конкурентів?



Паб і Bottle Shop – схожа концепція, любов до крафтового пива та культури його споживання. А пивознавців Дениса й Олександра – взаємоповага, порозуміння та творчість. З цього й народилася синергія, співпраця та дружнє сусідство двох самобутніх проєктів. Паб і магазин не просто не конкуренти, вони підсилюють один одного та примножують результат.

Заплуталися? Розбираймося! Паб «Кеди мистецтвознавця» та The Dealer Bottle Shop – два окремі проєкти. Паб, який уже став культовим, відкрився в самому центрі Києва влітку 2019 року. Заклад займав 2 поверхи: маленький зал на першому поверсі та просторий у підвальному приміщенні. Саме внизу відбувалося і відбувається все найцікавіше: збиралися великі компанії, видовишно працював бар і пивна біржа, фішка якої – зміна цін на той чи інший сорт пива. На інтерактивній таблиці ви можете побачити найвищу й найнижчу ціни на асортимент пива, і чим більше замовлень певного сорту, тим вищою стає його вартість. За склом охолоджувалося пиво, манила ароматами відкрита кухня. А от верхній рівень більша частина відвідувачів ігнорувала. До недавнього часу, доки там не з'явилися холодильники з пляшковим крафтом – кращими новинками, ексклюзивами, зразками українського та світового пивоваріння.

Народження The Dealer Bottle Shop Kyiv

Як на верхньому поверсі «Кедів» з'явився The Dealer Bottle Shop? У результаті дружньої бесіди. Олександр Дзенгілевський давно виношував ідею заснувати власний невеличкий магазинчик або бар. Каталізатором процесу став карантин. До того ж Олександр вже був знайомий з Ніною й Олексієм – засновниками львівського The Dealer Bottle Shop. Окрім того, схожого bottle shop у Києві ще не було. Звісно, в майбутнього дилера не було питань щодо пива та його вибору, але була купа невідомих нюансів щодо оренди приміщення під бізнес. За порадою він звернувся до Дениса Жаткіна. І раптом зірки зішлись: батько «Кедів» запропонував на зручних умовах розташувати Bottle Shop прямо над пабом.

Далі процес закрутився швидше, але не менш цікаво. Класичних інвесторів Олександр не запрошував. Стартові вкладення збирав за принципом краудфандингу. Він запропонував поціновувачам крафту зробити внески, залежно від суми яких «фаундери» потім змогли отримати щомісячні пивні бонуси, депозит на пиво, право першої проби лімітів, мерч і різні приємні плюшки. І вдалося! Доклавши до суми власні кошти, Олександр відкрив The Dealer Bottle Shop. Врахуйте, що відкриття та перші місяці його роботи припали на карантин, тому bottle shop активно працював на доставку не тільки по Києву, а й у різні куточки України. Для цього всього лиш потрібно було написати Олександру й замовити пиво. Всі доставки відправлялись день у день.

– Загалом я вважаю цю колаборацію дуже успішною. Якщо для нашої країни це щось незвичайне, то в Бельгії, наприклад, достатньо розповсюджена практика, коли пивний ресторан працює разом з магазином пляшкового пива, – коментує **Олександр ДЗЕНГІЛЕВСЬКИЙ**. –



Відвідувачі ресторану, коли помічають холодильники з пивом, дивуються і починають цікавитися. Іноді куштують настільки незвичні для себе сорти, які ми їм радимо, що вони їх захоплюють! Уже маємо аудиторію, яка стежить за нашими новинами в соцмережах і приходить за конкретним пивом. Часто почали заходити іноземці, щоб спробувати локальний крафт. До речі, в лідерах продажів залишаються сауери – манго, маракуя, а томат взагалі розлітається.

Сьогодні The Dealer Bottle Shop – це понад 300 різновидів пляшечок і баночок. Різноманітність смаків – від зрозумілого лагера до хитромудрих копчених торф'яних стаутів і фруктових гозе із зефіром-мармеладом та усіляким шоколадом. Палітра виробників – від домашніх пивоварів, які створюють шедеври на своїй кухні, до всесвітньо відомих брендів.

Концептуальний магазин позиціонує себе як твій особистий дилер, картограф світу крафтового пива.





Також тут представлено розмаїття сидрів і мідів, які маловідомі широкому загалу, але дуже популярні за кордоном і в колах біргіків. Він допоможе розібратися у цьому розмаїтті, підбере те, що найкраще тобі смакуватиме, й не дасть сумувати, підігрівачи інтерес постійними новинками й експериментами. Нині The Dealer Bottle Shop став майданчиком для знайомства гостей з творчістю домашніх пивоварів, яких стає все більше. Можливо, після відвідування bottle shop і вам захочеться варити пиво, а Олександр в цьому допоможе. Також у планах The Dealer Bottle Shop – проведення різноманітних івентів, шерінгів і поїздок на пивоварі. Тут точно знають, як вас здивувати.

