

BEER

Серпень [2021] №3-4 (21)

Березень [2022] №1 (22)

Technologies
Innovations

journal

ПИВО. ТЕХНОЛОГІЇ & ІННОВАЦІЇ ЖУРНАЛ

beertechdrinks.com

ТЕРМО-ПАБ: ЗРОБИМО НАЙКРАЩЕ ПИВО

разом



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

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



ПЕРЕДОВІ
ТЕХНОЛОГІЇ
ОХМЕЛЕННЯ –
Alfa Laval Alhop



Модуль **Alfa Laval Alhop**

- Компактна установка охмелення, попередньо зібрана на каркасній рамі
- Хміль не потрапляє до основного танку
- Використовується для невеликих обсягів: 5-50 кг або 10-100 кг палет хмелю на партію

- Сепараційні модулі серії BREW
- Установки карбонізації пива CarboSet™
- Модуль для деаерації води Aldox™ Mini
- Модуль автоматичної пастеризації Flexitherm™

ДП «Альфа Лаваль Україна»

ІННОВАЦІЙНЕ ОБЛАДНАННЯ ДЛЯ КРАФТОВИХ ПИВОВАРЕНЬ

вул. Новокостянтинівська 13/10, офіс 213, м.Київ, 04080, Україна
тел.: +38 044 205 5667 e-mail: ukraine.info@alfalaval.com www.alfalaval.ua



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

ШАНОВНІ ДРУЗІ! ШАНОВНІ ПЕРЕДПЛАТНИКИ ТА ПАРТНЕРИ!

Із початком масштабного вторгнення російських військ в Україну ми були змушені призупинити свою діяльність. Водночас, усім серцем прагнучи нашої ПЕРЕМОГИ над ворогом, кожен із нас намагається зробити свій посильний внесок у її наближення. Наші працівники стали волонтерками й допомагають біженцям, теробороні і військовим частинам. Одна з наших редакторок вступила до лав Національної гвардії України. З кожного свого прибутку медіагрупа підтримує наше військо. Ми також бачимо і ваш величезний внесок у боротьбу та пишаємося нашими давніми партнерськими стосунками. Бо ж ми усі нині – як один великий і сильний організм, що веде методичну боротьбу з ворогом.

Але головне наше знаряддя, головний інструмент, яким володіємо, – це інформація. Наш журнал Beer.Technologies за роки, що минули із часу його заснування, об'єднав і долучив до пивоваріння тисячі людей. Завдяки унікальній тематиці, в основі якої – новітні технології та інноваційні рішення, ми разом із вами створили в Україні галузь успішного пивоваріння. І якби не клята війна, ця галузь невдовзі стала би однією з найбільш визнаних у світі.

Виконуючи свої зобов'язання перед читачами, ми завершили роботу над виданнями, основна частина текстів у яких була підготовлена до друку до 23 лютого 2022 року. Це, зокрема, журнали Beer Technologies, а також «Садівництво і Виноградарство. Т.І.», «Горішник», «Напої. Т.І.». Обіцяємо тепер докласти максимум зусиль до того, щоб усі читачі отримали як електронні, так і паперові журнали.

Віriamo, що мине зовсім небагато часу, і ми всі разом святкуватимемо нашу спільну ПЕРЕМОГУ. А ПЕРЕМОГА – це новий виток розвитку, це ще новіші технології, ще крутіші рішення, це співпраця з усім світом. Ми впевнені, що разом з вами після ПЕРЕМОГИ ми відродимо в Україні сучасне пивоваріння. Лише разом ми сильні.

Лише разом ми здобудемо ПЕРЕМОГУ.

*Ваші Катерина Конєва і Надія Ящук,
засновники медіагрупи
«Технології та Інновації»*

**Beer. Technologies&Innovations
№3-4 (21) 2021 - №1 (22) 2022**

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 Ящук Н.І.

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

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

Директор – Надія Ящук: rnadia@ukr.net

Випусковий редактор – Катерина Олар,
techandinnowsad-beer@ukr.net, +38 096 501 02 54

Сторінка в Фейсбук: facebook.com/techdrinks.info

Журналісти: Дарина Дубинка, Марина Захарчук, Марина Степанюк,

Світлана Мельник, Богдана Трофімюк, Світлана Стельмащук

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,

Ірина Калюжна, +38 0964587682, reklama.nti@ukr.net,

Альона Данчук, +38 097 528 36 46, sad2017@ukr.net,

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

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

Підписано до друку 01.07.2021 р.

Наклад 6 000 прим.

**«BEER. Technologies&Innovations»
№3-4 (21) 2021 - №1 (22) 2022**

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.) rnadia@ukr.net

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:

Iryna Kalyuzhna, reklama.nti@ukr.net,

+38 096 458 76 82

Alyona Danchuk, sad2017@ukr.net,

+38 097 528 36 46

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

web-portal: beertechdrinks.com

facebook.com/techdrinks.info





ЗУСТРІЧАЙ ПЕРЕМОЖЦЯ



**СОРТИ КРАФТОВОГО ПИВА,
ЩО ОТРИМАЛИ МЕДАЛІ НА КОНКУРСІ
HOP CUP UKRAINE OPEN
BEER AWARDS 2021**



Apache APA
Amigo IPA
Світлий монах



Cabinet Lager
Evolution
Bavarian Wheat
Armelina
X-Parallel



10-ka Lager
Silver Ale

www.alt-brewery.com



TREMPPEL TRIPEL



OG: 19%
Alc: 8,4% vol.
IBU: 20

**НОВИЙ КРАФТ
ЗА СТАРОВИННИМИ
РЕЦЕПТАМИ!**



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



8

Засновник групи компаній UBC group Ігор ГУМЕННИЙ: майбутнє – за крафтом!



24

Простими словами про хімічний склад води для пивоваріння



52

Пивовар BRASSERIE DE LA SENNE Шимон Урбан: локальне пиво для брюссельців

- 8 **ЛІДЕРИ РИНКУ: З ПЕРШИХ УСТ**
Засновник групи компаній UBC GROUP Ігор Гуменний: майбутнє – за крафтом!
- 11 **КРАФТ ПО-УКРАЇНСЬКИ**
Пивна мапа тепер на краях ресторану ALTBIER
- 12 **ТЕХНОЛОГІЇ ПИВОВАРІННЯ**
Компанія «А-Профі»: нові рішення для пивоваріння
- 15 **ЛІДЕРИ РИНКУ: З ПЕРШИХ УСТ**
Генеральний директор ALTBIER Сергій Коваленко: Крафт – це про розмаїття сортів
- 18 **ТЕХНОЛОГІЇ ПИВОВАРІННЯ**
Чому вам потрібно обрати SAFBREW™ DA-16
- 20 **ПИВОВАРІННЯ: З ПЕРШИХ УСТ**
Тарас Фалик: Тенденції нестабільні, але ми мусимо рухати український крафт і підкорювати Європу
- 22 **КРАФТ ПО-УКРАЇНСЬКИ**
Мережа супермаркетів «Сільпо» відкрила власну крафтову броварню BEERMASTER BREWERY
- 23 **ТЕХНОЛОГІЇ ПИВОВАРІННЯ**
Сепараційний модуль BREW 250 – найкращий вибір для крафтових пивоварень
- 24 **ТЕХНОЛОГІЇ ПИВОВАРІННЯ**
Простими словами про хімічний склад води для пивоваріння
- 31 **ПИВОВАРІННЯ: З ПЕРШИХ УСТ**
Ресторатор Денис Жаткін: «Найближчим часом пивний ринок переживе трансформацію». Відверто про перебудову пивного ринку та лафхаки побудови успішного ресторану
- 34 **КРАФТ ПО-УКРАЇНСЬКИ**
BARTIK BEER: карпатське пиво, зварене на гірській воді
- 38 **ТЕХНОЛОГІЇ ПИВОВАРІННЯ**
Йіндржих Хейн о трендах в пивоваренні
- 40 **КРАФТ ПО-УКРАЇНСЬКИ**
MOVA BREWING CO.: український погляд на світові сорти пива
- 42 **ПИВОВАРІННЯ ПО-УКРАЇНСЬКИ**
Приворотні секрети LITOPYS знає жінка
- 46 **МАРКЕТИНГ І ПРОДАЖИ**
Історія мережі «ПивоБанк»: від сміливої ідеї до захоплення пивного ринку
- 48 **ПИВОВАРІННЯ ПО-УКРАЇНСЬКИ**
Традиції та технології: на перехресті успіху
- 52 **Пивовар BRASSERIE DE LA SENNE Шимон Урбан: локальне пиво для брюссельців**
- 56 **ТЕХНОЛОГІЇ ПИВОВАРІННЯ**
Нові ресторани-пивоварні та технічні рішення для крафтового бізнесу
- 58 **ПИВОВАРІННЯ: ЗАКОРДОННИЙ ДОСВІД**
Пивоварня MAXIMUS, Грузія: пиво нужно варить для души, а не для коммерции
- 62 **ТЕХНОЛОГІЇ ПИВОВАРІННЯ**
Обираєте обладнання для пивоваріння? «ТЕРМО-ПАБ» акцентує на основних помилках і дає слушні поради
- 64 **ПИВОВАРІННЯ: ЗАКОРДОННИЙ ДОСВІД**
Хмельной напиток в грузинском стиле. На пивоварне BEVRI в Аджарии варят пиво из Ткемали и стремятся экспериментировать с сортами
- 68 **Батумский пивзавод: пивоваренные традиции Грузии**
- 72 **КРАФТ ПО-УКРАЇНСЬКИ**
BURNING HEAD BREWERY: хобі, яке «запало» голову
- 75 **ЩО НА КРАНИ**
Що на краях? Новий колаб харківських пивоварів
- 76 **ВИРОБНИЦТВО НАПОЇВ**
З ароматом яблук і зі смаком меду. Молода сидрівня з Київщини робить ставку на натуральність і якість продукції
- 79 **ТЕХНОЛОГІЇ ПИВОВАРІННЯ**
Відома пивна мережа BREWDOG втілила екологічну «схему» з пробкою MEKANO
- 82 **ПИВОВАРІННЯ ПО-УКРАЇНСЬКИ**
Новий жашківський пивзавод NEW BREW: акцент на якісному локальному продукті
- 84 **ПИВНИЙ МАРКЕТИНГ**
Перебудова пивного ринку: пошук нових можливостей
- 86 **ПОДІЇ**
«CRAFT КУЛЬТУРА 2021»: пивний фестиваль голосно прокотився Дніпром
- 90 **CRAFT BEER & VINYL MUSIC FESTIVAL: що на краях головного пивного фестивалю країни**
- 92 **Найкращі заклади України–2021: Національна ресторанна премія СІЛЬ назвала переможців у 17 номінаціях!**



20
Тарас ФАЛИК: Тенденції нестабільні, але ми мусимо рухати український крафт і підкорювати Європу



31
Ресторатор Денис ЖАТКІН: «Найближчим часом пивний ринок переживе трансформацію»



68
Батумський пивзавод: пивоваренні традиції Грузії

- 8 MARKET LEADERS: AT FIRST HAND
Igor Humennyj, the founder of company UBC GROUP: the future stands for craft brewing!
- 11 UKRAINIAN CRAFT BREWING
The beer map is now on the taps of the ALTBIER beer restaurant.
- 12 BREWING TECHNOLOGIES
Company A-PROFI: New solutions for brewing.
- 15 MARKET LEADERS: AT FIRST HAND
ALTBIER General Director Serhiy Kovalenko: Craft is about diversity in varieties.
- 18 BREWING TECHNOLOGIES
Why you need to choose SAFBREW™ DA-16.
- 20 BREWING: AT FIRST HAND
Taras Falyk: Trends can change, but we have to move Ukrainian craft and conquer Europe.
- 22 UKRAINIAN CRAFT BREWING
The Silpo grocery supermarket chain opens its craft brewery BEERMASTER BREWERY.
- 23 BREWING TECHNOLOGIES
The BREW 250 separation module is the best choice for craft breweries
- 24 BREWING TECHNOLOGIES
By simple words about the chemical composition of water for brewing
- 31 BREWING: FIRST HAND
Restaurateur Denys Zhatkin: «In the nearest future, the beer market will get transformation.» Frankly about the restructuring of the beer market and some life hacks for building a successful restaurant.»
- 34 UKRAINIAN CRAFT BREWING
BARTIK BEER: Carpathian beer brewed with the use of mountain water
- 38 BREWING TECHNOLOGIES
Czech brewer Jindrich Chein tells about trends in brewing
- 40 UKRAINIAN CRAFT BREWING
MOVA BREWING CO.: Ukrainian view of the world beer varieties
- 42 UKRAINIAN BREWING
The female secrets of the success of the brewery LITHOPOLIS
- 46 MARKETING AND SALES
The history of the chain PivoBank: from a bold idea to capturing the beer market
- 48 UKRAINIAN BREWING
Traditions and technologies: at the crossroads of success
- 52 Brewer BRASSERIE DE LA SENNE Shimon Urban: local beer for Brussels
- 56 BREWING TECHNOLOGIES
New restaurants-breweries and technical solutions for the craft business
- 58 BREWING: FOREIGN EXPERIENCE
Brewery MAXIMUS in Georgia: Beer should be brewed to delight the soul, not for commercial purposes.
- 62 BREWING TECHNOLOGIES
Are you choosing equipment for brewing? «TERMO-PUB» emphasizes the main mistakes and gives good tips.
- 64 BREWING: FOREIGN EXPERIENCE
Drunken drink in the Georgian style. BEVRI brewery in the Adjara region brews beer with the use of tkemali and tries to experiment with varieties
- 68 Batumi brewery: brewing traditions of Georgia
- 72 UKRAINIAN CRAFT BREWING
BURNING HEAD BREWERY: a hobby that is totally «Captured.»
- 75 WHAT'S ON THE TAPS
What's on the taps? A new collaboration of Kharkiv brewers
- 76 BEVERAGE PRODUCTION
With apple aroma and honey taste. A young cider brewery from the Kyiv region made a focus on natural, high-quality products.
- 79 BREWING TECHNOLOGIES
The well-known beer chain BREWDOG has implemented an ecological «scheme» with MEKANO closures
- 82 UKRAINIAN BREWING
New Zhashkiv brewery NEW BREW: with focus on quality local product
- 84 BEER MARKETING
Restructuring the beer market: finding new opportunities
- 86 EVENTS
«CRAFT CULTURE 2021»: the beer festival in the city of Dnipro
- 90 CRAFT BEER & VINYL MUSIC FESTIVAL: what are on the taps of the main Ukrainian beer festival
- 92 The best establishments of Ukraine 2021: The Annual National Restaurant Award SIL named the winners in 17 nominations!

«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 більйардній 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, більйард, сауни, басейни, хамам та конференц-зал.

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).

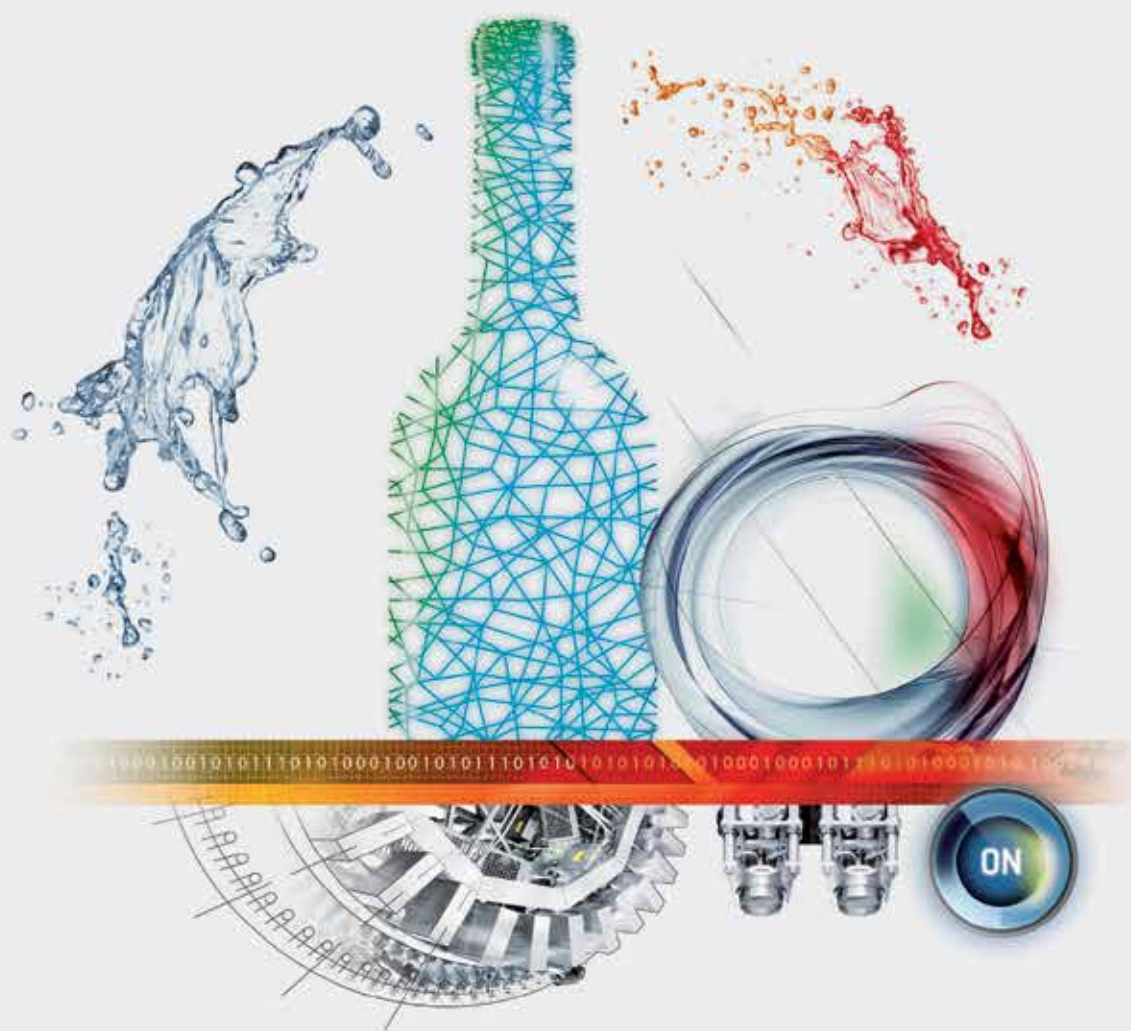
У вартість проживання входить парковка, яка цілодобово працює та перебуває під відеоспостереженням. Гості можуть скористатися побутовою кімнатою, де можна попросувати речі. Також доступні послуги «будильник» і «виклик таксі».