«Кеди мистецтвознавця» завойовують Київ

А поверхом нижче знаходяться друзі – топовий паб «Кеди мистецтвознавця». Тут особлива атмосфера, 24 сорти розливного крафту, а також пляшкові релізи, вишукана кухня і загалом нове прочитання пивної культури.

– У нас вийшла синергія, ми даємо те, що ніхто не може дати. Наразі ми разом з Олександром можемо запропонувати відвідувачам понад 400 різних пив, – розповідає **Денис ЖАТКІН**. – Чому ми самі в пабі раніше не могли розширити асортимент пляшки? Вона псувалася за термінами, адже зазвичай гості замовляють розливне пиво. Тож ми можемо тримати на барі максимум 80 пляшок, а також розливне пиво. Це була моя мрія – зробити паб, в якому можна спробувати неймовірне розмаїття свіжого пива! І вийшла насправді крута колаборація – моя маленька гордість, адже склалася випадково.

У «Кедах» пивом насолоджуються, його вивчають. Тому й кухня принципово відрізняється від пабної. Бургерів, крилець, ковбасок в меню немає. Натомість вам запропонують ресторанный страви, мікс європейської, азійської та української кухні. Таким чином у гостя змінюється й сприйняття самого напою.

Дві хвили карантину внесли зміни і в роботу паба. Тут також працювали тільки на доставку. Денис Жаткін зізнається, що працювати в таких умовах непросто.

Каже, що, як у 90-ті, доводиться кожного дня придумувати нову історію і не будувати плани більше ніж на тиждень.

Звісно, ми не романтизуємо складну ситуацію з пандемією. Але, можливо, такі умови стають поштовхом для геніальних рішень, до яких можна й не додуматись у стабільні часи. Це такий промінь оптимізму, авантюризму, який допомагає подолати будь-які труднощі. Адже проекти, народжені з любові до власної справи, попри всі обставини, наперекір здоровому глузду – це справжня творчість!



«ТЕРМО-ПАБ»: ЗРОБИМО НАЙКРАЩЕ ПИВО РАЗОМ



Незважаючи на ситуацію, яку переживає весь світ останні півтора року, виробництво пива було та залишається популярним і дуже привабливим бізнесом. Це пояснює низка факторів, серед яких можна виділити такі:

- пивоваріння – це високорентабельний бізнес, який дозволяє окупити проект за короткий проміжок часу;
- виробництво пива можна реалізувати в різних форматах: домашня, ресторанна, промислова пивоварня або ж пивоварня-магазин;
- пивоваріння – це не тільки традиційні технології, а й творче самовираження, яке дозволяє створювати ексклюзивні сорти пива та творити справжній крафт;
- пивоваріння – дуже гнучкий бізнес, який, з одного боку, дозволяє мінімізувати ризики та капіталовкладення на старті проекту шляхом вибору мінімальної комплектації пивоварні, а з другого, він дозволяє за необхідності істотно наростити обсяги виробництва.

Головна місія компанії «Термо-Паб» полягає в тому, щоб допомогти реалізувати мрію, ідею для тих, хто вирішив зайнятися пивоварінням. За короткий період часу компанія «Термо-Паб» змогла заявити про себе як про надійного та професійного партнера в сфері виробництва пивоварного обладнання. З кожним місяцем збільшується кількість запущених компанією проектів, постійно розширюється їх географія, а найголовніше – зростає кількість задоволених покупців обладнання «Термо-Паб».

Серед останніх проектів компанії – пивоварня Kölenberg. Це перша пивоварня в популярному туристичному місті України Кам'янці-Подільському, виконана в форматі «пивоварня-магазин». Кожен відвідувач закладу має можливість через «скло» побачити обладнання пивоварні, спостерігати за роботою пивовара і, звичайно ж, придбати відмінне танкове пиво. Розлив пива в магазині здійснюється безпосередньо з форфасів. Пивоварня була запущена в березні 2021 року, але для цього проекту вже двічі замовляли додаткове обладнання – ЦКТ та форфаси компанії «Термо-Паб».

– Вважаємо, що це найкраща оцінка від замовників пивоварного обладнання та підтвердження надійності «Термо-Паб» як ділового партнера, – вважають у компанії.

Львівська пивоварня Castlehill – молодий амбітний проект, який стрімко розвивається. Встановлення та за-

пуск нового пивоварного обладнання на основі варильного відділення об'ємом 1000 літрів повинне вивести пивоварню на абсолютно новий рівень.

Пивоварня-паб «МіФ» у місті Івано-Франківськ раніше мала досвід роботи на обладнанні іншого виробника, але під час розширення виробництва, там обрали компанію «Термо-Паб»: варильний порядок об'ємом 1000 л і додаткові ЦКТ. Також за технічним завданням замовника фахівці компанії «Термо-Паб» спроектували та виготовили незвичайну пивну колону. Її особливість полягає в тому, що до пивних кранів доданий барний охмелювач, який дозволяє експериментувати з пивом, додавати до напою оригінальні смакові та ароматичні нотки на етапі розливу.

Український виробник пивоварень «Термо-Паб» довів на своїх реалізованих проектах, що надійне, якісне обладнання абсолютно реально купити за правильну ціну. Адже саме фінансове питання для багатьох майбутніх пивоварів – це наріжний камінь і в плані пошуку коштів для старту проекту, і, звичайно ж, щодо термінів його окупності. Чітко розуміючи сподівання наших замовників, компанія «Термо-Паб» демонструє розумну цінову політику на пивоварне обладнання і пропонує максимально комфортні умови оплати.

Важливо! Співробітники компанії «Термо-Паб» перебувають у постійному контакті зі своїми замовниками, отримують зворотний зв'язок, зауваження, пропозиції та оперативно реагують на отриману інформацію. Для нас вкрай важливі пропозиції пивоварів, технологів і власників бізнесу, вони допомагають нам удосконалювати вироблене обладнання, реалізовувати нові технічні ідеї та, як результат, покращувати кожен наступний проект. Такий підхід достойно оцінили наші партнери, і найкраще свідчення цього – їхні звернення в компанію «Термо-Паб» з питань реалізації нових проектів або з метою збільшення продуктивності наявних виробництв. Зазначимо, що для постійних замовників компанія пропонує ексклюзивні ціни та умови оплати.

Пивоварне обладнання «Термо-Паб» виготовляється на власному виробництві в Києві лише з високоякісних матеріалів і комплектуючих. Устаткування успішно пройшло випробування і сертифіковане в системі Conformite Europeenne згідно з технічними регламентами та директивами ЄС.



ДИСТИЛЯТИ З ПИВА: МОЖЕМО, ВМІЄМО ТА ПРАКТИКУЄМО!

Світлана МЕЛЬНИК

Виробництво та споживання крафтових алкогольних напоїв в Україні стрімко набирає обертів. При цьому виробники не зупиняються на класичних рецептах, а експериментують з рецептурами й інгредієнтами. 23 квітня з успіхом відбувся X міжнародний Форум пивоварів і рестораторів. Ювілейний захід зібрав 150 учасників з України та Чехії. Форум став майданчиком для знайомств, зустрічей і налагодження діалогу між усіма ланками пивоварного бізнесу на шляху до розвитку галузі. Традиційно організаторами події стали медіагрупа «Технології та Інновації» та журнал BEER Technologies.

Окрема секція форуму була присвячена актуальній та захоплюючій темі крафтових дистилатів: віскі, палинка і не тільки. Все про таємниці та популярність напоїв в Україні розповіли експерти ринку: засновник компанії «ТРК РАНДЕВУ» Ігор Парій, засновник пивоварні BEER HOUSE Василь Кожан і відомий сомельє, віцепрезидент Асоціації барменів України, один із засновників Асоціації крафтових дистилаторів України, член Асоціації сомельє України Андрій Петровський.

По суті, пиво та віскі починаються з одного – зерна, води та дріжджів, але потім їхні шляхи розходяться: пиво охмеляють і розливають у пляшки, а віскі відправляють на дистиляцію та витримку.

– Любов до пива у мене як ресторатора за певний час проявилася й у любові до дистилатів, – розповідає засновник компанії «ТРК РАНДЕВУ» Ігор ПАРІЙ. –

Освоївши ази дистиляції, я почав пробувати. У моєму розумінні хороший дистильований напій не має лишати наслідків після того, як його покуштуєш. Дистиляція (перегонка) – це процес, під час якого летючі компоненти (пари) випаровуються та конденсуються, перетворюючись у самогон. А ось ректифікація допомагає отримати етиловий спирт, який може мати згубні наслідки після вживання. Тестуючи різні варіанти дистиляції, я відкрив для себе можливість дистиляції крафтового пива. Уявіть, ось на стіл ви подаєте друзям хороше пиво й дистилат з нього. До того ж дистилат з крафтового пива – хороша можливість отримати якісний продукт з товару, який з певних причин не реалізувався чи ви не маєте змоги його більше зберігати. Перегнавши пиво у хорошому аламбіку, можна отримати якісний дистилат, який буде зберігатися роками.

ПРОЦЕДУРА ВИГОТОВЛЕННЯ ДИСТИЛЯТУ З ПИВА ДІЛИТЬСЯ НА КІЛЬКА ДОСИТЬ ЗРОЗУМІЛИХ ЕТАПІВ. АЛЕ ОБОВ'ЯЗКОВИМ Є ДЕГАЗАЦІЯ СИРОВИНИ. ДЛЯ ЦЬОГО ПИВО ПОТРІБНО ПЕРЕЛИТИ В ЄМНІСТЬ І ВИТЯГТИ З НЬОГО CO₂. ЯКЩО ПРОІГНОРУВАТИ ЦЕЙ ПУНКТ, ТО В ПРОЦЕСІ ПЕРЕГОНКИ ПИВО СПІНИТЬСЯ І ПОТРАПИТЬ В ТРУБКУ АПАРАТА, ЩО, ЗВИЧАЙНО, ЗІПСУЄ КІНЦЕВИЙ ПРОДУКТ.