Неповторну атмосферу затишку та комфорту створює величний стиль Середньовіччя. Поринути в атмосферу благородних лицарів і прекрасних дам, а також



МЕЖДУНАРОДНЫЙ
САЛОН
ОБОРУДОВАНИЯ
ДЛЯ ВИНОДЕЛИЯ
И БУТИЛИРОВАНИЯ

SIMEI



LEADER IN WINE & BEVERAGE TECHNOLOGY

ORGANIZED BY



29-Й САЛОН

15th-18th November 2022
Fiera Milano (Rho) Italy

info@simei.it / simei.it

ЗАСНОВНИК ГРУПИ
КОМПАНІЙ UBC GROUP
ІГОР ГУМЕННИЙ:

МАЙБУТНЄ – ЗА КРАФТОМ! *

У портфелі UBC Group – чотири заводи, які виготовляють обладнання для транснаціональних компаній на кшталт Coca-Cola і Heineken. Розбавляє «холодний бізнес» ритейл – мережа ресторанів-пивоварень «Старгород». Як від ідеї з нуля створити успішний бізнес, а також про ключові тенденції бізнесу журналісти видання Beer. Technologies&Inovations поспілкувалися з засновником UBC group Ігорем ГУМЕННИМ.

Beer. Technologies&Inovations: UBC Group – одна з небагатьох компаній, яка створена на початку 90-х з нуля та ідеї, а в результаті стала міжнародною та багатопрофільною. В чому ваш секрет успіху як лідера і команди?

Ігор ГУМЕННИЙ: Секрету ніякого немає. Треба мати сильне бажання, амбіції, мріяти, багато працювати, брати на себе відповідальність і йти до своєї мети. Грати до кінця і доробляти все до останнього.

Я почав бізнес у 1993 році, коли розвалився СРСР і ринки були пусті. З самого початку ми сконцентрувалися на бізнесі в харчовій індустрії. Все почалося з поставок хмелю, солоду, цукру та різної сировини, а також фільтр-картону, кізельгуру. Потім ми почали поставляти етикетку, кронен-корок, різноманітну тару, холодильне та технологічне обладнання. Ми відразу були



націлені на перманентний розвиток. Після кризи 2008 року розпочали виробляти холодильне обладнання, а потім – різноманітну кастомізовану промо-продукцію: тенти, шатри, зонти, палатки, меблі, пивні колони.

Крім органічного росту, ми постійно розширяли географію. Спочатку ми завозили все з-за кордону та зразу стали міжнародною компанією. Відкрили перші офіси у Вроцлаві та Хелмі. Ми завжди спиралися на свої внутрішні резерви, тому майже всі керівники і менеджери компанії виростили разом з компанією.

Beer. T.&I.: Нині світ поступово переживає наслідки коронакризи. Які виклики перед вами поставила пандемія? Як працювали в цей період?

І.Г.: Коронакриза для нас була однією з криз, однак зі своєю специфікою. Під час криз ми традиційно скорочуємо витрати до рівня операційної ефективності, в цьому плані ми завжди діємо жорстко. Як і всі, змушені періодично працювати дистанційно, але при найменшій можливості ми повертаємося в офіс, до звичайних стандартів. Ми не поділяємо захоплення дистанційним бізнесом.

Beer. T.&I.: Скільки напрямків сьогодні охоплює холдинг UBC Group?

І.Г.: UBC Group – це торгово-промисловий холдинг, який працює в сфері харчової промисловості. Холдинг має 25 офісів, які розташовані від Сантьяго і до Шанхаю.

Структурно в холдинг входять: UBC Cool – виробництво холодильної техніки, UBC Promo – виробництво промо-продукції, UBC ingenirig – підрозділ, який займається постачанням обладнання, технологіями й інжинірингом для харчової промисловості, UBC Distribution – підрозділ, що займається продажами всієї номенклатури наших продуктів, а також мережа пивних ресторанів-пивоварень STARGOROD.

**Стаття підготовлена до друку до 24 лютого 2022 року і містить довоєнну інформацію*

Beer. T.&I.: Що ви можете сьогодні запропонувати пивоварам? Розкажіть про останні напрацювання компанії.

І.Г.: Як я вже казав на початку нашої розмови, свою діяльність ми починали з поставок хмелю, солоду й іншої сировини для виробництва пива. За багато років ми набули величезний досвід та збудували прямі партнерські відносини з багатьма світовими виробниками основних складових компонентів для роботи пивоварів: хмелю, солоду, дріжджів тощо. Наразі асортимент хмелю, який ми пропонуємо пивоварам за наявності на наших складах в Україні, становить більш ніж 120 сортів з усіх куточків світу. Перш за все це широкий асортимент хмелю та солоду з таких європейських країн, як Німеччина, Чехія, Польща, Словаччина, Англія, Франція, Бельгія тощо.

Окрім того, ми пропонуємо дуже великий асортимент хмелю американських та австралійських сортів, а починаючи з цього року, також будуть доступні найбільш популярні сорти новозеландських хмелів. Треба зазначити, що ми пропонуємо пивоварам не тільки гранульований хміль, а й взагалі всі відомі форми та варіації натуральних хмелепродуктів та унікальні інноваційні розробки в галузі виробництва хмелю. Зокрема, йдеться про екстракти хмелю, вижимки хмелевих олій, технологічні екстракти, які допомагають коригувати параметри гіркоти, щільності пни, стійкості, а також багато інших параметрів на окремих етапах виробництва пива.



Минулого року ми представили на ринку такі унікальні розробки, як кріо-хміль LupoMax™ (гранули хмелю, збагачені лупуліном і хмелевими оліями), а також Inkognito – першу в світі розробку рідкої форми хмелю, яка зберігає в собі всі властивості звичайної гранули, але в більш концентрованому форматі.

Цього року ми теж презентуємо на ринку нові унікальні розробки в галузі «рідкого хмелю», який має на меті мінімізувати втрати готового пива на пізніх стадіях охмелення, а також дати пивоварам безмежну палітру смаків і відтінків смаків для вияву їх творчості та фантазії при створенні нових сортів пива.

Маючи власну мережу пивоварень у низці країн світу, ми самі доволі часто експериментуємо з різними видами солоду, дріжджів, новими хмелями й унікальними новітніми розробками хмелепродуктів. Тому ми можемо запропонувати пивоварам не тільки поставки сировини, а й спільний обмін досвідом, комплексні консультації з прямими виробниками сировини з точки зору технології використання їх продуктів для досягнення



максимально якісних показників та мінімізації втрат при виробництві пива. Також ми надаємо можливість долучитися до створення та проведення яскравих і різноманітних колаборацій заради спільного професійного росту та загального розвитку ринку пива в Україні.

Beer. T.&I.: Які ключові тенденції пивного ринку ви сьогодні можете виокремити?

І.Г.: Український ринок з певним лагом повторює все, що відбувається на Заході, передусім у США. Є, звичайно, свої відтінки в Англії, Бельгії або Німеччині, але це буде дуже довга розмова, тому я сконцентруюся на основних змінах у США.

Крафт – домінуючий тренд. До пандемії крафт у США займав 12,3 % у фізичному обсязі й близько 25 % у грошовому. У грудні 2021 року цей показник знизився до 9,8 % у фізичному обсязі. Вплинув на це локдаун, закриття ресторанів. Але в 2022 році очікується зростання частки до попереднього рівня. При цьому порівняно з 2020 роком продажі почали зростати.

Наша компанія – член американської Brewers Association (BA), і це для нас один із основних ринків.

Окрім того, COVID-19 спричинив зміну типу й об'єму упаковки. Наразі головний тренд – алюмінієва банка. Через закриття HoReCa індустрія втратила один із головних каналів збуту. Згідно з інформацією NRA близько 35 % американських ресторанів закрились або змі-





нили час і режим роботи. Частка продажів крафтового пива в кегах впала з допандемічних 23 % до 6,32 % у 2021 році. Знизилися і продажі з крафтових пивоварень напряму, на місці, з форфаса (великої ємкості, не кегів) з 39,4 % до 27 %.

Продажі Taprooms і барів, які продають на виніс з форфасів, навпаки виросло на 10 %. Всього їх у США налічується 3471. Виросла і доставка, зокрема продажі в банках – з 24 % до 32, 7% Зросли і логістичні витрати, що спричинило перехід з дрібнолітражних кегів (1/6 бареля ~ 20 літрів) на великолітражні (1/2 бареля ~ 55 літрів). Якщо до 2020 року частка великолітражних кегів у наших продажах становила 10 %, то зараз це 70 % у загальному обсязі продажу кегів.

ПЕТ у США майже немає, адже на утилізацію такої тари потрібно сплатити великий податок. Зростає алюмінієва банка і ємності з алюмінію об'ємом 0,5-2,5 літра.

Останні 3 роки стрімко зростали продажі Seltzer – продукту бродіння, як правило, з мальтозної патоки з різноманітними добавками. Але в 2021 продажі цього продукту впали на 10 %, і в ВА прогнозують подальше падіння.

Тренд 2022 року – зростання вуличної торгівлі. Влада всіх штатів підтримує крафт, надає преференції до 70 % сплати на землю під літні майданчики, спонсорує участь у виставках, конференціях і фестивалях, адже це прями



надходження нових податків до місцевих бюджетів. Так, у нас у 2021 році подвоївся попит на наші вуличні торгові меблі, парасолі, тенти тощо. Як правило, великим компаніям у всіх штатах заборонено на парасолях і тентах друкувати назву алкогольного бренду, натомість крафтовикам можна. Індустрія змінюється і розвивається. Зокрема, 2018 року змінилося визначення крафту. Раніше крафтом винятково були традиційна технологія, традиційна сировина, обмеження в розмірі та продажі в районі виробництва, а також заборона транснаціональним компаніям володіти часткою більш ніж 24 %.

Під тиском крафтовиків ВА внесла зміни, і тепер до готового продукту можна додавати смакові добавки та робити різні смаки. Але технологія та сировина для пивоваріння мають бути класичними. Звичайно, це призвело до буму різних смаків.

Взагалі крафтове пиво в США – це гігантська індустрія з загальними продажами 22,8 мільярда доларів у 2021 році.



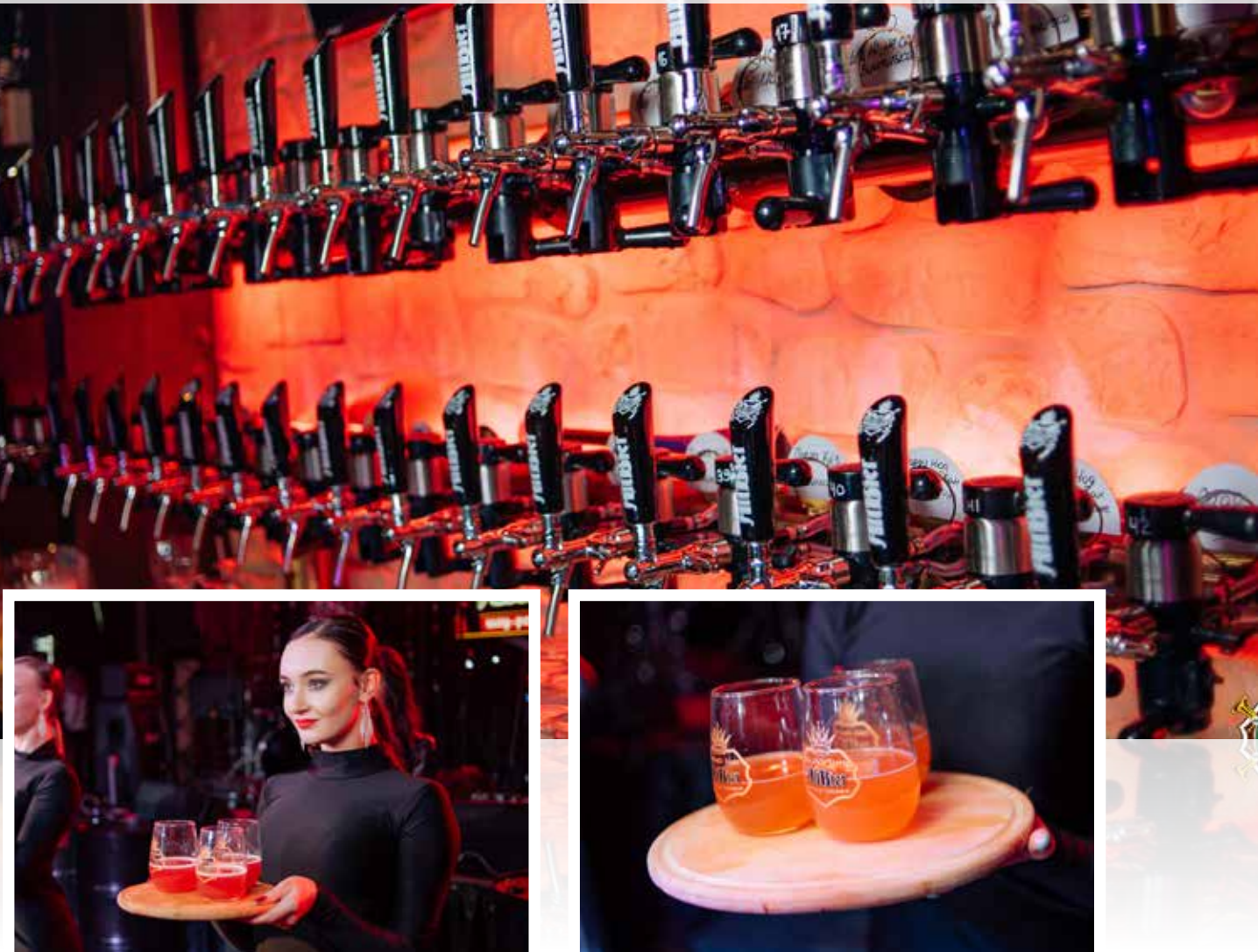
Beer. T.&I.: Наскільки важливими сьогодні є профільні конференції, виставки та форуми? Як часто UBC Group бере у них участь?

І.Г.: Профільні конференції, виставки для UBC – це форма життя. Ми беремо участь у всіх важливих заходах у всіх частинах світу: від Латинської Америки – до Китаю.

Beer. T.&I.: Поділіться планами на майбутнє.

І.Г.: Плани дуже прості: органічний розвиток і експансія.

ПИВНА МАПА ТЕПЕР НА КРАНАХ РЕСТОРАНУ ALTBIER! *



AltBier Brewery прагне розвивати крафтову культуру, тому вже традиційними для пивоварні стали дегустації, участь у пивних конкурсах, а також форумах пивоварів і рестораторів. Нещодавно AltBier Brewery запустив новий проєкт – 50-кранову колону.

– Ми постійно вдосконалюємося, тому родзинкою шоу-ресторану AltBier стала нова колона на 50 кранів з кращим крафтовим пивом. На ній представлено понад 20 сортів від власних броварень ГК AltBier, 10 імпорتنих сортів, а також 20 сортів від кращих українських пивоварень – переможців дегустаційних конкурсів Hop Cup та East European Beer Award. Також ми активно запрошуємо до співпраці українських броварів, – розповів **власник AltBier Сергій КОВАЛЕНКО.**

Якщо українські пивоварні на власних майданчиках здебільшого реалізують тільки своє пиво, то AltBier запровадив гостьові сорти. Таким чином харків'яни можуть скуштувати Україну на смак. Для цього достат-

ньо відвідати шоу-ресторан AltBier й обрати улюблений сорт, наприклад, київської чи львівської пивоварні. Пиво споживачі обирають шляхом голосування у телеграм-каналі.

– Ми не тільки пропонуємо щось самі, а й залучаємо наших гостей, які є найголовнішими суддями нашої продукції. Найважливіша позиція ресторатора – задовольнити потребу гостей. Ми зробили електронне голосування та дали можливість гостю обрати пиво від українського виробника. У нашому ресторані ми даруємо емоції, тому нам буде дуже приємно, коли гість, обравши той чи інший сорт, згадає вечір у Львові чи Одесі, поїздку в Київ чи обід у Рівному. Це можливість подорожувати Україною, не виходячи з улюбленого ресторану, – підсумовує Сергій Коваленко.

З ПИТАНЬ СПІВПРАЦІ ЗВЕРТАЙТЕСЯ:

+ 38 097 992 80 02

Аліна Бесценна

**Стаття підготовлена до друку до 24 лютого 2022 року і містить довоєнну інформацію*

КОМПАНІЯ «А-ПРОФІ»:

НОВІ РІШЕННЯ ДЛЯ ПИВОВАРІННЯ



Компанія «А-Профі» – визнаний експерт у галузі забезпечення допоміжними матеріалами й інгредієнтами підприємств харчової промисловості. Понад 17 років ми надаємо своїм клієнтам продукцію найвищої якості. Наші клієнти – це пивоварні, сокові, спиртові, виноробні заводи, а також молокопереробні підприємства у більш ніж 20 країнах світу.