Власник відомої полтавської пивоварні BEER HOUSE та засновник музею «Пива і самогону» в селі Абазівка (11 км від Полтави на трасі Харків-Київ), один із зачинателів крафтового руху в Україні Василь КОЖАН розповідає, що саме пивовари познайомили його з методом дистиляції пива:

– Наша пивоварня BEER HOUSE з'явилася більше семи років тому, в 2010 році, і стала однією з перших приватних броварень. Розвиваючи свій бізнес, нам доводилося чимало мандрувати, їздити на фестивалі, знайомитися з іншими колегами. І так у 2010 році на одному з пивних фестивалів у Донецьку Василь Микулин, засновник української крафтової пивоварні Varvar, пригостив нас віскі. У розмові з'ясувалося, що цей напій він витримував певний час у діжці й отримав його з пива. Мене це зацікавило і, повернувшись додому, я зателефонував Дмитру Некрасову. Ми обговорили це й він познайомив мене з виробником апаратів для дистиляції. З того часу я почав пробувати себе у новому напрямку, адже загалом технологія виробництва пива й дистилятів дуже подібна, – розповідає пивовар, а тепер й виробник дистилятів.

Василь Кожан пригадує, що вже за кілька років аматори та виробники дистилятів створили клуб «Перегон'18». Тут дегустують, дискутують, вивчають досвід і створюють власне ком'юніті виробників якісної дистильованої продукції.

– Спільними зусиллями ми подали законопроект, щоб узаконити виробництво зернових і солодових дистилятів. Наразі боротьба за цю ідею триває, документ допрацьовують і нам вже рекомендують взяти за основу європейські зразки та положення. Думаю, пивовари також підтримають нас, враховуючи можливість виготовлення нового крафтового продукту з власної сировини. Чому це важливо? Легалізація виробництва якісної продукції дозволить розширити вітчизняний ринок й запропонувати поціновувачам крафтових міцних напоїв нові зразки, – резюмує експерт. – При цьому зазначу, що обладнання для виготовлення дистилятів – дороге. Приблизна вартість може зрівнятися з покупкою пивоварні з міди на 1000 літрів. Утім, якщо влада погодить нашу ідею, ми зможемо підготувати сучасну дистелерійну для виробництва хорошого продукту.

Окрім того, пивовар наголошує, що міцні дистиляти необхідно споживати відповідально, а також враховувати той факт, що сам процес виготовлення напою – досить тривалий. Тому якісний український дистилят не може коштувати дешево.

**ПРОЦЕС ВИГОТОВЛЕННЯ САМОГОНУ З ПИВА
НАДІЛЕНИЙ ДЕЯКИМИ ТОНКОЩАМИ, ЩО
ВІДРІЗНЯЮТЬ ЙОГО ВІД ЗВИЧАЙНОЇ ПЕРЕГОНКИ
СПИРТУ З ІНШИХ ВИДІВ СИРОВИНИ.**

ДОДАЄМО... АРОМАТ!

Віцепрезидент Всеукраїнської асоціації барменів (AUBA), член Асоціації сомельє України (ASU), модератор конкурсу Wine&Spirits Ukraine, куратор і керівник дегустаційного конкурсу Independent Craft 2020, розробник методології оцінки крафтових напоїв і калібрування дегустаційної панелі Асоціації крафтових дистиляторів України (UCDA) Андрій ПЕТРОВСЬКИЙ запевняє, що якщо довго дегустувати якісний алкоголь, то настане час і у дегустатора з'явиться бажання зробити його власноруч.

– Традиційно і віскі, і дистилят витримують у дубових бочках мінімум три роки. Чим більша витримка, тим кращим вважатиметься продукт. Але бочка – дорога, а такий цінний ресурс і час не завжди грають на руку виробнику, тому результат роботи хочеться бачити вже, – розповідає експерт. – Приміром, як мені розповів



Василь Кожан, у нього з бочки дистиляту за рік випарувалася третина напою.

Правильна витримка в правильній діжці або застосування альтернативних методів витримки, використання альтернативної дубової продукції, яка застосовується для досягнення ефекту витримки, перспективи й інновації, – ще один важливий фактор у процесі виготовлення дистиляту. За словами Андрія Петровського, нині виробники дистилятів мають альтернативу вибору та можливість побачити, яким буде їхній напій через кілька років, набагато швидше.