Мета нашої компанії полягає в тому, аби забезпечити клієнтів необхідними якісними інгредієнтами та матеріалами відповідно до потреб підприємств і запитів сучасного ринку. Саме з цієї причини ми розробили портфель продуктів для ефективного вирішення технологічних завдань.

APRO – це лінійка спеціально створених та ексклюзивно відібраних продуктів для харчового виробництва. До бренду APRO входять:

- професійні миючі та дезінфікуючі препарати широкого спектру дії для всіх галузей харчової, медичної промисловості та професійної кухні;
- ферментні препарати для всіх технологічних стадій виробництва;

- дріжджі для виготовлення пива і сидрів, тихих, ігристих і плодово-ягідних вин;
- препарати для колоїдної стабілізації;
- фільтруючі матеріали для різних видів фільтрації.

Препарати APRO для пивоваріння

Упродовж кількох років ми працювали над створенням продуктів для пивоваріння, які змогли б задовольнити вимоги найрізноманітніших клієнтів. І зараз ми раді представити лінійку сухих пивоварних дріжджів APRO, а також лінійку препаратів для стабілізації пива на основі кремнію.

| Дріжджі APRO

APRO AMERICAN ALE STYLE BEER YEAST

Дріжджі верхового бродіння для виготовлення пива в американському стилі. Характеризуються високою швидкістю бродіння та здатні утворювати щільний осад наприкінці процесу, покращуючи таким чином освітлення пива. Пиво, ферментоване цим штамом, має сухе тіло і нейтральний смак із помірно кислинкою.

APRO ENGLISH ALE STYLE BEER YEAST

Дріжджі верхового бродіння для виготовлення пива в англійському стилі. Характеризуються високою швидкістю бродіння та здатні утворювати щільний осад наприкінці процесу, покращуючи таким чином освітлення пива. Дріжджі створюють чистий смаковий профіль, в основному нейтральний і гладкий, а також роблять пиво помірно сухим, але при цьому зберігають тіло пива.

APRO STRONG DARK ALE STYLE BEER YEAST

Англійський штам дріжджів верхового бродіння. Дріжджі мають високу ефективність та універсальність. З допомогою цього штаму можна приготувати дивовижні напої з легким фруктовим та естерним ароматом. Вони не впливають на смакові властивості пива, завдяки чому можна повноцінно розкрити натуральний смак і аромат солоду та хмелю.

APRO SCOTTISH ALE STYLE BEER YEAST

Штам дріжджів верхового бродіння, що ідеально підходить для пива у шотландському стилі. Пиво, для виготовлення якого використовують ці дріжджі, виходить сухим, і навіть легке пиво не здається водянистим.

APRO WHEAT ALE STYLE BEER YEAST

Класичні дріжджі верхового бродіння, які підходять для зброджування пива типу Weizen/Whitebier. Враховуючи те, що цей штам має середню атенуацію, пиво в результаті не буде солодким. Замість цього воно матиме вершкову й оксамитову структуру, а також багату, але не важку солодовість. У пиві, яке ферментується цим штамом, відсутній сильний карамельний смак і солодовий аромат.

APRO PREMIUM LAGER STYLE BEER YEAST

Дріжджі низового бродіння для виготовлення пива, які дають класичний для чеських сортів аромат і смак. Мають нейтральний смак-ароматичний профіль.

APRO CLASSIC LAGER STYLE BEER YEAST

Універсальні дріжджі низового бродіння для виготовлення пива з практично повною редукцією діацетила. Чудовий лагерний штам, гідний смак з легким ароматом, виразними хмелевими властивостями та солодовою складністю.

Стабілізатори для пива APRO

З кожним роком пивоваріння виходить на новий рівень технологічного розвитку. Технологи намагаються вдосконалити виробничу технологію, зменшити собівартість готового продукту та зберегти при цьому якість і звичний для споживача смак улюбленого напою, незважаючи на умови транспортування і тривалі терміни реалізації. А споживач, зі свого боку, бажає отримувати пиво привабливого зовнішнього вигляду та незмінної якості, а головне – зі смаком свіжозвареного напою.

На жаль, в останні кілька років у зв'язку з несприятливими погодними умовами якість солоду нестабільна, через що в ньому досить часто трапляється підвищений вміст білка. Відповідно, пивовари зіштовхуються з проблемою мутності пива. Для вирішення цих проблем компанія «А-Профі» представила на ринку спеціально створені стабілізатори для пива – APRO Beer Stab 1800 та APRO Beer Stab 375.

APRO Beer Stab 1800 – кремнієвий ксерогель.

APRO Beer Stab 375 – кремнієвий гідрогель.

Препарати APRO Beer Stab 1800 і APRO Beer Stab 375 поєднують у собі відмінні параметри стабілізації з якісною фільтрацією і мінімальним пилоутворенням. APRO Beer Stab 1800 та APRO Beer Stab 375 селективно видаляють білки, які спричиняють помутніння пива, при цьому не впливаючи негативно на смак, піноутворення та швидкість фільтрації пива.

Важливими параметрами підбору силікагелю з огляду на стабілізацію пива є поверхня, діаметр і об'єм пор, розподілення величин фракцій (ці параметри перебувають під строгим контролем технологів). Це все в результаті забезпечує високу якість і швидкість фільтрації. Силікагелям вистачає п'ять хвилин, щоб видалити з пива близько 90 % білків, які спричиняють помутніння продукту. В той же час низькомолекулярні білки, які відповідають за піноутворення, зберігаються у повному обсязі.

Переваги препаратів APRO Beer Stab:

- дозволені для використання у пивоварінні;
- збільшують колоїдну стабільність пива завдяки видаленню високомолекулярних білків, які спричиняють помутніння;
- не впливають на низькомолекулярні піноутворюючі білки;
- не розчиняються у пиві;
- це безпечні й екологічно чисті продукти;
- економічно ефективні;
- сумісні з усіма відомими препаратами, які використовуються у пивоварінні (ПВПП, кізельгури, перліти тощо);
- хімічно інертні, тому нейтральні в органолептичному профілі пива.

Препарати можна застосовувати на різних технологічних стадіях виробництва у вигляді 10-відсоткової суспензії (детальнішу інформацію про препарати ви можете отримати, зв'язавшись з нашими технологами).

Також для пивоваріння компанія «А-Профі» пропонує:

- ферментні препарати для різноманітних технологічних процесів;
- професійні миючі та дезінфікуючі препарати, спеціально розроблені для пивоваріння;
- фільтр-картон і картриджі з різним рейтингом фільтрації.

Окрім того, компанія «А-Профі» – ексклюзивний дистриб'ютор продукції KIC KRONES.

Універсальні клеї підходять для ідеального приклеювання етикеток на ПЕТ, скло, пластик, папір чи іншу упаковку. Клеї KIC KRONES гарантують надійність приклеювання:

- холодні клеї забезпечують надійне приклеювання етикеток навіть за несприятливих умов;

- термоклеї приклеюють етикетки з паперу та плівки (нарізані або які подаються з рулону) на різні поверхні (зокрема скло, пластик чи картон) для ідеального дизайну упаковок;

- клеї для упаковок забезпечують надійність склеювання лотків, стабільність і міцність картонної та вторинної упаковки, а також гарантують захист ваших продуктів під час транспортування та зберігання.

Підшипники, передачі, ланцюги, поверхні ковзання – асортимент мастильних матеріалів охоплює весь спектр продуктів, необхідних для технічного обслуговування вашого обладнання KRONES:

- мастила та матеріали, робочі властивості яких точно розраховані з урахуванням потреб вашого обладнання. Вони забезпечують щадну експлуатацію та налагоджене функціонування;

- засоби прості в нанесенні та користуванні завдяки покращеному упакуванню (наприклад, у вигляді спрею, в тьюбіку або в картуші з мастилом, який повторно закривається);

- надійна подача мастильних матеріалів, зокрема в недоступні секції, через центральний мастильний вузол та автономні пристрої подачі мастила.

Вся діяльність компанії «А-Профі» орієнтована на клієнта. У компанії практикується індивідуальний підхід, пропонуються комплексні рішення та повний сервісний пакет. Якість товарів і послуг завжди високі, а всі замовлення виконуються оперативного.



РЕПУТАЦІЯ

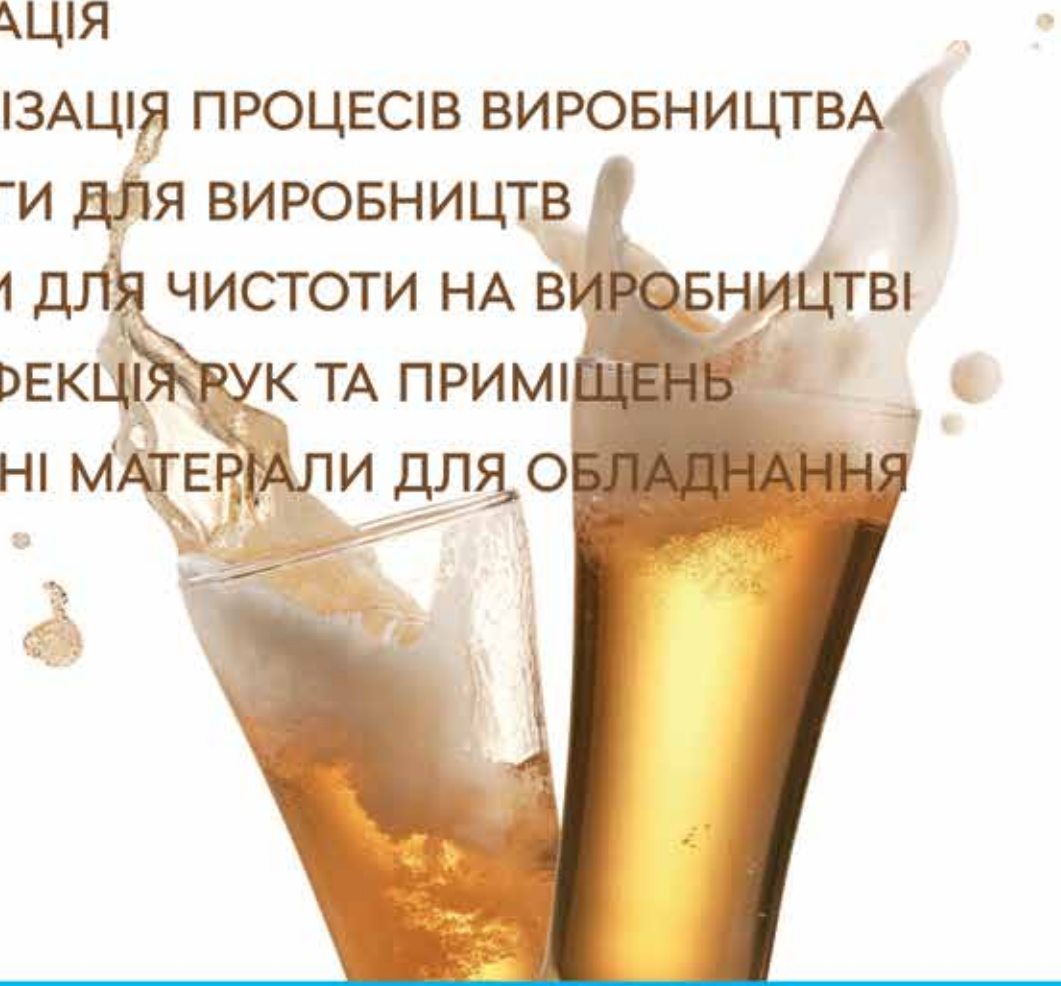
ЯКІСТЬ

ПРОЗОРИСТЬ



ВСЕ ДЛЯ ПИВОВАРІННЯ:

- ☛ ДРІЖДЖІ АPRO® (lager, ale)
- ☛ ФЕРМЕНТИ АPRO®
- ☛ ФІЛЬТРАЦІЯ
- ☛ ОПТИМІЗАЦІЯ ПРОЦЕСІВ ВИРОБНИЦТВА
- ☛ ТРЕНІНГИ ДЛЯ ВИРОБНИЦТВ
- ☛ ЗАСОБИ ДЛЯ ЧИСТОТИ НА ВИРОБНИЦТВІ
- ☛ ДЕЗИНФЕКЦІЯ РУК ТА ПРИМІЩЕНЬ
- ☛ ВИТРАТНІ МАТЕРІАЛИ ДЛЯ ОБЛАДНАННЯ



aprofi-group.com



ГЕНЕРАЛЬНИЙ ДИРЕКТОР
ALTBIER СЕРГІЙ КОВАЛЕНКО:

“КРАФТ – ЦЕ ПРО РОЗМАЇТТЯ СОРТІВ” *

Пивоварні, мережа пивних магазинів, Гран-прі на дегустаційних конкурсах East European Beer Award і Hop Cup – усе це про сім'ю Altbier. Журналісти видання Beer. Technologies&Innovations поспілкувалися з генеральним директором Altbier Сергієм КОВАЛЕНКОМ і дізналися про нинішні виклики у ресторанному та пивному бізнесі, останні тренди та нові проєкти.

Beer. Technologies&Innovations: Які кроки ви робите, щоб завоювати пивний ринок?

Сергій КОВАЛЕНКО: По-перше, ми продовжуємо покращувати якість нашого пива і збільшуємо різноманіття сортів. Нам дуже пощастило, що ми починали варити пиво з чеськими пивоварами компанії Czech brewery system. Зокрема, дякую нашому другу та партнеру, чудовому пивовару та власнику компанії Йіндриху Хейну, адже пивоварню в шоу-ресторані Altbier виготовили саме вони, і завдяки цьому у нас чудова класика. Також дуже поталанило працювати з найкращим в Україні крафтовиком і технологом Віктором Ващуком. У результаті такого колабу ми зварили 27 сортів пива, деякі з них вже навіть стали «крафтовою класикою», наприклад, IPA й APA. Зараз ми співпрацюємо з Віктором Юхном, який з домашнього пивовара виріс до високого професіонала, його сорти пива дуже креативні. Так, нещодавно ми варили Melange, для якого знадобилося 800 кг гарбуза різного приготування. Окрім того, в нашому асортименті є BierKava – сорт, зварений за технологією cold-brew – холодного настоювання свіжої кави, для якого знадобилося 30 кг зерен кolumбійського сорту Arabica Supremo. Ще варимо сорт Herr Tomato Gose з великою кількістю свіжих, квашених і солоних помідорів, а також базиліка та спецій. Також ми доповнили платинову лінійку сортів компанії, з останніх зварених – доппельбок Ragnar з додаванням чорниці.

Крім того, в ресторані ми поставили 50-кранову колону, завдяки якій у нас на кранах 25 сортів Altbier, а також 25 сортів світової класики й українського крафту. Звичайно ж, ми старалися не повторювати стилі пива, але при такій кількості кранів це просто неможливо.

**Стаття підготовлена до друку до 24 лютого 2022 року і містить довоєнну інформацію*



Окрім колони, ми встановили пивний холодильник, де є ще 52 сорти пива у банках. Нині в шоу-ресторані Altbier налічується понад 100 сортів пива, і цей асортимент постійно оновлюється.

Грунтовно ми попрацювали і з кухнею. Завдяки долі минулого року я був суддею Національної ресторанної премії СІЛЬ, під час якої познайомився з Віталієм Гуралевичем (бренд-шеф, член Асоціації шеф-кухарів України, – ред.). Саме він з грудня 2021 року став бренд-шефом шоу-ресторану Altbier. Уперше в своїй ресторанній практиці я підпорядкував кухню бренд-шефу, і нині він підбирає персонал кухні. Питання полягає в тому, що навіть два великі ресторани, як свідчить моя практика, практично не в змозі забезпечити кар'єрний

ріст працівника. Чому? Кухар врешті-решт виростає до шефа, але далі йому фактично нікуди рости. І бренд-шеф, по-перше, навчає, а, по-друге, дає працівникам можливість кар'єрного зростання, зокрема й рекомендує іншим ресторанам країни.

У результаті такої співпраці з зірковим бренд-шефом ми отримали, безперечно, найкращу кухню. Також у нас є високоякісне пиво, ми працюємо над якістю обслуговування відвідувачів і дуже хочемо отримати ще одну почесну сковорідку від премії СІЛЬ. Це справді досить цінна нагорода, тому що вона показує, як досконало працюють всі служби ресторану: від охоронців – до адміністраторів. Хоча, на перший погляд, вона невидітна з комерційної точки зору, адже, отримавши сковорідку, ресторан, не заробляє відразу в два рази більше. Але для того, щоб завоювати нагороду, заклад підвищує свою якість, а після її здобуття справді починає заробляти вдвічі більше.

Beer.T.&I.: Поділіться, будь ласка, планами на майбутнє.

С.К.: Ми готуємо сьогодні досить міцне пшеничне вино Wheatwine, яке називатиметься «Лагерта»: рідкісний сорт, процес дозрівання якого може тривати від одного до трьох років. Його характеристики: OG 29 %, ABV 14 %, IBU 40. Це міцне пшеничне пиво в американському стилі, близький родич барлівайна. Але у виробництві вітвайну не менше 50 % становить пшеничний солод, а в нашому варіанті – 60 %, що робить процес виготовлення напою ще більш трудомістким. Ми зробили основу за всіма канонами класичного сорту, але вирішили не зупинятися на цьому і додати справжню винну ноту. Оскільки це світлий сорт із золотистим відтінком, необхідно було зберегти цей гарний колір. Під час бродіння ми додали велику кількість персиків, які створюють ніжну фруктову ароматику та пом'якшують смак цього міцного (від 8 % об.) сорту. В результаті в нас вийшло потужне пшенично-персикове вино з ніжним ароматом і м'яким смаком, в якому пробивається, зігріваючи вас, сила справжнього вина.