– Нині є чимало альтернативних методів витримки, приміром, на трісці. Таким методом можна стабілізувати якість дистиляту та пришвидшити процес без великих втрат самого напою. З давніх часів бочку використовують для витримки алкогольних напоїв, що надає їм особливих органолептичних та ароматичних властивостей. Водночас витримка в бочці більше асоціюється з вином або ж з міцними напоями і менше – з пивом. Утім, вона здатна змінити якість пива, зробивши з нього елітний продукт. Загалом, не бійтесь експериментувати та шукати свій шлях, адже лише у тих, хто пробує може щось вийти.





КРАФТОВІ ДИСТИЛЯТИ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

ЗАКОНОДАВЧІ ПІДХОДИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ДЛЯ ВИРОБНИЦТВА

В.М. ПОПОВА, кандидат технічних наук, доцент кафедри хлібопекарського, кондитерського та бродильних виробництв Інституту післядипломної освіти НУХТ; М.Г. ЧЕХУН, старший викладач кафедри хлібопекарського, кондитерського та бродильних виробництв Інституту післядипломної освіти НУХТ.

У минулому крафтовики-дистилятори працювали для задоволення власних потреб – самогоніваріння чи створення наливки. Сьогодні ж існує досить значний ринок крафтових виробників алкоголю – міцних напоїв – дистилятів. Питання законодавчого врегулювання діяльності малих виробників дистилятів сьогодні як ніколи на часі: криза змінила структуру ринку праці, поставила як роботодавців, так і працівників у нові, надзвичайно складні та непрості умови. Назріла гостра потреба в сильному кластері самозайнятих людей. Окрім того, йдеться про появу унікальних українських дистильованих спиртних напоїв – брендів, які здатні конкурувати з іноземними напоями на міжнародному ринку, ставши суттєвою складовою українського експорту. Наливки, настоянки та горілки, створені на основі українських фруктів, ягід, зернових культур і меду, – це також імідж країни, яка має давню історію та культуру виготовлення і споживання своїх автентичних українських міцних напоїв. І, звичайно, це розвиток малого підприємства, десятки тисяч нових робочих місць, інвестиції, розвиток регіонів, поповнення як державного, так і місцевих бюджетів, створення доданої вартості та розширення ринку збуту плодово-ягідної сировини для місцевих фермерів і домогосподарств, сприяння туризму та багато іншого. У статті окреслені визначення поняття і законодавче регулювання дистилятів.

Визначення та вимоги до спиртних напоїв

Відповідно до Регламенту Європейського Парламенту і

Ради про визначення, опис, представлення, маркування та охорону географічних зазначень спиртних напоїв, спиртний напій – це алкогольний напій, який відповідає таким вимогам: а) призначений для споживання

людиною; б) якому властиві певні органолептичні властивості; с) мінімальна міцність якого за об'ємною часткою спирту становить 15%, за винятком спиртних напоїв, які відповідають вимогам категорії 39 додатку II (яєч-

ний лікер, 14%).

Також він має бути виготовлений безпосередньо шляхом дистиляції природно зброджених продуктів; мацерації (або аналогічної обробки) рослинної сировини в етиловому спирті сільськогосподарського походження, дистилятах сільськогосподарського походження або спиртних напоїв (їх поєднання); додавання ароматизаторів, барвників, підсолоджувачів, інших сільськогосподарських і харчових продуктів до етилового спирту, дистилятів сільськогосподарського походження або спиртних напоїв або вироблений шляхом додавання спиртного напою до (одного чи більше) інших спиртних напоїв, етилового спирту сільськогосподарського походження, дистилятів сільськогосподарського походження й інших харчових продуктів.

Етиловий спирт і дистиляти, що використовуються в алкогольних напоях

Етиловий спирт і дистиляти, що використовуються у виробництві спиртних напоїв, мають бути виключно сільськогосподарського походження у значенні Додатка І.

Для розведення або розчинення барвників, ароматизаторів або будь-яких інших дозволених інгредієнтів, що використовуються у виробництві алкогольних напоїв, не повинен використовуватися жоден спирт, крім етилового спирту сільськогосподарського походження, дистилятів сільськогосподарського походження або спиртних напоїв з категорій 1-14 Додатка І. Такий спирт, який використовується для розведення або розчинення барвників, ароматизаторів або будь-яких інших дозволених інгредієнтів, може використовуватися тільки в кількостях, суворо необхідних для цієї мети.

Алкогольні напої не повинні містити спирт синтетичного походження або інший спирт несільськогосподарського походження в значенні Додатка І.

Категорії спиртних напоїв

Спиртні напої класифікуються за категоріями, кожна з яких має

свою специфікацію: визначення (враховуючи сировину, спосіб виробництва тощо); мінімальну міцність за об'ємною часткою спирту; положення, що стосуються додавання спирту; положення щодо використання ароматизаторів, барвників або підсолоджувачів; торгову назву та інші дозволені терміни.