Також у наших планах зварити шоколадне пиво.

Я не зрадив сам собі, зі мною весь час працюють креативні пивовари, яким, головне, не заважати. І Віктор Вашук, і Віктор Южно зможуть підтвердити, що ми завжди стояли за творчість і креатив. Про собівартість продукції подумає маркетинговий відділ, і якщо це буде дуже смачне, але дороге пиво, то вони навчаться його продавати.



Beer.T.&I.: Що б ви порадили людям, які хочуть зайнятися пивоварінням?

С.К.: Я дам сумну пораду. Якщо років 4-5 тому я б сказав відкривати пивоварні, то зараз потрібно сім разів відміряти і один раз відрізати. Якщо відверто, то я б не радив у 2022 році відкривати власну пивоварню – за винятком лише якогось яскравого напрямку бізнесу чи особливого продукту. На жаль, я не бачу економічної ефективності пивоварні з потужністю 10 чи 20 тонн на місяць. А для того, щоб відкрити 100-тонну пивоварню, потрібно чимало коштів. Я б рекомендував два варіанти: або йти вчитися на вже наявні пивоварні середнього розміру, отримати там досвід і будувати потім свій бізнес, або ж відкривати невеликі пивоварні зі своїми ресторанами. Але це мусить бути креативний проєкт, як, наприклад, відомі пивоварні «ШО Бревері» чи «2085».

Окрім того, відкриваючи такий бізнес, обов'язково треба вміти рахувати. Для крафту це біда, я знаю багатьох талановитих і креативних людей, які без цього вміння і бажання рахувати пішли в мінус. В ідеалі, творчому пивовару конче потрібна інша людина, друг-сподвижник, який звертатиме увагу на вартість продукту та скаже: «Ти класно літаєш думками і фантазіями, і, напевне, це буде дуже смачно, але подивися, скільки це буде коштувати». В мене працює сильний фінансовий директор, з яким ми постійно сперечаємося з приводу нових сортів. І сьогодні 60 % обсягу Altbier – це так звані демократичні сорти, а ось «креативи» – це умовно 10 сортів по 2 тонни кожен. Ми можемо за рік продати лише 20 тонн «креативних» сортів, проте ми хочемо, щоб у різних куточках України купували нашу пляшечку і розуміли, що це дуже смачно.

Beer.T.&I.: З якими проблемами вам довелося зіштовхнутися під час коронавірусу та коронакризи?

С.К.: 2020-2021 роки видалися досить складними. Наприклад, пригадую локдаун вихідного дня, я тоді активно виходив на площі Харкова та намагався переко-





нати владу, що такі міри не мають жодної користі. Коли розпочалася масова вакцинація, шоу-ресторан Altbier став пунктом вакцинації для 2600 людей.

Beer.T.&I.: Які тенденції ресторанного та пивного бізнесу сьогодні ви можете виокремити?

С.К.: Зараз справді складний час для ресторанів, багато з них закривається, не витримуючи конкуренції. Відстежується негативна тенденція зростання цін на енергоносії. Тому наш ресторан уже переходить на більш енергоекономічне обладнання. Я раджу всім рестораторам звернути увагу на ефективне використання електроенергії чи газу для приготування окремих страв. Коли ми верстаємо нове меню, то думаємо не тільки про смаки, але й про те, як максимально ефективно використовувати техніку. Адже енергетика б'є по вартості страв і як наслідок – по кишені громадян.

По-друге, мене і моїх колег-рестораторів хвилює акциз. Держава чинить, на мою думку, нерозумно, захищаючи великого виробника. Що випускають сьогодні транснаціональні компанії? Здебільшого легке та середньої щільності пиво, і по їхніх інтересах це практично не вдарить. Натомість крафтовики виготовляють пиво щільністю 22 % і вище, навіть легендарне чеське пиво Х 33 – це 15-16 % об. алкоголю, а наш барлівайн – 17 % об. Altbier працює за традиційною технологією, ми ніяк не пришвидшуємо технологічні процеси, тому пиво в нас витримане і досить міцне. Зрозуміло, що такі сорти пива економічно не вигідні, вони радше для іміджу.

В принципі, закон про акцизне навантаження, відповідно до якого пиво оподатковуватиметься за ставкою 59,82 грн за 1 л етилового спирту, витраченого на його виробництво (пиво міцністю 4 % подешевшає на 39 копійок, а пиво міцністю 8 % – подорожчає на 2 грн 1 копію), вдарить майже по всьому крафту, адже ароматні IPA й APA мають вищу щільність. Пивовари сьогодні знаходяться під тиском високих цін на електроенергію, до того ж не потрібно забувати про погіршення платоспроможності споживачів і високі податки. Я вважаю, що держава, навпаки, повинна підтримувати малого та середнього виробника, адже такий податок однозначно вигідніший транснаціональним компаніям.

І ще одне: будь-яка держава захищає свого виробника на стадії митниці, адже для того, щоб зробити якісне пиво, я повинен купити хміль у США, солод – у Німеччині, а дріжджі – у Франції. Тому я перебуваю у ще

гірших фінансових умовах, ніж німецькі чи американські виробники. З нами борються, але навіщо – незрозуміло.

Але я переконаний, що будь-які проблеми чи кризи роблять нас сильнішими та кращими.

Beer.T.&I.: Наскільки важливою для галузі є, на вашу думку, діяльність ГС «Незалежні броварні України»?

С.К.: Я приєднався до спілки ще кілька місяців тому. Це дуже важлива і потрібна організація. Оцінюючи останні виклики, ми бачимо, що держава створює реальні проблеми для малого й середнього бізнесу. Спілка ж має на меті відстоювати інтереси крафтових виробників пива. Спільними зусилля ми зможемо вплинути на акцизне навантаження, подбати про розвиток пивоварної галузі та культури споживання пива.

Beer.T.&I.: Що чекати пивоварам у 2022 році?

С.К.: Я не назву вам головного тренду, адже найважливіший тренд крафту – це його відсутність. Я вважаю, що крафтовикам важливо забезпечувати більшу різноманітність сортів пива, власне, крафт цим і відрізняється. Сьогодні ми можемо назвати більше 1000 сортів, які виготовляють у світі. Altbier прагне сприяти розмаїттю крафтового пива. Я раджу пивоварам використовувати зиму для створення стилістично важких, креативних й іміджевих сортів, адже це та пора, коли їх можна закладати, оскільки дозрівають вони від року та більше.

Також я рекомендую всім звернути увагу на власний маркетинг. Експеримент з 50-крановою колоною, де 25-30 кранів розливають «неальтбірівське пиво», показав, що, на жаль, закордонне пиво продається в 3-4 рази краще, ніж український крафт. І це при тому, що я беру на продаж справді смачне пиво, я люблю і поважаю своїх колег, але споживачі їхнє пиво не п'ють, віддаючи перевагу дорожчому імпорту.

Напевне, нам потрібно обирати колективні способи реклами. Я б навіть пропонував ініціювати державні програми підтримки власного виробника. В Німеччині п'ють німецьке, у Франції пишаються своїм, французьким, і всіляко рекламують свій товар. У нас же, на жаль, все навпаки. Не зможе країна жити добре, якщо її народ буде купувати лише імпортне.



ЧОМУ ВАМ ПОТРІБНО ОБРАТИ SAFBREW™ DA-16?

Компанія Fermentis нещодавно випустила абсолютно новий продукт на основі дріжджів – SafBrew™ DA-16. Усе, що потрібно знати про це інноваційне рішення для ферментації, розповів менеджер з досліджень і розробок компанії Fermentis Філіп ЯНСЕНС.

Чому компанія Fermentis вирішила додати до свого асортименту цей дріжджовий продукт?

SafBrew™ DA-16 – це поєднання дріжджів і ферменту. Це дуже послаблюючий дріжджовий продукт, розроблений, як і SafBrew™ HA-18, і виготовлений із дріжджового штаму POF+.

Розробляючи SafBrew™ DA-16 на основі POF- дріжджів *Saccharomyces*, ми хотіли створити новий продукт, який не утворює фенолів. Під час випробувань ми помітили, що така комбінація дріжджів і ферменту особливо підходить для виробництва сухих ароматних сортів пива.

Оскільки ферменти руйнують більшість складних цукрів, присутніх у суслі, а дріжджі споживають прості цукри, то кінцевий напій містить дуже мало залишкових цукрів. Завдяки цьому вдається досягнути сухого смаку і відносно високого алкогольного потенціалу.

Як був розроблений SafBrew™ DA-16?

Після ретельного попереднього відбору ми перевірили 6 штамів дріжджів, які особливо підходять для ароматного та/або хмільного пива, і вибрали один з них – POF-*Saccharomyces cerevisiae*.

Потім, перш ніж додати його в різні сусла, ми об'єднали цей штам дріжджів з ферментом AMG (амілоглюкозидазою). В результаті помітили, що штам *Saccharomyces* виробляє багато ефірів і добре працює з ароматичним хмелем, доданим у різні моменти процесу: в кінці кипіння або у вихровому чані, а також під час ферментації чи дозрівання.

Фермент (AMG) обрали тому, що він дуже добре працює при температурах бродіння, а також є натуральним продуктом.

SafBrew™ DA-16 – це ідеальне поєднання *Saccharomyces cerevisiae* та ферменту для створення повноцінного розчину.

Який у результаті це має ефект?

Дріжджі SafBrew™ DA-16 особливо підходять для таких міцних і сухих ароматних сортів пива, як Brut IPA. Варто також зазначити, що ці дріжджі мають потенціал ідеальної роботи для вивільнення й активації ароматичних попередників у хмелі, враховуючи, але не обмежуючись нині відомими хмелями Citra, Mosaic і Cascade.

Які основні переваги цього продукту?

Сухість продукту обумовлена ферментативною активністю амілоглюкозидази. Цей фермент перетворює неферментовані, більш складні цукри в ті, які піддаються ферментації. Ці ферментовані цукри споживаються дріжджами, утворюючи спирт, CO₂ й ароматичні сполуки. Чим більше ви ферментуєте, тим більше аромату ви отримуєте.

Кінцевий результат – дуже сухе, чисте та хрустке пиво без сторонніх присмаків. SafBrew™ DA-16 справді добре покращує та збільшує потенціал хмелю, а також надає специфічні ознаки, характерні для пива з хмелем.

«ЧИМ БІЛЬШЕ ВИ ФЕРМЕНТУЄТЕ, ТИМ БІЛЬШЕ АРОМАТУ ВИ ОТРИМУЄТЕ», – ФІЛІП ЯНСЕНС

Існує певна схожість між SafBrew™ DA-16 і SafBrew™ HA-18, оскільки вони обидва виготовлені з суміші дріжджів і ферментів і обидва здатні створювати пиво з сусла, яке повністю вибродило. Та все ж, які між ними відмінності?

Перша відмінність полягає в рівні алкоголю, і це можна побачити відразу під час бродіння. SafBrew™ HA-18 може досягти 18% ABV, коли початкова гравітація близька до 30-32°P. З іншого боку, SafBrew™ DA-16 досягає лише 16% ABV, коли початкова гравітація близька до 30°P.

Друга відмінність – символ POF. SafBrew™ HA-18 забезпечить феноли, тоді як SafBrew™ DA-16 – ні.

Продукт SafBrew™ HA-18 спочатку був розроблений для крафтових сортів пива, а також ячмінного вина з високим вмістом алкоголю та фенольних властивостей. Натомість SafBrew™ DA-16 був розроблений для сухих та ароматних сортів пива з високим фруктовим профілем.

HA = High Attenuation (високе зброжування), DA = Dry Aroma (сухий аромат)

DA-16 рекомендується використовувати для Brut IPA. Чим він відрізняється від SafAle™ S-04 або SafAle™ US-05, які також можна використовувати для IPA?

Brut IPA – стиль пива, натхненний ігристими винами. Це пиво дуже сухе, легке й інтенсивно блискуче з дрібними бульбашками та відносно високим вмістом алкоголю. Окрім того, воно дуже ароматне, фруктове та хмільне з дуже низьким рівнем залишкового цукру.

SafAle™ S-04 і SafAle™ US-05 – це штами дріжджів, які ідеально підходять для стандартних IPA і дуже доповнюють один одного. Перший з них більш ароматний і дуже сильно флокулює і осідає, а другий – більш «нейтральний», але при цьому обидва POF-. Їх ослаблення становить 83-84% ADF, тоді як у SafBrew™ DA-16 цей показник сягає близько 100% (між 98-102 ADF).

Висновок

SafBrew™ DA-16 – це унікальний продукт: дуже сухий, ароматний, який не утворює фенолу під час бродіння. Він підходить для дуже хмільного пива, оскільки якнайкраще розкриває деякі хмільні смаки. Але пивовар завжди може експериментувати з усіма нашими продуктами та відкривати нові способи їх використання. Будьте креативними!



НОВІ ДРІЖДЖІ

SafBrewTM DA-16

ІДЕАЛЬНІ ДЛЯ СУХОГО
АРОМАТНОГО ПИВА (ТАКІ ЯК
BRUT IPA)

Ви хочете створити дуже сухе та ароматне пиво, особливо фруктове та хмільне, таке як Brut IPA? Ця суміш активних сухих дріжджів і ферментів підійде вам ідеально. Ми також їх рекомендуємо для сусла з дуже високою щільністю, дозволяючи рівень алкоголю до 16% ABV. Щоб дізнатися більш детально та придбати, просто завантажте наш додаток або замовте на нашому сайті fermentis.com



 **Fermentis**
by **Lesaffre**



fermentis.com

ТАРАС ФАЛИК:

“ ТЕНДЕНЦІЇ НЕСТАБІЛЬНІ, АЛЕ МИ МУСИМО РУХАТИ УКРАЇНСЬКИЙ КРАФТ І ПІДКОРЮВАТИ ЄВРОПУ ”*

IX фестиваль Craft Beer & Vinyl Music Festival, що відбувся у Львові 10-12 вересня, вкотре наповнив місто не тільки крафтовим пивом, а й музикою, вінілами, мистецькими виставками, дитячими та дорослими розвагами, ярмарком крафту і... не лише! Цьогоріч фестиваль зібрав понад 60 пивоварень зі всієї України та з-за кордону, а ще – сотні пивоварів і тисячі гостей. Інформаційний партнер фестивалю, журнал і сайт Beer.Technologies&Innovations, теж завітав на свято. Нам вдалося скуштувати найкращі новинки відомих пивоварів і розпитати у них про плани та здобутки цього року.

За традицією «Театр пива «Правда» оголошує стиль пива, в якому колегам пропонують позмагатися в майстерності. Стилем осіннього фесту стало темне пиво, виготовлене з української сировини. **Головний пивовар Kumpel' Group Тарас ФАЛИК** цьогоріч свій першоквітневий жарт втілює у реальність і презентував на фестивалі темне пиво з... картоплі!



Тарас Фалик, головний пивовар Kumpel' Group, входить до десятки кращих пивоварів України. Елі, лагери, стаути, зварені під керівництвом цього фахівця, неодноразово посідали призові місця на всеукраїнських і міжнародних дегустаційних конкурсах. У 2017 році під час міжнародного дегустаційного конкурсу East European Beer Award пивоварня «Кумпель» отримала Гран-прі.

На початку 2000-х Львів розпочав революцію пивних крафтовиків. А крафтове пиво Тарас Фалик і його колеги почали варити з 2008 року. Пивовар пригадує, що перші варки у більшості нині відомих майстрів починалися з малих обсягів і невдач, промахів і перших успіхів. «Кумпель на Митній» (ресторан-пивоварня «Кумпель», вул. Винниченка, 6) став першою пивоварнею ресторанного типу у Львові й однією з перших в Україні. Головний бровар Тарас Фалик працює тут від самого початку, тож розповідає, як все починалося.

– Чимало пивоварів не розуміли кінцевої точки та бажаного результату. Тоді ми жили в ері живого нефільтрованого пива та вірили в те, якщо пиво стоїть 3-5

днів і прокисає – це норма, – сміючись пригадує Тарас Фалик. – То були проби пера, а нині ми маємо на фестивалі 66 пивоварень, асортимент зразків яких просто вражає. Думаю, ріст крафту в Україні відчутний і помітний. Аналізуючи власні варки, я вже й точно сказати не можу, скільки сортів пива ми зварили. З 2012 року ми почали пробувати варити зразки власних рецептів, а не лише тих, що були перевірені часом і постачальниками обладнання. Але кожна з них – це експеримент, виклик і можливість пробувати та робити щось нове й цікаве, вражати смаком чи поєднаннями. Знову ж таки наголошу, що це можливо робити тільки тоді, коли у пивоварні є перевірене обладнання, коли майстер знає, як воно себе поводить, працює з якісною сировиною та не боїться пробувати щось нове.

Нині пивоварня «Кумпель» відома не лише у Львові. Броварі компанії вміють сміливо поєднувати високоякісні інгредієнти для створення унікальних сортів пива за ексклюзивними рецептами. Одним з них вони дивували гостей Craft Beer & Vinyl Music Festival.

**Стаття підготовлена до друку до 24 лютого 2022 року і містить довоєнну інформацію*

– На цей фестиваль ми привезли дві новинки. Легкий сухий портер з мукачівського солоду «Крумпель» з додаванням картоплі (OG – 12,3, ABV – 5, IBU – 30), зварений спеціально під челендж фесту «темне пиво з української сировини». Для створення цього пива ми використали картоплю і мукачівський світлий солод, – розповідає Тарас Фалик. – Другий сорт – Western IPA (OG 14,8, ABV 6,2, IBU 27), охмелений IPA хмелями Centennial і Amarillo. Це в міру гірке та насичене пиво. Загалом, картопляне пиво – це давній німецький рецепт, за яким деякі пивоварні і досі варять свої продукти. Але ми не прив'язувалися до того, що воно німецьке. Готуючись до фестивалю, я відкрив для себе цікавий факт: Україна входить до десятки найбільших виробників картоплі у Європі, отже, цей продукт справді можна назвати національним. Тому й ми вирішили спробувати зварити таке пиво.

Пивовар каже, що, оцінивши зусилля та можливості обладнання, команди та ресурсів, пивоварня вирішила долучитися до челенджу та проекспериментувати. Втім, не вся українська сировина задовольнила команду пивоварні.

– Зазвичай ми працюємо з солодом відомого виробника Weyerhann – це перевірений і доступний продукт. Традиційно варимо пиво на обладнанні компанії ZIP Technologies – воно досконале, зрозуміле для нас і має певні особливості. Але це як класика, яку ми радимо і якою користуємося не лише на пивоварні «Кумпель». Щодо української сировини, то можу сказати, що вітчизняним виробникам є ще куди рости, – зазначає Тарас Фалик.

«КУМПЕЛЬ» ПОДОРОЖУЄ ЄВРОПОЮ

До речі, саме на фестивалі Craft Beer & Vinyl Music Festival Тарас Фалик анонсував відкриття нової пивоварні у Варшаві. Там на аналогічному обладнанні від ZIP Technologies нині варять 18 сортів пива потужністю 25 тонн у місяць.

– Ми запустили новий проект, який я особисто контролював від монтажу, тестових варок, підбору пивоварів і до відкриття. Нині у «Броварах Варшавських» (так назвали заклад, – прим. авт.) працює команда місцевих пивоварів на чолі з відомим польським фахівцем.



Пивовари Browar Warszawski David BAK і Peter PSZCZOLKOWSKI

Звісно, до запуску проекту ми готувалися дуже ретельно. Частину весни та літа я провів на пивоварні, допомагав організовувати процеси, запускати варки, слідкував за реакцією місцевих споживачів, адже поляки, як і більшість європейців, уже дуже ґрунтовно знайомі з якісними зразками крафтового пива. Взагалі я вважаю Варшаву дуже перспективним містом для розвитку бізнесу у Європі. Від моменту реєстрації, сплати податків та розвитку нашого закладу ми отримуємо задоволення та сприятливу підтримку з боку держави. Крім того, якщо ми врешті вирішимо експортувати наше пиво далі у Європу, ми не будемо логістично зв'язаними і залежними від української пивоварні та служб доставки, тому зможемо швидше доставляти продукт до замовника, – розповідає пивовар «Кумпель».

За словами Тараса Фалика, розвиток пивоварного бізнесу відбувається поступово. Не можна за один день чи місяць вийти на полиці магазинів Європи або стати лідером експорту крафту. Саме діяльність нового ресторану має дозволити зрозуміти фахівцям рівень попиту та можливості українського крафтового пива за межами рідної держави.

– Нещодавно ми завезли свої зразки пива на відомий польський конкурс «Хмеляки Красноставські» й отримали дві срібні медалі. Вважаю, що це хороший результат для старту, адже ринок крафту у Польщі дуже достойний, і наше завдання полягає в тому, аби не втратити можливість зарекомендувати себе й свій продукт спочатку у власному закладі, а згодом будемо рухатися далі. При цьому ми маємо розуміти, що сучасний світ і такі явища, як пандемія, роблять ринок дуже нестабільним. Тому й пивоварам необхідно не лише постійно тримати руку на пульсі та прогнозувати свою роботу, а й мати змогу швидко реагувати на зміни, – вважає Тарас Фалик.

До речі, організатори вже оголосили ювілейний десятий Craft Beer & Vinyl Music Festival, який відбудеться 13-15 травня 2022 року.

Світлана Мельник

МЕРЕЖА СУПЕРМАРКЕТІВ «СІЛЬПО» ВІДКРИЛА ВЛАСНУ КРАФТОВУ БРОВАРНЮ BEERMASTER BREWERY*

У ТРЦ Respublika Park (м. Київ, вул. Кільцева дорога, 1) поряд із супермаркетом «Сільпо» 19 лютого розпочала роботу крафтова пивоварня Beermaster Brewery.

Нова пивоварня варитиме широку палітру сортів: від класичних пшеничного еля, молочного стаута та пільзнера – до експериментального пива з додаванням шоколаду, спецій, усіх можливих фруктів та овочів і навіть гречаного багета. Ще одна особливість пивоварні – це пиво Barrel Aged, яке ферментується і визріває у бочках з-під бурбону, рому, віскі та вина.

У Beermaster Brewery максимальну увагу приділили технологіям варіння, відібрали найякісніший хміль, найкращий вітчизняний та іноземний солод, а також зібрали команду творчих і натхнених пивоварів, які постійно експериментують з новими смаками. Усе це у поєднанні дасть змогу виробляти до 130 тисяч літрів на рік смачного пива.

Під час презентації пивоварні гості мали змогу продегустувати нові сорти пива: Enjoy 10 – легкий світлий лагер з додаванням хмелю Cascade, Polonez – класичний вайцен, Drunken Pelican Juice – сесійний IPA з пюре маракуї, яка надала цьому пиву ненав'язливу кислинку, Top Hops – класичний американський IPA, Wild Storm – подвійний NEIPA, а також Vog Spirit – молочний стаут, зварений з додаванням торф'яного солоду.

Варить пиво висококваліфікований **пивовар Віктор ВАЩУК**. Крафтове пиво для нього – це політ фантазії, який перетворюється на реальний смачний результат. Пройшовши шлях від майстра пивзаводу-гіганта до співзасновника власної крафтової пивоварні, Віктор Ващук вкладатиме у майбутнє пиво весь свій досвід, любов, багато хмелю та трішки мексиканського копченого перцю. Віктору належить рекорд із варіння найміцнішого пива України. Він неодноразово також завойовував Гран-прі та золоті медалі на міжнародному дегустаційному конкурсі East European Beer Award.

– Мета Beermaster Brewery – розвивати пивну культуру в Україні та демократизувати якісне крафтове пиво. У кожного з нас є власні вподобання і досвід, а от об'єднує нас одне – любов до пива. Ми запрошуємо у нескінченну захопливу подорож пивними смаками всіх, хто любить експериментувати, відкривати для себе щось нове та цікавиться якісним і різноманітним пивом, – ділиться пивовар Віктор Ващук.



Поряд із пивоварнею розпочинає роботу новий паб – Beermaster Brewery Pub. Саме тут будуть регулярно проходити презентації та дегустації нових сортів пива. На 2022 рік вже заплановано низку колаборацій із відомими пивоварами зі США, Бельгії та Нідерландів.

Вигадливе меню для пабу розробив бренд-шеф «Сільпо» Марко Черветті, дібравши до кожного пива саме ті закуски, які йому ідеально пасують. Щоб гостям було легше орієнтуватися у правильних поєднаннях, у меню є відповідні позначки з рекомендаціями. Щоразу під час нової варки пива кухня також презентуватиме новинку, яка буде рекомендуватися до вживання саме із цим сортом.

Однією з фішок Beermaster Brewery стане повна відкритість для гостей. Тут відбуватимуться регулярні екскурсії та дегустації. Кожен зможе розпитати пивоварів про секрети пивоваріння та на власні очі побачити, як народжується якісне смачне пиво, і, звичайно, продегустувати його. Пиво можна буде придбати у Beermaster Brewery Pub, у пабі «Мокрі Вуса», а також у мережі супермаркетів «Сільпо».

Для «Сільпо» початок власного виробництва пива – це логічний і послідовний крок. Уже понад десять років мережа супермаркетів розвиває пивну культуру в Україні, збираючи найкращі сорти пива з усього світу, зокрема український та іноземний крафт. Сьогодні в мережі представлено один з найбільш різноманітних асортиментів пива серед українських ритейлерів. Спеціально для пивних ентузіастів та біргіків команда Beermaster створила онлайн-курс «Хміль, солод і любов – про пиво доступною мовою».



*Стаття підготовлена до друку до 24 лютого 2022 року і містить довоєнну інформацію

СЕПАРАЦІЙНИЙ МОДУЛЬ BREW 250 – НАЙКРАЩИЙ ВИБІР ДЛЯ КРАФТОВИХ ПИВОВАРЕНЬ



Сервісний інженер ДП «Альфа Лаваль Україна» Сергій ГРИБКОВ

Сепараційний модуль BREW 250 був введений в експлуатацію на ТОВ «МОВА І КО» весною 2021 року. Директор компанії Борис ГІЛЬДІН так пояснює рішення придбати саме сепаратор Alfa Laval:

– З огляду на специфіку роботи крафтових пивоварень і їхнє бажання виробляти продукт без використання фільтраційних систем, які впливають на смакові й ароматичні властивості пива, ми також вирішили не застосовувати у себе на виробництві фільтрацію. Відразу постало питання, як прибрати з готового продукту надлишки дріжджів і зробити пиво максимально чистим. Перша ж думка і привела нас до сепаратора, який вирішує питання освітлення продукту та не

впливає на смакові й ароматичні показники. Основним завданням при купівлі сепаратора було, звичайно ж, бажання віддавати клієнтам продукт кришталевої чистоти, прозорий, як сльоза, але без втрати його властивостей. З цим завданням сепараційний модуль Alfa Laval Brew 250 може впоратися на всі 100%. Крім цього, ще один показник, який вплинув на вибір саме цієї моделі, – кисень. Це небажаний продукт у пиві, тому й завдання будь-якої пивоварні полягає в тому, щоб максимально знизити можливість його потрапляння в процесі виробництва. Особливості конструкції Brew 250 і спосіб герметизації вузлів повністю унеможливають потрапляння кисню в пиво. Це дозволило нам підвищити стійкість кінцевого продукту, що дуже важливо в нашій справі.

Про компанію

MOVA – крафтовий смак твоїх історій. Історія MOVA розпочалась у 2017 році на локальному фестивалі крафтового пива Craft Cultura. А вже на початку 2021 року MOVA запустила власну пивоварню, де створе авторські варіації традиційних сортів пива. Команда дотримується всіх канонів крафтового пивоваріння, використовуючи лише натуральний солод, хміль і дріжджі. Пивоварня MOVA: сповідуємо культуру споживання пива, щоб напій став провідником до ваших історій.

H₂O

ПРОСТИМИ СЛОВАМИ ПРО ХІМІЧНИЙ СКЛАД ВОДИ ДЛЯ ПИВОВАРІННЯ

Пиво на 90 % складається з води, тому говорити про її важливість у пивоварінні немає сенсу. Про цю тему було написано безліч книг, але зазвичай їх автори не надто заглиблюються в предмет оповіді, через що більшість домашніх пивоварів або ламають собі голову в спробі розібратися, або просто втрачають інтерес. Тому я продовжував пошуки та знайшов лише один-два сайти, на яких обговорюються загальні характеристики води, але немає конкретної формули. І цьому є вагома причина... У цій статті пропонуються характеристики води для деяких стилів пива, хоча вони можуть виявитися неоптимальними для конкретного рецепту.

Особливості варіння пива за рецептом

Будь-який пивовар знає, що кожен рецепт пива повинен мати власні характеристики води, кількість солову, хмелю та дріжджів, а також містити відомості про режими варіння. Щоб досягти ідеалу, вся інформація потребує тонкого опрацювання. Тому продовжуйте експериментувати доти, доки у вас не вийде правильно. У комерційних масштабах у середньому потрібно два або три варіння за тим самим рецептом з різними характеристиками, щоб досягти хороших результатів. У домашніх пивоварів це може зайняти більше часу, але не розчаровуйтеся.

У цьому випадку перевага полягатиме в тому, що ви доведете свої навички пивоваріння до такого рівня, коли смак вашого пива перестане бути «домашнім», а стане схожим на комерційне пиво. Це і є той фінальний рубіж після того, як ви освоїте решту навичок, враховуючи контроль над дріжджами. Швидше за все, ви будете шоковані якістю своїх перших спроб.

І останнє: це посібник для пивоварів-початківців. У моїй статті ви знайдете багато інформації, але це зроблено навмисно... Я не хочу, щоб новачки опускали руки.

У чому ж полягає важливість води для пивоваріння?

Отже, наводжу приклад, щоб пояснити наочно. Припустимо, у вас є красива картина корабля в морі з безліччю синіх, коричневих і бежевих відтінків корабля та вітрил, рожевим заходом сонця в небі. Прекрасна картина, виконана майстерними мазками та вихровою технікою... Це досконалий смак вашого пива з правильними пропорціями та відтінками у поєднанні з ідеальним хімічним складом води.

А тепер уявіть, що у вас є окуляри з круглими яскраво-червоними лінзами, як у Джона Леннона, і (для драматичного ефекту) ви натирає їх милом. Коли ви одягнете ці окуляри та подивитесь на вищезгадану картину, то побачите, що кольори на ній неправильні, зображення спотворене до невпізнанності, та ви не можете розгле-

діти, що взагалі зображено на цій картині. Брудні лінзи окулярів не дозволять вам побачити красу картини такою, якою вона є насправді. Така сама ситуація і з пивом, для приготування якого використовувалася вода з неправильним хімічним складом. І так, результати настільки ж драматичні, як у випадку з картиною. Не вірите? Спробуйте зварити пільзнер, використовуючи воду для імперського стаута. У результаті у вас вийде світле пиво з мінеральними характеристиками гранітного кар'єру.

Як це робиться? Коли потрібно підібрати хімічний склад води до рецепту пива, ви виконуєте роботу, аналогічну роботі звукорежисера. Він змінює сотні звучань на пульті мікшера, завдяки чому кожна нота або посилюється, або приглушується, щоб загальна композиція звучала дивовижно. Тут криється різниця між професіоналом і вашим приятелем, який грає у своєму гаражі!

Важливі елементи води для виготовлення пива

А тепер трохи про вміст різних хімічних елементів у воді для виготовлення пива я спробую пояснити якомога простіше.

Кальцій – від 50 до 200 ppm (зазвичай додається через гіпс чи хлорид кальцію). Це найважливіший пункт у списку. Спочатку цей елемент відповідає за фактичне зниження рН затору. Кальцій позитивно впливає на ферментативні процеси при затиранні та важливий для клітинних стінок дріжджів. Він також зменшує мутність пива, прискорює процес фільтрації та промивання затору.

Магній – від 0 до 30 ppm (додається через сульфат магнію). Магній – поживна речовина для дріжджів і важливий супутній фактор для деяких ферментів. Як і кальцій, він вступає в реакцію з солодом, але зі слабшим ефектом. Ячмінь у заторі легко забезпечить мінімальну концентрацію магнію. Але можу вам сказати з досвіду, що додавання навіть невеликої кількості магнію (у формі солей Епсома або $MgSO_4$) до затору істотно покращує аромат вашого пива.

Сульфати (далі – SO_4) – від 50 до 400 ppm (додаються через гіпс або сульфат магнію). Вони – перші основні компоненти смаку, які забезпечують більш гострі та сухі відчуття у сильно охмеленому пиві, а також посилюють характер хмелю. Я перевищую межу 250 ppm, тільки якщо хочу зварити пиво в стилі дортмунд або подібне. Можливо, ви думали, що для IPA необхідний високий вміст сульфатів, але це не так, оскільки це один із факторів, які додають гіркоти IPA і роблять пиво занадто обволікаючим. У більшості відзначених нагородами IPA досить сильний хмелевий смак, і бажання випити ще визначається вмістом сульфатів менше 200 ppm. Якщо подібне пиво затримується надто довго, ви втратите почуття смаку. Ще один момент, про який варто знати: вміст сульфатів має бути низьким при варінні континентального лагеру, тому що їхні сушительні властивості заважають відчуттю солодовості, характерному для такого пива.

Хлорид (далі – Cl) – від 0 до 200 ppm (додається через хлорид кальцію чи сіль). Ще один основний смаковий компонент, який підкреслює повнотілість і солодість, а також покращує стабільність і прозорість пива. Використовується для поліпшення солодового смаку або для пом'якшення сульфатів (так зване співвідношення сульфату та хлориду, яке ми обговоримо пізніше). Не рекомендую підвищувати вміст хлориду до 300 ppm і більше, хоча деякі пивовари так роблять.



БЕЛЬГІЙСЬКИЙ СОЛОД ДЛЯ ОСОБЛИВОГО ПИВА

Більше 100 типів
базового та
спеціального солоду



200+ типів хмелю

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



Натрій – від 0 до 150 ppm (додається через сіль чи бікарбонат соди). Кисло-солоний смак натрію підкреслює смак пива, коли він представлений у невеликій кількості (не більше 150 ppm). Але варто пам'ятати, що він отруйний для дріжджів і при високих концентраціях створює грубий смак. Надає світлому пиву «округлість». Рекомендую підтримувати концентрацію нижче 100 ppm, якщо ви не впевнені у своїх діях.

Бікарбонат – від 0 до 250 ppm (зазвичай додається через бікарбонат соди). Важливо контролювати та регулювати вміст бікарбонатів у воді, інакше ваш стаут з насиченим і багатим смаком стане схожим на еспресо. Це сильний лужний буфер. Високий вміст бікарбонатів може зробити смак хмелю грубішим, тому не рекомендуємо перевищувати його кількість при варінні сильно охмелених, а також світлих сортів пива (смак може стати грубим у пиві з кольоровістю нижче 7 SRM).