Перелік спиртних напоїв (додаток II)

1. Пом; 2. *vicki* (*Whisky* або *whiskey*); 3. зерновий спиртний напій; 4. *wine spirit*; 5. *brandy* або *weinbrand*; 6. спиртний напій із виноградної м'язги або виноградна м'язга; 7. спиртний напій із фруктової м'язги; 8. родзинковий спиртний напій або *raisin brandy*; 9. фруктовий спиртний напій; 10. спиртний напій на основі яблучного та грушевого сидру; 11. медовий спиртний напій; 12. *hefebrand* або спиртний напій з осаду; 13. пивний спиртний напій; 14. *topinambur* або спиртний напій з топінамбуру; 15. водка; 16. спиртний напій (якому передую назва фрукта), отриманий методом мацерації та дистиляції; 17. *geist* (разом із назвою використаних фруктів або сировини); 18. *gentian* спиртний напій з тирличу; 19. спиртні напої зі смаком і ароматом ялівцю; 20. *Gin*; 21. дистильований *gin*; 22. *london gin*; 23. спиртний напій зі смаком та ароматом кмину або *Kümmel*; 24. *akvavit* або *aquavit*; 25. спиртні напої зі смаком і ароматом насіння анісу; 26. *pastis*; 27. *pastis de Marseille*; 28. *anis* або *janeževce*; 29. дистильований *anis*; 30. гіркий спиртний напій або *bitter*; 31. водка з доданим смаком і ароматом; 32. спиртний напій з доданими смаком та ароматом терену або *pacharán*; 33. лікер; 34. *crème de* (доповнене найменуванням плоду чи іншої використаної сировини); 35. *sloe gin*; 36. *sambuca*; 37. *maraschino*, *marraschino* або *maraskino*; 38. *nocino* або *orehovec*; 39. яєчний лікер або *advocaat* або *avocat* або *advokat*; 40. лікер з яйцем; 41. *Mistrà*; 42. *Väkevä glögi* або *spritzglögg*; 43. *berenburg* або *beerenburg*; 44. медовий нектар або нектар з медовухи.

Терміни, написані курсивом не повинні перекладатися ні на етикетці, ні в описі та презентації спиртних напоїв.

Поділ на дві групи категорій

З 1 до 14 – напої, виготовлені шляхом спиртового бродиння та дистиляції виключно на основі сировини, передбаченої вимогами для цієї категорії. Вони не повинні містити доданого спирту розбавленого чи нерозбавленого; можуть бути підсолодженими виключно для заокруглення фінального смаку продукту з урахуванням допустимих рівнів у ЄС або держав-членів (якщо застосовано); не повинні містити доданих смако-ароматичних речовин; можуть містити додану карамель тільки як засіб для коригування кольору.

З 15 до 44 – напої, які можуть бути отримані з будь-якої сільськогосподарської сировини, наведеної в Додатку І. Вони можуть мати доданий спирт і містити смако-ароматичні речовини, смако-ароматичні препарати та деякі харчові інгредієнти зі смако-ароматичними властивостями; можуть бути забарвлені та підсолоджені.

Спиртні напої, які не відповідають спеціальним правилам, встановленим для кожної з категорій, можуть бути вироблені з будь-яких сільськогосподарських продуктів, зазначених у Додатку І, та/або з будь-яких харчових продуктів, придатних для споживання людиною; можуть мати доданий спирт; можуть містити одну або більше смако-ароматичних добавок; можуть бути забарвлені та підсолоджені.

Обов'язкова інформація про харчові продукти для спиртних напоїв:

- назва харчового продукту;
- кількість нетто харчового продукту;
- для напоїв, міцність яких за об'ємною часткою спирту перевищує 1,2 % об., фактична алкогольна міцність за об'ємною часткою спирту;

• «поле видимості» означає всі поверхні упаковки, які можна прочитати з однієї точки огляду.

Виклики відповідності законодавству ЄС: більше позитивного, ніж негативного досвіду; нерозуміння виробників та адміністрації; сприяє початку виробництва для невеликих виробників; скорочує розмір сірого ринку; спрощений експорт; зміни у представленні та маркуванні.

ОСОБЛИВОМУ НАПОЮ – ОСОБЛИВИЙ ПОСУД!



Світ пива – це калейдоскоп кольору, смаку й ароматів. Кожен знаходить свій спосіб насолодитися цим напоєм: хтось отримує задоволення від холодного пива з пляшки, хтось вважає за краще банку, однак справжня насолода відкривається через скляний келих, який прокладає чотири стежки комунікації до серця споживача:

1. **ВІЗУАЛЬНУ:** колір пива та дизайн форми келиха;
2. **ТАКТИЛЬНУ:** геометрія форми келиха і якість скла;
3. **АРОМАТИЧНУ:** розкриває кращі нотки напою;
4. **СМАКОВУ:** підкреслює характер і риси напою.

У сучасному світі пивний посуд здебільшого виготовляється зі скла. Впродовж тисячоліть посуд для споживання пива змінювався від теракотових горщиків і мисок до глиняних кухлів. І лише в XIX столітті з'явилися перші скляні келихи та склянки для пива, проте вони були надбанням лише багатих будинків і привілейованої публіки.