Співвідношення сульфату та хлориду

Це співвідношення між двома основними ароматичними іонами, про які ми згадували раніше. Для помітної різниці вам достатньо щонайменше 50 ppm, і, щоб уникнути різкості або мінерального присмаку, не варто перевищувати обидва значення (їх перевищення можливе тільки при варінні максимально міцних сортів). Кількість, яка вам потрібна (тобто збалансоване співвідношення сульфатів і хлоридів або збільшений вміст одного з них), залежить від того, яке пиво ви хочете зварити.

Якщо хміль відіграє головну роль у пиві, вибирайте сульфати. Якщо у ньому головний солод, вибирайте хлориди. Якщо необхідно виділити як хміль, так і солод, бажано збалансувати їхнє співвідношення. Саме рівень співвідношення визначає те, який смак переважатиме. Але пам'ятайте, що додавання, наприклад, сірки, не тільки виділить хміль, але й зробить пиво сушішим. Це одна з тих особливостей, з якими краще самостійно пограти, щоб розібратися. Коли я тільки починав ціка-



витися цими питаннями, то чинив так: просто додавав у склянку пива або невелику кількість розчину гіпсу та води, або хлориду кальцію та води, щоб визначити, що саме краще підходить. При цьому рецепт пива був одним і тим самим.

Щоб проілюструвати різницю між ними, давайте поглянемо на два різні рецепти для одного і того ж стилю пива. Наприклад, я візьму вершковий ель, тому що його рецепт простий і його можна інтерпретувати по-різному.

РЕЦЕПТ 1

ВЕРШКОВИЙ ЕЛЬ ІЗ КУКУРУДЗЯНИМ БОРОШНОМ

- 80 % дворядного солоду;
- 20 % кукурудзяного борошна або кукурудзяних пластівців;
- 20 IBU (зокрема у сухому охмеленні);
- температура затирання – 64,4 °C.

У цьому рецепті кукурудза надає елементу солодкості, але мені хотілося б, щоб цей кремований ель мав певний хмелевий характер. Для цього я повинен знизити температуру затирання і зменшити кількість сульфатів, щоб переконатися, що маю слабкий хмелевий характер і типовий солодкуватий смак, властивий вершковому елю. Співвідношення сульфатів/хлоридів – близько 1,5 (середня гіркота).

РЕЦЕПТ 2

ВЕРШКОВИЙ ЕЛЬ З РИСОМ ТА ЦУКРОМ

- 80 % дворядного солоду;
- 15 % рисових пластівців;
- 15 IBU (тільки для гіркоти);
- температура затирання – 66 °C.

Цей рецепт буде дуже сухим і освіжаючим або яскраво вираженим завдяки цукру і рису. У цьому випадку я міг би підвищити температуру затирання та зроби-



ти пиво пивним напоєм з величезним переважанням солодового хлориду. Співвідношення сульфатів/хлоридів – близько 0,6 (дуже солодовий).

Як бачите, немає сценарію з одним правилом для всіх. Ви повинні подумати, яке пиво хочете створити. І при цьому не буде неправильних відповідей, якщо в результаті пиво матиме приємний смак.

| рН затору

Зменшити рівень рН у заторі так само легко, як і підвищити вміст кальцію або додати кислотний розчин для світліших стилів пива. Початківцям я б порадив зробити дві речі:

1. Дотримуйтесь кількості кальцію в рецептах та формулах, наведених нижче.

2. Придбайте рН-метр! І вимірюйте рН затору через 10 хвилин після початку нагрівання.

Додайте кислотний розчин, лише якщо це справді необхідно.

У випадку, якщо вам потрібно було застосувати кислотний розчин, спробуйте натомість використати ортофосфорну кислоту, якщо зможете її знайти. Якщо не зможете, то використовуйте молочну кислоту.

Придбайте ще один рН-метр, адже ви не зможете працювати без цього приладу.

Порада професіоналів: рівень рН між 5,2 та 5,4 присутній переважно у світлих і бурштинових стилях. Якщо ви варите темні елі й стаути та хочете, щоб їхній смак був насиченим, намагайтеся досягнути рівня рН затору між 5,6 і 5,8. Разом із залишковим цукром це допоможе підвищити кінцевий рівень рН пива, пом'якшить смажені нотки та зробить смак розкішним і насиченим.

| Рецепти за складом води

Я вирішив використати рекомендації BJCP від 2008 року, тому що ця версія більш відома, ніж версія 2015 року. Також підійде книга Джаміля Зайнашеффа «20 класичних стилів» (Jamil Zainasheff. 20 Classic Styles) разом з такою рекомендацією: якщо ваш результат вийшов не таким, як він описується в книзі, значить, склад води був неправильним і вам варто спробувати ще раз. Що стосується лужності, її рівень визначався бікарбонатами, що містяться в харчовій соді, яку я додавав у воду (м'яку або очищену зворотним осмосом). Якщо хімічний склад вашої води не підходить для стилю, який ви хочете зварити, краще розбавте її дистильованою водою чи очищеною зворотним осмосом або ж підберіть необхідний склад з нуля (нижче ми розберемо



кілька прикладів). Проте постає питання щодо натрію. За наявності сумнівів просто спробуйте досягти рівня натрію нижче 100 ррт, якщо інший показник не вказаний.

Примітка щодо розрахунків і добавок

• Я припускаю, що ви обчислюєте кількість води за допомогою програм – ніхто при здоровому глузді не обчислюватиме хімічний склад води вручну. Для цього я застосовую калькулятор складу води BeerSmith 2.

• Домашні пивовари беруть зазвичай малий об'єм води, через що у воді накопичується велика кількість домішок, оскільки застосовуються ті самі види сполук. Якщо у вас не виходить провести правильні розрахунки, то краще збільшити обсяг води, яка обробляється, адже набагато легше розрахувати склад 50 галонів води, ніж п'яти.

• Завжди дивіться на ABV і колірну гаму вашого майбутнього пива: якщо значення знаходиться на високій позначці, намагайтеся досягнути вищого вмісту мінералів (зазначеного нижче). Якщо ж показник знаходиться нижче, спробуйте досягнути меншого вмісту.

• На багатьох форумах я бачив людей, які сперечаються щодо кількості залишкових мінералів, що покращують смак, які потрапляють у пиво через випарювання, поглинання пюре тощо.

Золоте правило: завжди кращим буде менший вміст мінералів. Розраховуйте їх кількість лише на розмірі вашої партії, тобто якщо ви хочете зварити 5 галонів, то розраховуйте вміст мінералів тільки на ці 5 галонів





води, забудьте про розбризкувач. Адже під час варіння пива все концентрується. Я хотів би, щоб ви не припустилися подібних помилок, оскільки можете перестаратися і бути незадоволеним кінцевим результатом. Ваше пиво матиме чудовий смак, обіцяю!

Приклади використання рецептів за складом води

Давайте розглянемо кілька прикладів, які допоможуть використовувати рецепти за складом води.

ПРИКЛАД 1. Я хочу зварити американський IPA, використовуючи зворотний осмос. Допустимо, я маю намір зварити пиво з гіркотою в 70 IBU, вмістом алкоголю приблизно 6-7 %, бурштинового кольору. За цими даними можна зрозуміти, що можу зварити пиво стилю IPA.

Початковий склад води, очищеної зворотним осмосом, ppm:

Ca.....	0
Mg.....	0
Na.....	0
SO ₄	0
Cl.....	0
HCO ₃	0



Для варіння американського IPA кінцевий склад води (мін.-макс.) може бути таким, ppm:

Ca.....	50-150
Mg.....	0-10
Na.....	0-50
SO ₄	100-400
Cl.....	0-100
HCO ₃	0*-150*

* Це рекомендоване значення, але я б повністю уникнув його для цього стилю.

Мої рекомендації щодо доповнення для партії об'ємом 5 галонів (19 л):

- 5 г сульфату кальцію (гіпс);
- 1 г сульфату магнію (англійська сіль);
- 2 г хлориду кальцію.

Склад моєї води після добавок, ppm:

Ca.....	90,3
Mg.....	5,2
Na.....	0
SO ₄	160
Cl.....	51
HCO ₃	0

Такий склад води чудово підходить для варіння американського IPA.

ПРИКЛАД 2. Варимо мюнхенський світлий лагер, використовуючи звичайну водопровідну воду (дехлоровану, досить тверду).

Отже, ви хочете зварити світський мюнхенський лагер, але ваша вода неідеальна для цього стилю... Що робити? Пам'ятайте, що вода у всіх різна, тому вам потрібно виміряти хімічний склад вашої водопровідної води.





Склад водопровідної води в Антверпені (Бельгія), ррм:

Ca.....	90
Mg.....	11
Na.....	37
SO ₄	84
Cl.....	57
HCO ₃	76

Для варіння мюнхенського світлого лагера пропонується такий рецепт води (хв.-макс.), ррм:

Ca.....	50-75
Mg.....	0-10
Na.....	0-30
SO ₄	0-50
Cl.....	50-100
HCO ₃	0-50

Перше, що вам потрібно зробити на цьому етапі, – розбавити водопровідну воду водою, очищеною зворотним осмосом, у співвідношенні (%) 60:40, що дозволить отримати такий склад водопровідної води, ррм:

Ca.....	56,3
Mg.....	6,9
Na.....	23,1
SO ₄	52,5
Cl.....	35,6
HCO ₃	47,5

Після розведення я зазвичай використовую 4 г хлориду кальцію для 5 галонів (19 л).

Склад моєї води після добавок, ррм:

Ca.....	92,1
Mg.....	6,9
Na.....	23,1
SO ₄	52,5
Cl.....	99,1
HCO ₃	0

Вода з таким складом добре доповнить смак мюнхенського світлого лагера. У воді все ще є невелика кількість натрію, але він майже не відчуватиметься, якщо додати у ваше пиво ледь помітну солодкість.

ПРИКЛАД 3. Варимо богемський пільзнер, використовуючи звичайну водопровідну воду (дехлоровану, досить тверду).

Склад вашої води найкраще підходить для міцного сорту пива, ніж для будь-чого іншого.

Склад водопровідної води у Дубліні (Ірландія), ррм:

Ca.....	115
Mg.....	4
Na.....	12
SO ₄	55
Cl.....	19
HCO ₃	200



Для варіння богемського пільзнера пропонується такий рецепт води (мін.-макс.), ppm:

Ca.....	30-50
Mg.....	0-5
Na.....	0-10
SO ₄	0-50
Cl.....	50-100
HCO ₃	0-50

Якщо коротко, рекомендую три основні кроки:

1. Вилийте відро водопровідної води на галявину.
2. Сходіть у магазин і купіть воду, очищену зворотним осмосом.

3. Зробіть, як у першому прикладі.

Я впевнений, що ви вже зрозуміли основну ідею. Якщо ні, не соромтеся запитувати. Рекомендую прочитати книгу Палмера Дж., Камінські К. «Вода: всеосяжне керівництво для пивоварів».

У таблиці представлений хімічний склад води для варіння пива різних стилів та їх різновидів.



ХІМІЧНИЙ СКЛАД (МЕЖІ ЗНАЧЕНЬ ВІД МІНІМАЛЬНОГО ДО МАКСИМАЛЬНОГО: МІН.-МАКС.), PPM, ВОДИ ДЛЯ ВАРІННЯ ПИВА РІЗНИХ СТИЛІВ ТА ЇХ РІЗНОВИДІВ)

Різновид	Ca	Mg	Na	SO ₄	Cl	HCO ₃
СВІТЛИЙ ЛАГЕР						
Світлий американський лагер	50-100	0-10	0-30	0-50	50-100	0-50
Стандартний американський лагер	50-75	0-10	0-30	50-150	50-100	0-50
Американський преміумлагер	50-75	0-10	0-30	50-150	50-100	0-50
Мюнхенський світлий лагер	50-75	0-10	0-30	0-50	50-100	0-50
Дортмундське експортне	75-150	0-10	0-30	50-150	50-100	50-100
ПІЛЬЗНЕР						
Німецький пільзнер	30-75	0-10	0-10	50-150	50-100	0-50
Богемський пільзнер	30-50	0-5	0-10	0-50	50-100	0-50
Класичний американський пільзнер	30-75	0-10	0-10	50-150	50-100	0-50
ЄВРОПЕЙСЬКИЙ БУРШТИНОВИЙ ЛАГЕР						
Віденський лагер	50-75	0-10	0-30	0-100	50-150	50-150
Березневе пиво/октоберфест	50-75	0-10	0-30	0-100	50-150	50-150
ТЕМНИЙ ЛАГЕР						
Темний американський лагер	50-75	0-10	0-0	0-50	50-150	100-150
Мюнхенське темне	50-75	0-10	0-0	0-50	50-150	100-150
Шварцбір (Schwarzbier) - чорне пиво	50-75	0-10	0-0	0-50	50-150	100-150
БОК						
Майбок/світлий бок	50-75	0-20	0-50	0-100	50-150	50-100
Традиційний бок	50-100	0-20	0-50	0-100	50-100	100-180
Допельбок	50-100	0-20	0-50	0-100	50-100	100-180
Айсбок	50-100	0-20	0-50	0-100	50-150	100-180
СВІТЛЕ ЗМІШАНЕ ПИВО						
Вершковий ель	50-100	0-10	0-20	0-50	0-100	0-100
Світлий ель	50-100	0-10	0-20	100-200	50-100	0-100
Кельш	50-100	0-10	0-20	0-50	0-100	0-100
Американський пшеничний Wheat or Rye	50-100	0-10	0-20	0-50	0-100	0-100

Я сподіваюся, що ця інформація допоможе всім тим, хто хоче поринути у світ пивоваріння. Це справді останній крок до досконалості, і він абсолютно необхідний усім, хто має намір зайнятися виробництвом комерційного пива. Бажаю удачі!

Теоан Крюгер, експерт пивоваріння, компанія Castle Malting (Бельгія)



РЕСТОРАТОР ДЕНИС ЖАТКІН:

«НАЙБЛИЖЧИМ ЧАСОМ ПИВНИЙ РИНОК ПЕРЕЖИВЕ ТРАНСФОРМАЦІЮ»

ВІДВЕРТО ПРО ПЕРЕБУДОВУ ПИВНОГО РИНКУ ТА ЛАЙФХАКИ ПОБУДОВИ УСПІШНОГО РЕСТОРАНУ*



Головний у «Кедах» поділився своїм ресторанным досвідом із журналістами видання Beer.Technologies&Innovations. Зазирнути за лаштунки знаменитого дніпровського пабу «Кеды искусствоведа» та поспілкуватися з Денисом ЖАТКІНИМ зможуть учасники XI Форуму пивоварів і рестораторів під час пивного туру 25 березня.

Beer. Technologies & Innovations: Як розпочалася ваша ресторанны історія?

Денис ЖАТКІН: За фахом я маркетинголог. Тривалий час працював у торгівлі – майже 10 років, але настав такий момент, коли у цій сфері бізнесу я задовольнив свої амбіції. Ми створили компанію, яка увійшла до 5 найбільших імпортерів іграшок України. І в якийсь момент у пошуках своєї справи я захотів займатися тим, що мені цікаво, у чому хотів би розбиратися. Тоді я звільнився з роботи та вирішив заснувати власний пивний заклад. Ми почали займатися відкриттям ресторану ще в 2016 році.

Я люблю подорожі й пиво, і мені всюди подобалося дегустувати щось нове. А у себе в Дніпрі мені на той час не вистачало крафтового пива й атмосферних місць. Тоді здавалося, що й у інших жителів Дніпра є схожі потреби. Спочатку я хотів відкрити пивний магазин, пізніше – розширити асортимент закладу й додати до нього окремі закуски, а потім ще й повноцінні страви.

А коли став цікавитися темою глибше, то зрозумів, що для втілення власної ідеї мені потрібно створити щось на кшталт ресторану. Спочатку був довгий пошук потрібного приміщення. Намалювавши з дизайнером посадку в першому, я зрозумів, що воно замале. Потім

ми натрапили на локацію майбутніх «Кедов искусствоведа». Тоді й зібралася майбутня команда закладу: офіціанти, кухарі, адміністратори та директор.

Проте споруда була настільки зруйнована, що туди не можна було зайти. Але в нас горіли очі – настільки ідея унікального закладу заволоділа нами! Ми швидко зайнялися ремонтом. Правда, довелося чекати, поки попередній власник «піджене» приміщення для подальшої експлуатації. Після тривалого ремонту, через 7-8 місяців, «Кеды искусствоведа» запрацювали.

За професією маркетинголог, а за покликанням ресторатор. Денис Жаткін – засновник відомих на всю країну проектів «Кеды искусствоведа», «Доннерная», «Кастрюлька утюга варит рис». Володар сковорідки і член журі Національної ресторанної премії СІЛЬ.

Beer. T. & I.: Скільки ваших проектів працює сьогодні?

Д.Ж.: У нас є 6 ресторанів, які об'єднані в три проекти. Два ресторани «Кеды искусствоведа» у Дніпрі та Києві, азіатський ресторан «Кастрюлька утюга варит рис» і три стріт-фуди «Доннерная» у Дніпрі.

Лайфхаки від ресторатора

Beer. T. & I.: Фудпейринг – ключова особливість всіх ваших закладів?

Д.Ж.: Ні, фудпейринг – це тільки про «Кеды», у решти закладів

*Стаття підготовлена до друку до 24 лютого 2022 року і містить довоєнну інформацію

власна філософія, ціль і місія. Якщо ж ми говоримо про «Кеды», то це крафтові паби зі смачною кухнею. Називаємо це все словом «фудпейринг», оскільки дуже прискіпливо ставимося до кухні, пропрацьовуючи кожну позицію. Чи називають наші гості нас фудпейринговим закладом? Складно відповісти, але ми прагнемо цього.

Для того, щоб робити смачну їжу в «Донерній», варто було злітати надихнутися в Стамбул, а «Кастрюлька утюга варит рис» сама «влаштувала» у Дніпрі Китайський новий рік, щоб, зокрема, зробити людей толерантнішими до інших культур. Ідею Дениса навіть підтримало місто, тому 5-6 лютого 2022 року увійшли в історію як перший Новий рік, який придумав провести ресторатор.

Beer.T.&I.: Як ресторану вибрати якісне пиво?

Д.Ж.: По-перше, потрібно розбиратися в пиві й у представлених на ринку стилях. По-друге, не варто вестися на ціну, тому що, як правило, ціна це не показник якості. Для мене ціна зазвичай стоїть на другому місці після якості напою. Якщо орієнтуватися на вартість і



брати доступне пиво, то воно буде дуже просте і нецікаве, а якщо навпаки – дороге, тому виникатимуть труднощі з продажами пива. Важливо вміти знайти баланс.

У власника мусить бути чітке уявлення про концепцію закладу, враховуючи яку можна наповнювати крани. У дніпровських «Кедах» зараз 90 позицій пива, а у Києві – 450, географія сортів покриває половину глобусу. Обираючи пиво для пабу «Кеды искуствоведа», ми працюємо з власним вну-

трішнім документом – «Пивною картою». Ми намагаємося забезпечити максимальний асортимент пива різних стилів: від пілснерів і лагерів – до бланшів, вайсбіврів чи різних підстилів IPA, причому як у пляшці, так і на розлив. Ми хочемо, щоб гості, продегустувавши максимум пива, змогли знайти улюблений сорт.

Beer.T.&I.: Наскільки важливий сьогодні маркетинг для пивних закладів?

Д.Ж.: Вдало налаштований маркетинг – це сьогодні основа не тільки пивних закладів. Успішний бізнес просто не зможе працювати без грамотного маркетингу, хіба що ви обрали яскраву локацію. Той вибір розташування вашого закладу – це також інструмент маркетингу.



КІЛЬКА ЛАЙФХАКІВ
ДЛЯ ПИВНИХ ЗАКЛАДІВ.
ЩОБ МАТИ УСПІХ
НА РИНКУ, ТРЕБА:

- ПІДТРИМУВАТИ КОНТАКТ З ПИВНИМ КОМ'ЮНІТІ;
 - ОРГАНІЗОВУВАТИ КОЛАБОРАЦІЇ, ІВЕНТИ;
- ПОСТІЙНО РОЗШИРЮВАТИ АСОРТИМЕНТ;
 - НАЛАШТОВУВАТИ СИСТЕМИ ЛОЯЛЬНОСТІ.



Beer.T.&I.: Як стати кращим пабом за версією Національної ресторанної премії СІЛЬ?

Д.Ж.: У нас є три різні історії, пов'язаних з премією СІЛЬ. Перша – ми неочікувано виграли, друга – ми програли, третя – коли ми судили і давали премію.

У першій історії я вважав, що нам пощастило, адже це було досить неочікувано. Цього року я був впевнений, що ми повинні були отримати почесну нагороду, тому що, на мою думку, ми були найкращими. Я працюю з класною кваліфікованою командою.

Я два роки був у складі суддівської колегії Національної ресторанної премії СІЛЬ. Що потрібно, щоб отримати славнозвісну скворідку? На мою думку, смачно готувати, тому що багато пабів забувають про цей фактор. Для мене будь-який заклад, навіть якщо це паб чи бар, повинен смачно готувати. Моя місія як члена журі премії СІЛЬ полягала в тому, щоб оцінювати гастрономію.

Я прискіпливо оцінював як кухню, так і якість розливу пива. На третьому місці – сервіс, тобто те, наскільки френдлі персонал працює у закладі, а на четвертому – атмосфера, тобто наскільки я кайфував, перебуваючи у закладах. Ось чотири основні параметри. Власне, у ті два роки мого суддівства, в 2019-му і 2020-му, мені здалося, що ми підняли планку пивних закладів.

Beer.T.&I.: Як ви оцінюєте нинішню ситуацію на пивному ринку?

Д.Ж.: Пивний ринок буде змінюватися, трансформуватися, з'являться нові формати роботи.

Пиво – це постійний продукт, і ті, хто навчиться з ним працювати, будуть успішними.

Впевнений, що люди, які хочуть відкрити френдлі заклади, активно працюють і точно стануть успішними, адже якщо ти приділяєш багато уваги своєму дітищу, то воно приречене на успіх. Не люблю в нашому бізнесі тих людей, які вважають, що вони прийшли просто зірвати куш, ці люди априорі будуть у програвші, тут не діє принцип «вкласти гроші, не працюючи над сервісом і якістю продукту».

Ті, хто не розуміється в пиві, теж не стануть успішними. Люди, які не хочуть дізнаватися про пиво і розумітися у нових стилях і трендах, також програють. Не потрібно багато зусиль, щоб продавати чеський пілснер, варити дефектне пиво або ж купити найдешевший напій. Потрібно вміти якісно та грамотно варити пиво, підбирати асортимент і правильно продавати його. Тому всім бажаю удачі! Талановиті та справді заряджені люди приречені на успіх.

Beer.T.&I.: Поділіться планами на майбутнє.

Д.Ж.: У подальших планах – працювати та розвиватися всупереч усім викликам. Ми прагнемо бути найкращими, працювати з високопрофесійними працівниками і приймати крутих гостей.



ВАРТИК BEER: КАРПАТСЬКЕ ПИВО, ЗВАРЕНЕ НА ГІРСЬКІЙ ВОДІ*

Західна Україна, туристичний Буковель, місце, яке відвідують десятки тисяч туристів. Саме тут у далекому 2016 році, на початку крафтової революції в Україні, з'явилася перша в курортній Поляниці (та поки що єдина!) крафтова пивоварня – Bartik Beer, пиво на якій вариться з використанням чистої карпатської води. Невдовзі ще один заклад під такою ж назвою з'явився в Івано-Франківську, а потім засновники відкрили промислову пивоварню, почали співпрацю з іншими закладами в інших містах, а також вийшли на оптовий ринок. Але про все це – поступово.



| Як усе починалося?

Ідея створення пивоварні з'явилася у готелі Skilandhouse, де невдовзі й розпочала роботу пивоварня Bartik Beer.

– Одного разу я з батьком обговорював продажі пива в нашому ресторані при готелі. Ми думали замінити масових українських виробників пива на європейських – чеських, бельгійських чи німецьких. Але під час розмови в нас виникла ідея спробувати зварити своє пиво, – розповідає **власник пивоварні Bartik Beer Михайло БАРТКІВ**. – Я відразу почав цікавитися цим напрямком і дізнаватися про обладнання для пивоваріння. Врешті ми вирішили створити маленьку крафтову мініпивоварню, яка працюватиме при ресторані.

Уже через 3 тижні після виникнення ідеї для майбутньої пивоварні замовили перше обладнання – варильники на 200 л і 8 циліндро-конічних танків на 400 л. За словами Михайла Бартківа, раніше з пивоварінням у нього не було нічого спільного, він працював у готельному бізнесі, але вирішив освоїти новий напрямок, аби самостійно обслуговувати сегмент пива та пропонувати клієнтам якісний продукт.

Розпочинали роботу над створенням пивоварні разом з Василем Курляком – майбутнім пивоваром Bartik Beer.

– Ми давно працюємо разом, і завжди хотіли освоїти ще якийсь напрямок, окрім готельного бізнесу. І цим напрямком стало пивоваріння, – розповідає **пивовар Bartik Beer Василь КУРЛЯК**. – Наразі в Буковелі це перша та єдина пивоварня.

| Основа пивоварні – якісне обладнання

Зварити смачне пиво без високоякісного обладнання неможливо, тому на цьому етапі важливо обрати надійного партнера, який забезпечить не лише необхідне устаткування, але й подальшу технологічну підтримку.

– Коли настав час обирати обладнання, я моніторив ринок, дізнавався про вартість устаткування від українських і європейських виробників, порівнював ціни та умови придбання, – розповідає власник пивоварні Михайло Бартків. – У результаті ми дійшли висновку, що компанія Schulz Technologies для нас оптимальна і за ціною, і за якістю, і за умовами.

Під час встановлення обладнання на пивоварню приїжджав технолог з компанії Schulz Technologies та консультував щодо роботи з устаткуванням.

– Але загалом ми самостійно розібралися, як варити пиво та працювати з обладнанням, – розповідає пивовар Василь Курляк. – Ми не проходили навчання чи курсів з пивоваріння, а всі необхідні знання здобували на практиці.

За словами Василя Курляка, буквально того самого сезону, коли закупили обладнання та зварили перше пиво, на пивоварні зрозуміли, що її потужностей вже не вистачає, аби впоратися з потребами. Тому наступного року на Bartik Beer докупили 2 ЦКТ, а потім – ще 2. Варто зазначити, що все пиво, зварене на пивоварні, споживалося лише в цьому закладі.

**Стаття підготовлена до друку до 24 лютого 2022 року і містить довоєнну інформацію*



– Це був 2014-2015 рік, час, який вважається початком крафтового пивоваріння в Україні. Принаймні, в цей період крафт набрав популярності. І людей, які приїжджали до Буковелю з усієї України, дуже цікавило наше пиво, – розповідає пивовар.

Інгредієнти: іноземні VS українські

Смак майбутнього пива залежить від багатьох факторів, але основний – це вибір інгредієнтів, з яких, власне, в подальшому звариться пиво. У пивоварнях Bartik Beer використовують сировину закордонного виробництва.

– Сировину ми використовуємо провідних світових та європейських виробників, – розповідає **директор з продажу Bartik Beer Геннадій АВРУЦЬКИЙ**. – Так, солод купуємо лише компанії Bestmalz. Свого часу ми почали варити з нього пиво і й до сьогодні використовуємо його, адже вважаємо одним з найкращих. З нього виходить якісне та стабільне пиво, це хороша сировина, з якою ніколи не виникає проблем.

Хміль у пивоварнях Bartik Beer замовляють німецький та американський. При цьому експерименти з українською сировиною теж були, проте не дуже вдалі.

– Були й експерименти з українською сировиною. Так, вона заслуговує поваги, проте нашим виробникам потрібно подбати про стабільність, – розповідає пивовар Василь Курляк. – Хоча пробували виготовляти пиво і з нею. Але, на жаль, її якість дещо не дотягує до потрібного рівня, і пиво виходить інакшим. У нас в

асортименті і зараз є деякі сорти, зварені з українськими солодом і хмелем, але різниця порівняно з іншими сортами з імпоротної сировини досить відчутна.

За словами пивовара, споживачі Bartik Beer дуже чутливі до зміни інгредієнтів. Буває, що в технології щось пішло не так і вони відразу відчувають ці зміни та повідомляють про них. Український виробник солоду або хмелю, за словами директора з продажу Геннадія Авруцького, на жаль, не може поки що гарантувати необхідну стабільність інгредієнтів, яка впливає на якість напою, а для Bartik Beer якість пива – в пріоритеті.

– Насправді, з українським солодом ми почали працювати тільки через те, що розпочався карантин. Коли ввели локдаун, ми не могли продавати своє пиво, адже наш сегмент – це готельні заклади та ресторани, – розповідає власник пивоварні Bartik Beer Михайло Бартків. – Тому ми були змушені створити дешевше пиво, щоб продавати його через пивні магазини.



Для виготовлення пива Bartik Beer на сировині не економлять. Якщо солод – то це має бути солод найвищої якості, і його ніколи не замінюють цукром чи іншими добавками.

– Що стосується дріжджів, то ми обрали компанію Fermentis, – розповідає пивовар Василь Курляк. – З дріжджами проводимо певні експерименти. Так, цього року ми почали працювати з новим штамом дріжджів LA-01, завдяки чому у нашому асортименті з'явилось безалкогольне пиво. Це так званий пивний напій, який навіть рекомендують споживати спортсменам після тренування, оскільки він відновлює сили, а також містить вітаміни та різні мікроелементи. Це повністю натуральний напій, у складі якого – лише солод, хміль і дріжджі.

| В основі асортименту – класика

Пивоварня Bartik Beer намагається варити класичні сорти пива, тому що більшість їхніх споживачів, за словами власника Михайла Бартківа, звикли пити саме «класику», а крафт відкривають для себе поступово:

– Раніше крафтового пива майже ніхто не розумів, не знав, що це таке і як його пити. Наразі ж ситуація кардинально інша.

Першими сортами, які зварили на пивоварні Bartik Beer, були світлий лагер, пшеничне та Brown Ale. Це відбулося в міжсезоння, коли в Буковелі майже не було туристів, і дегустували перші напої власник, пивовар і працівники закладу. Тому й орієнтувалися, насамперед, на власні смакові вподобання. І недарма: пиво вийшло дуже смачним!..



– Порівняно з тим пивом, яке ми продавали раніше, наше виявилось набагато кращим!.. – пригадує Михайло Бартків.

Наразі в асортименті Bartik Beer стабільно присутні переважно класичні сорти – світлий лагер, темний портер на лагерних дріжджах, пшеничне в бельгійському стилі, Golden Ale, IPA.

Окрім того, в асортименті пивоварні присутня також лінійка фруктово-ягідного пива, для виготовлення якого використовуються місцеві карпатські чорниця та ожина. Варили пиво з персиком, вишнею, а також солоне пиво в стилі гозе з додаванням томатів.

Усе пиво Bartik Beer нефільтроване та непастеризоване. Розливається на барі або в кеги, лінії розливу в пляшку на пивоварні немає. Однак з собою клієнти можуть взяти 1 л або 1,5 л скляні пляшки з пивом за умови попереднього замовлення. Окрім того, клієнти можуть придбати подарункові набори з 6 видами пива.



З ЧОГО Ж СКЛАДАЄТЬСЯ ЛІНІЙКА СМАКІВ BARTIK BEER ?

КЛАСИЧНИЙ ЗВИЧАЙНИЙ ЛАГЕР. Має терпкий насичений смак і складний аромат хмелю та солоду. Процес виготовлення займає понад 30 днів.
ALC: 4,5; **PLATO:** 12; **IBU:** 14.

ПШЕНИЧНЕ ПИВО з додаванням цедри апельсину та коріандру, зварене в бельгійському стилі. Найбільш популярний сорт серед споживачів.
ALC: 4; **PLATO:** 11,8; **IBU:** 13.

НАПІВТЕМНЕ ПИВО. Зварене в англійському стилі.
ALC: 5,2; **PLATO:** 14; **IBU:** 20.

МЕДОВО-ГОРІХОВИЙ ЕЛЬ. Має досить приємний і ніжний смак. На тонну пива додається 45 л натурального карпатського меду. Вариться за особливою технологією, яку не використовує ні одна з українських пивоварень.
ALC: 2,2; **PLATO:** 14,5; **IBU:** 14.

ВАЙЦЕН БОК. Це пшеничне світле пиво, зварене в німецькому стилі.
ALC: 5,5; **PLATO:** 13; **IBU:** 20.

МІЛК СТАУТ. Темне пиво верхового бродіння з додаванням лактози, чудово смакує з десертами.
ALC: 5,8; **PLATO:** 16; **IBU:** 25.

ЯБЛУЧНИЙ СИДР. Легкий і питкий літній напій.
ALC: 1,5.

БЕЗАЛКОГОЛЬНЕ ПИВО. Дуже легке та питке пиво, для створення якого використовуються безалкогольні дріжджі.

ІРА. Для любителів ароматного крафтового пива з гірчинкою.
ALC: 5,2; **PLATO:** 14; **IBU:** 45.

ТОМАТНИЙ ГОЗЕ. **ALC:** 4,2; **PLATO:** 12; **IBU:** 6.

САУР КРІК. Пиво з додаванням великої кількості ароматної вишні.
ALC: 4; **PLATO:** 12; **IBU:** 6.

Пивовар Bartik Beer Василь Курляк не боїться експериментів. Так, минулого року він зварив кленовий стаут, кленовий сироп для якого замовили в Канаді. Чекаючи на необхідний інгредієнт довелося близько 1,5 місяця.

– Вийшло дуже цікаве, але при цьому досить специфічне пиво. Ми його продали, але більше варити не плануємо, – розповідає власник пивоварні Михайло Бартків. – У великих кількостях варимо основні та популярні сорти пива, які реалізуємо оптом. Це, зокрема, світле, пшеничне, IPA, Golden Ale, шоколадний портер, Brown Ale.

Пробували на пивоварні виготовляти і витримане в бочках пиво, але одного разу експеримент був вдалий, а наступного разу – ні, тому в Bartik Beer цю ідею поки що відкинули.

Реалізація пива: ресторани, власні заклади й опт

Наразі пиво Bartik Beer реалізовується в ресторанах – у власних закладах і не тільки.

– Коли ми тільки розпочали свою роботу, то продавали пиво на виніс, – розповідає власник пивоварні Михайло Бартків. – У нас і зараз можна придбати пиво «з собою», адже ми розуміємо, що не кожен хоче пити пиво в закладі, комусь краще випити його вдома за вечерю.

Під час карантину пивоварня, аби не припиняти роботу, працювала на доставку. В такий складний для ресторанного та пивного бізнесу час думки заходити зі своїм пивом у торгові мережі не виникало, оскільки для цього пиво повинне бути розлите в скляну пляшку, а необхідної лінії розливу пивоварня поки що не має.