Масово склом почали користуватися на рубежі XX століття,

і посуд для любителів пива став справжнім видом мистецтва. 10-стороння (або «рифлена») пінтова чашка з ручкою стала одним з перших пивних келихів, який дозволяв тримати руки подалі від самого келиха з напоєм, зберігаючи тим самим пиво прохолодним упродовж тривалішого періоду часу. Потім у 1940-х роках завдяки зростанню популярності бурштинового пива з'явилася склянка з ямочками, яка цікавіше презентувала цей напій. Після цього було гладке скло з невеликою опуклістю нагорі, відоме як Nonic (без зазубрин), призначене для мінімізації відколів, які виникають при терті скляного посуду один об одне. Невдовзі був розроблений різновид стандартного Nonic – тонкостінного пінтового скляного келиха з «поясом». Ця склянка злегка втягує край, щоб уникнути «порізів», і залишається фаворитом пивоварів.

Індустрія скляного пивного посуду розвивалася паралельно з індустрією пива. Незліченна кількість сортів і стилів цього напою спричинила появу різноманітного асортименту скляного посуду.

Наразі існує низка сформованих груп пивних келихів. Ось деякі з них.

| ПІНТА



Переваги форми: пиво вільно ллється з цього келиха і розливається по всій порожнині рота, розкриваючи всі смакові нотки напою.

Підходить для: English Ales, Blond Ale, Cream Ale, Milk/Sweet Stout, Stout, Porter, IPA.

| ПІЛСНЕР



Переваги форми: високий і вузький келих – найкращий спосіб продемонструвати колір і прозорість пива.

Підходить для: Pilsners (сюрприз!), American Pale Lager, Lagers, Witbiers, Fruit beers, Bock, Doppelbock.

| ВАЙЦЕН



Переваги форми: високий та звужений доверху келих зберігає піну й аромат.

Підходить для: American Wheat Ales, Hefeweizen, Weizenbock.

| ТЮЛЬПАН



Переваги форми: конічної форми келих призначений для найрізноманітніших сортів пива.

Підходить для: Belgian Ales and IPAs, Imperial IPA, French Ales, Scotch Ales, Saison/Farmhouse Ale, Quadrupel, Lambic – Fruit.

| ФЛЮТЕ



Переваги форми: тонка та вузька форма забезпечує зберігання карбонізацію напою та інтенсивність аромату. Завдяки ніжці напій довго зберігається холодним.

Підходить для: Wild and Sour Ales, Fruit Beers, Bocks, German Pilsner, Lambic-Fruit, Maibock, Weizenbock.

| КРАФТ МАСТЕР



Переваги форми: елегантно вигнутий верх і конічна форма забезпечують ідеальний аромат, смак і приємне сприйняття в роті.

Підходить для: найрізноманітніших сортів пива. Келих-універсал.

| ТЕКУ



Переваги форми: створений у колаборації італійського пивовара Тео Муссо та пивного судді Куаска. Форма розкриває ароматику. Чим ширше та повільніше пиво тече в рот, тим більше ароматів проявляється.

Підходить для: найрізноманітніших сортів пива. Келих-універсал.

Вибір скляного посуду важливий, адже це один з основних етапів подачі пива. Кожна зміна в скляному посуді для пива розроблена для того, щоб розкрити смакові та ароматичні ноти напою. Висота та радіус келиха, а також ширина краю впливають на швидкість і потік напою в порожнину рота: ми п'ємо, не змінюючи свого положення, або злегка нахилиємо голову назад і напій розтікається по всій порожнині або тече тонким струменем. Усі ці нюанси впливають на наші смакові рецептори, які відповідають за солодкість, солоність, кислоту та гіркоту. Так, для солодкого пива краще підійде високий вузький келих типу ФЛЮТЕ, який з'єднає сохил й кисл рецептори для смакування напою. Кислі сорти пива краще спрямовувати на солодкі рецептори в келиху типу тюльпан з розширеним краєм. Кожен сантиметр впливає на напій!

Завдяки вивченню впливу форми келиха на смак і аромат напою з'явилися колаборації пивних і скляних експертів, в результаті чого на ринку з'явилися такі форми келихів:

• **КЕЛИХ ДЛЯ ІНДІЙСЬКОГО СВІТЛОГО ЕЛЮ (ІРА).** Експертами від пивоварної галузі стали Сем Каладжіоне (Sam Calagione) з Dogfish head і Кен Гроссман (Ken Grossman) з Sierra Nevada.



• **КЕЛИХ SPIEGELAU ДЛЯ СТАУТА,** створений у тісній співпраці з американськими пивоварами з Rogue Ales (Орегон) і Left Hand Brewing Company (Колорадо).



Компанія CONCEPT GLASS постійно вивчає ринок скляного посуду та його новинки. З початку ми самостійно дегустуємо та вивчаємо нові форми бокалу. А потім з нашими клієнтами проводимо дегустації різних сортів пива з різних форм і знаходимо найцікавіші рішення.

Вибір правильного скляного посуду може збити з пантелику, адже це щось на зразок пазлу. Однак це важливий крок у презентації свого напою.

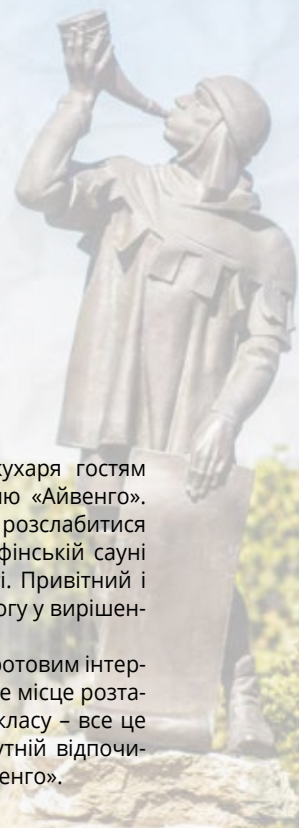
Експериментуйте і не зупиняйтеся на традиціях споживання. Як змінюється і розвивається світ смаків і ароматів пива, так само не стоїть на місці і презентація цього напою!



CONCEPT
GLASS

м.Київ, вул.Ділова, 5Б, оф. 504
тел.: +380 67 235 0991,
+38 044 238 83 12
<http://concept.glass>
info@concept.glass

«АЙВЕНГО» – НЕПОВТОРНА АТМОСФЕРА ЗАТИШКУ ТА КОМФОРТУ



скуштувати вишукані страви від шеф-кухаря гостям готелю запропонують у ресторані готелю «Айвенго». Приємно провести час з друзями або розслабитися після трудового дня готель пропонує у фінській сауні з басейном, а також у більярдній кімнаті. Привітний і чуйний персонал закладу надасть допомогу у вирішенні будь-яких питань.

Гості мають змогу користуватися бездротовим інтернетом на всій території комплексу. Зручне місце розташування, сучасні номери, комфорт єврокласу – все це забезпечує приємний і незабутній відпочинок гостям готелю «Айвенго».



ДЛЯ ПОСЕЛЕННЯ ПРОПОНУЮТЬСЯ КІМНАТИ ТАКИХ КАТЕГОРІЙ:

- СТАНДАРТИ
- НАПІВЛЮКСИ
- НАПІВЛЮКСИ ПОКРАЩЕНІ
- СІМЕЙНІ НАПІВЛЮКСИ
 - ЛЮКСИ
 - ЛЮКСИ ПОКРАЩЕНІ
 - ВІП



**Долаючи довгі кілометри
одноманітних будинків, ви
обов'язково звернете увагу на
«Айвенго» – мальовничий замок із
затишним подвір'ям.**

«Айвенго» – це не просто готель, де можна заночувати після довгої дороги, а цілий комплекс, у якому гості мають змогу відпочити, поновити сили та чудово провести час.

До ваших послуг – готель з 73 номерами різних категорій, а також ресторан, два тенісні корти, більярд, сауна та басейн.

Гостям, які приїждять з дітьми, готель пропонує комфортні кімнати сімейного типу (у номері двоспальне та односпальне ліжка), двокімнатні люкси (з двоспальним ліжком в одній і розкладним двоспальним диваном в іншій кімнаті), а також покращені люкси (у номері – два двоспальні ліжка та розкладний диван).

У вартість проживання входить парковка, яка цілодобово працює та перебуває під відеоспостереженням. Гості можуть скористатися побутовою кімнатою, де можна попросувати речі. Також доступні послуги «будильник» і «виклик таксі».

Неповторну атмосферу затишку та комфорту створює величний стиль Середньовіччя. Поринути в атмосферу благородних лицарів і прекрасних дам, а також





НАПОЇ, ЩО ВГАМОВУЮТЬ СПРАГУ

ПрАТ «Ветропак Гостомельський Склозавод»
08290 Україна, смт. Гостомель
+380 44 39 24 100, +380 44 39 24 143
www.vetropack.ua

vetropack 



ВСЕ ДЛЯ ПИВОВАРІННЯ:

- ❖ ДРІЖДЖІ APRO® (lager, ale)
- ❖ ФЕРМЕНТИ APRO®
- ❖ ФІЛЬТРАЦІЯ
- ❖ ОПТИМІЗАЦІЯ ПРОЦЕСІВ ВИРОБНИЦТВА
- ❖ ТРЕНІНГИ ДЛЯ ВИРОБНИЦТВА
- ❖ ЗАСОБИ ДЛЯ ЧИСТОТИ НА ВИРОБНИЦТВІ
- ❖ ДЕЗИНФЕКЦІЯ РУК ТА ПРИМІЩЕНЬ
- ❖ ВИТРАТНІ МАТЕРІАЛИ ДЛЯ ОБЛАДНАННЯ