– Працюємо в основному із ресторанными закладами, а не з магазинами. Оскільки ми обрали інший торговий сегмент, то поки не маємо бажання працювати з великими торговими мережами, – розповідає власник Bartik Beer. – Наше пиво купують гуртом в Яремчу, Вінницю та Львів. Але намагаємося працювати більш локально, оскільки в плані логістики так зручніше.

Розвиток різних торгових марок як вектор успіху бізнесу

Наразі власники пивоварні Bartik Beer розвивають одночасно дві торгові марки.

– Пивоварня в Буковелі працює з 2016 року, згодом ми відкрили ще один заклад в Івано-Франківську. А два роки тому вирішили зайнятися гуртовими продажами. Але після відкриття в Богородчанах Івано-Франківського району ще однієї пивоварні та запуску нової ТМ Brew Bear, з якою вийшли на гурт, ми почали реалізовувати пиво в закладах інших міст, – розповідає власник Михайло Бартків. – Тобто в закладах Bartik Beer продається пиво Bartik Beer, а в інших закладах – пиво Brew Bear. Це пиво, яке вариться на трьох пивоварнях – в Івано-Франківську, у Буковелі та Богородчанах. Наявність двох торгових марок дозволяє розширити кількість споживачів.



До слова, в селищі Богородчани розташована лише промислова пивоварня, ресторанного закладу там немає. Пивоварня обладнана великим 2-тонним варильником та і парком ЦКТ.

Про плани на майбутнє

Наразі, зізнається власник пивоварні, планувати щось дуже складно, адже через можливі локдауни ситуація змінюється дуже швидко.

– Карантин вніс певні корективи в наші плани. Загалом, у нас було декілька напрямків розвитку. Один з них – розвиток і відкриття нових власних закладів у Буковелі, Івано-Франківську та Львові, другий – створення невеликих крафтових барів, а третій – розвиток гуртової торгівлі пивом, адже ми бачили в цьому значний потенціал, – розповідає Михайло Бартків. – Однозначно, ми в будь-якому випадку будемо розвивати власні заклади та збільшуватимемо їх кількість. Приміром, цього року відкриваємо в Буковелі додатковий зал, наступного року добудуємо літні майданчики й облаштуємо територію ззовні. Тут же, в одному із залів, ми плануємо облаштувати продаж пива кегами.

За словами власника, на пивоварні Bartik Beer ніколи не гналися за бездоганною технологією виготовлення пива, а завжди залишали за собою право на... помилку й оригінальність. І так буде й надалі.

– Щодо асортименту пива, то ми завжди майже інтуїтивно вибирали сорти, які будемо варити. Приміром, наші лагер і портер – оригінальні, в них залишився смак першого звареного нами пива. З роками ми зрозуміли, що можемо змінити дріжджі, воду, додати їй жорсткості чи м'якості, але все ж вирішили нічого не змінювати, – зазначає Михайло Бартків. – Маємо певні смакові традиції і дотримуємося їх. Що важливо, для виготовлення пива ми використовуємо тільки карпатську гірську воду, яка набагато краща за ту, що проходить підготовку, покращення та мінералізацію. Завдяки цьому ми зберігаємо свою неповторність.

Оксана Марчук





ЙИНДРЖИХ ХЕЙН

О ТРЕНДАХ В ПИВОВАРЕНИИ

«В конце концов, я не думаю, что пивная индустрия стоит на месте», – так Йиндржих ХЕЙН, учредитель компании Czech Brewmasters, совладелец четырех пивоварен в Чешской Республике и по совместимости пивовар в пивоварне Kunratice (Прага), немного меняет знаменитое заявление Марка Порция Катона и приводит следующие примеры: «Пивоварение в настоящее время похоже на мир моды. Каждый год появляется что-то новое, что-то уходит навсегда. Но что-то останется вечным и неизменным, иначе говоря – тенденции постоянно меняются. Но при этом все еще развиваются мини-пивоварни. Пивоварни-гиганты расширяют свои брендовые планки или создают новые бренды, которые в случае хорошего восприятия публикой далее «суббрендуют». В сленге пивоваров появляются новые слова и определения, пивная литература печатается со скоростью света, создаются туристические тропы, соединяющие мини-пивоварни. Об этом всем свидетельствует тот факт, что пивоваренная промышленность динамично развивается, несмотря на ограничения, связанные с заболеванием COVID-19, ну или же благодаря им».

С наступлением пандемии пивоваренным заводам не только в Чешской Республике, но и во всем мире пришлось адаптироваться. После окончания зимнего периода изоляции и почти клинической смерти пивоваренной промышленности наступило лето, когда мощности большинства пивоварен были на максимуме. Все потому, что локдаун закончился и люди ощутили свежий глоток свободы, открылись пабы и рестораны. Что скрывать – радости не было предела. И где, как ни с кружкой пива в руках, можно было пообщаться с давно не видящимися друзьями. К сожалению, выйти на предковидные показатели, как, например, в 2019 году, так и не удалось. Кроме того, из-за более высоких цен на входящее сырье и сокращения продаж на всем рынке наблюдаются относительно динамичные изменения. Однако никто не хочет покидать свои пивоварни без боя. Это одна из причин, по которым в отрасли происходят быстрые и интересные изменения. Так что давайте говорить не об эволюции, а о революции.

Снижение продаж разливного пива в секторе HoReCa

– Самая большая проблема – снижение продаж разливного пива в секторе HoReCa (гостиница-ресторан-кафе). Большинство мини-пивоварен в доковидный период ориентировалось только на разливное пиво. Пиво в бутылках, банках или пятилитровых бочонках было лишь дополнительным сегментом, который приносил

большинству пивоваров дополнительную работу, а не высокую экономическую прибыль. После введения ограничений старый порядок изменился, а стеклянная бутылка внезапно стала дефицитным товаром, потому что все одновременно прекратили разливать пиво в кеги, – говорит Йиндржих Хейн.

После того, как рестораны закрылись, крафтового пива стало негде купить. Большинство торговых сетей очень быстро отреагировали на этот факт.

Разнообразие стилей

Теперь пиво из мини-пивоварен можно приобрести в большинстве супермаркетов. Так что появление на прилавках таких сортов пива, как Ale, IPA или Stout, – не исключение. Это улучшает общее мнение потребителей, и давление на качество и вкус постоянно возрастает. В результате того, что крафтовое пиво стало доступным для широкой публики, изменилось восприятие пива как такового. Раньше пиво употребляли как напиток, утоляющий жажду или для соблюдения регулярного питьевого режима. Однако с новыми стилями пива его восприятие поднялось до уровня вина или более крепких напитков. Конечно, это также отражается на цене, когда потребитель готов заплатить более 100 чешских крон (118 грн) за бутылку качественного светлого пива, а цены на некоторые специальные предложения поднимаются до 500 чешских крон (590 грн). Впрочем, некоторых поклонников даже такие цены не пугают. По этой причине пивное предложение мини-пивоварен посто-



явно расширяется. Безвозвратно прошли те времена, когда пивоварни предлагали только светлый и темный лагер. Стандартом в ассортименте каждого уважающего себя пивовара стали такие стили, как New England IPA, Sour или Brut IPA. Происходит реинкарнация старых и забытых стилей, например, Kveik или Gose.

Благодаря сегодняшним возможностям довольно легко закупить некоторые ключевые сырьевые материалы или изменить соотношение солей в варочной воде и сварить специальные региональные сорта пива в любой точке мира. Так что вопрос только в том, какие именно стили войдут в моду в следующем сезоне. Например, Йиндржих Хейн никогда бы не стал делать ставку на крепкое копченое соленое пшеничное пиво. С другой стороны, необходимо сказать, кто бы сделал ставку на популярность кислого пива с добавлением фруктов десять лет назад? Это тоже явное свидетельство того, что мы причастны к пивной революции. Популяризации этих стилей и просвещению клиентов в значительной степени способствует общение через социальные сети или публичные встречи с пивоварами. Сами пивоварни уже поняли, что пиво нельзя продавать без рекламы и осведомленности потребителей.

| Рост банок, падение ПЭТ и стекла

Также одним из нынешних трендов является рост банок, падение ПЭТ и стекла – последствия изменений в поведении потребителей. То есть экологические восприятия способствуют уходу от ПЭТ тары, а вес пустой стеклянной бутылки по сравнению с пустой металлической банкой приводит к популярности банки. В последнее время все чаще вопрос экологии стоит ребром: происходят протесты, международные саммиты... Теперь климатические проблемы коснулись и пивоваренной отрасли. Так, например, по сравнению с нековидным годом разлив пива в банки увеличился на 12 %, а разлив в ПЭТ уменьшился на 2 %. И это еще не предел.

| Приобретение бытового разливного оборудования

Еще один наблюдаемый эффект, вызванный ограничением входа в рестораны и пабы, – это приобретение бытового разливного оборудования. Феномен гаражного распития пива можно наблюдать не только в Чехии, но и в других странах Европы. Только в Чехии продажи такого оборудования по сравнению с аналогичным периодом прошлого года выросли на 200 %, а складские помещения полностью пусты. Поэтому не исключение,

что покупатели ждут свою домашнюю «разливайку» минимум четыре месяца. Эта тенденция также подтверждается увеличением доли пива, продаваемого в меньших бочках объемом 15 и 30 литров. Мини-пивоварни гибко отреагировали на такие изменения, и уже не является исключением, что домашнее оборудование для разлива за символическую плату можно взять напрокат при покупке бочонка пива.

| Покорение крафтовой волны

Большинство крупных игроков рынка также пытаются оседлать волну популярности крафтового пива. Можно наблюдать несколько способов, как попасть в мир мини-пивоварен. Примером может служить сотрудничество крупного пивоваренного завода с несколькими небольшими местными брендами, создание псевдо-крафтовых брендов или строительство собственной мини-пивоварни на территории крупного пивоваренного завода. Псевдо-крафты мало где приживаются. Публика с осторожностью и недоверием относится к такому стилю производства. Это логично: все, что не видно оком, не признано душой. Другое дело – варить крафт на маленькой варнице, которую можно показать как фанатику, так и ответственному потребителю с дальнейшим переносом успешной варки на большие мощности. Йиндржих Хейн также заметил эту тенденцию, и, по его словам, единственным верным путем, обреченным на успех, является собственная мини-пивоварня, но ни в коем случае псевдо-крафт. До сих пор отсутствует модель, в которой большая пивоварня тестирует рецепты на одной или нескольких мини-пивоварнях, а затем переносит их на свои производственные мощности. Это бы снизило стоимость производства пива при сохранении высокого качества. Такая модель может быть изменена в соответствии с девизом: вместо быть локальным и думать глобально на быть локальным и варить глобально.

Оценка ближайшего будущего

- 1 Вероятно, можно ожидать замедления, но не остановки роста сегмента мини-пивоварен.
- 2 Уже сейчас у рестораторов есть опасения того, что они будут вынуждены увеличить цены в своих заведениях в связи с инфляцией. Это может привести к тому, что люди начнут ходить в рестораны только по случаю праздников. Как следствие – дальнейшее снижение продаж объема разливного пива.
- 3 Увеличение производства крафта до размеров малых и средних заводов. Ярким примером в Украине является мощная пивоварня Дмитрия Некрасова (First Dnipro Brewery).
- 4 Напротив, обратным развитием будет проникновение крупных пивзаводов в мир крафта.
- 5 Благодаря растущей конкуренции ассортимент пивных стилей, количество лимитированных версий и различные специальные мероприятия будут продолжать расширяться.
- 6 Просто никакой скуки – заказчику действительно есть чего ожидать.

Остается уверенность в том, что пиво и человечество имеют настолько долгую совместную историю, что пиво будет приносить людям радость и в будущем.



MOVA BREWING CO.:

УКРАЇНСЬКИЙ ПОГЛЯД НА СВІТОВІ СОРТИ ПИВА*

Проект MOVA почав свою історію 2017 року. Спочатку MOVA Brewing co. працювала на контрактних умовах і варила близько 10 сортів пива кожен місяць у різних куточках України, з них у лінійці було 8 постійних і 2 сезонних сорти. Вже у 2018-му стало відомо, що молоді, вже відомі загалу пивовари з Дніпра будують власну броварю. Про старт нового пивзаводу та формування сучасної пивної культури журналісти Beer.Technologies&Innovations розпитали співзасновника MOVA brewing co. Бориса ГІЛЬДІНА під час презентації в Харкові проекту «Beer Inside: Пивна мапа України», частиною якою стала пивоварня.

– Коли ти вперше збираєш обладнання, ти думаєш, що все повинно бути ідеальним. Ти хочеш зібрати найкрутішу та найнадійнішу «тачку», з якою будеш линути до пивних світів. З таким запитом ми почали знайомитися з кращими представниками у цій справі. Ми детально вивчали німецьке, чеське, австрійське та навіть українське обладнання. Двічі відвідували німецьку виставку BrauBeviale, щоб особисто потиснути руку кожному, з ким потенційно можемо будувати наш проект. Однією з таких компаній стала TECHNOEXPORT. Нас значною мірою підкупило те, що, крім лінійки пивного обладнання, вони ще виготовляють фармацевтичну техніку. А це, як відомо, – вищий пілотаж. У нашій справі чистота, якість і налагодженість грають таку ж важливу роль, як і у фармацевтичному секторі, – розповідає директор пивоварні Борис Гільдін.

Серце пивоварні – це двотонний, чотирипосудний варильний порядок з парком ЦКТ, орієнтованим на обсяг близько 40-50 тонн на місяць.

– У вересні 2020 року ми почали встановлювати все

обладнання. Нам допомогла бригада з Чехії – спеціалісти, які монтують броварні по всьому світу: від Європи – до Замбії. Ми робили монтаж у два етапи. Перший був досить напружений: коли ми побачили 38 тонн сталі, які лежать на боці, ми не могли собі уявити, як поставити їх у вертикальне положення. Ми не могли зрозуміти, чи вистачає нам висоти стелі, чи правильно ми врахували планування приміщення, чи прорахували всі аспекти... Але вже на другій зустрічі монтаж був виконаний повністю. Все блищало і було готове до тестової варки. В січні ми прогнали так звану «брудну» варку та зрозуміли, що все працює так, як ми запланували 3 роки тому.

| Пиво Mova – яке воно?

– Перші варки відбулись у грудні 2020 року. Спочатку за допомогою нового обладнання ми вирішили зварити найскладніші класичні сорти. Вони не пробачають помилок і відразу могли б виказати їх. Першим пивом став lager. Ми мріяли про нього – стабільний, хрусткий і чистий lager. Сказати, що нам вдалося, – нічого не сказати. Вже через декілька місяців ми отримали нагороду і відзнаку якості за крутий lager. Варили ми кожного дня, бо, крім наших експериментів, потрібно було наварювати наші постійні сорти stout, porter, pale ale, IPA, witbier – ті, з яких ми стартували і давно продавали. Нове обладнання швидко допомогло нам відточити їх смаки до ідеалу, – коментує Борис Гільдін

Для свого пива MOVA використовує базовий український солод від компанії «Бел-Гер».

– Ми довго шукали саме якісний український солод, з яким б змогли створити продукт так, як ми його бачимо. Нам ідеально підходить солод від «Бел-Гер», адже він завжди стабільної якості. Навіть чеський спеціаліст, який допомагав нам запускати пивоварню, не очікував,

**Стаття підготовлена до друку до 24 лютого 2022 року і містить довоєнну інформацію*

що в Україні може бути такий гарний солод, – розповідає директор заводу.

Як допоміжний солод броварня використовує німецький Weyermann і бельгійський Castle Malting. Хміль використовують чеський, німецький, американський та австрійський, а дріжджі – французької компанії Fermentis.

MOVA виробляє нефільтроване й непастеризоване пиво.

– MOVA – це натуральний і високоякісний продукт. Для стабільності ми маємо сепаратор. У промисловості пива ми схильні до флеш-пастеризації, тобто швидкої пастеризації. Для цього впродовж 2-3 хвилин пиво нагрівається до 62-65 °С, після чого його різко охолоджують. Така методика більш м'яка і дозволяє зберегти смак і аромат продукту. Завдяки цьому пиво стає стабільним і стійким до несприятливих умов, зокрема зміни температури. Тому наш продукт може стояти на полицях понад пів року і залишатися свіжим та смачним, як у день розливу, – розповідає Борис Гільдін.

Сьогодні пиво MOVA, яке реалізують у пляшках і кегах, можна знайти практично по всій Україні.

Зі слів Бориса Гільдіна, на пивоварні чітко розуміли, що їм необхідна лінія розливу в пляшку. Засновники обрали компанію PALI s.r.o., котра спеціалізується лише на лініях розливу у пляшку. Згодом там встановили лінію розливу у кеги від виробника пивного обладнання PAVOVSKÉ STROJIRNY.

Про що розповідає MOVA?

– MOVA – це набагато більше, ніж просто сучасна пивоварня. Це про нову комунікацію, знайомство з історією та традиціями пивоварень, розвиток культури споживання та образ напою. Саме з такою метою щороку команда MOVA організовує фестиваль «Craft Культура». Тут всі бажаючі можуть зануритись у світ пива, взяти участь у інтерактивному лекторії, спробувати нові смаки та дізнатися про неочікувані поєднання пива з різними продуктами. Крім цього, поціновувачі мають можливість поспілкуватися з представниками броварень, сомельє та дистриб'юторами з різних куточків України. До речі, цього року відбувся четвертий



пивний фестиваль «Craft Культура». Ми приймали пивоварів зі всієї країни на «Дніпро Арени», де 30 виробників презентували свої варіації сортів пива. Поціновувачі мали можливість скуштувати класичні смаки, найсмільковіші експерименти, безалкогольні напої та сидри. Ми створили затишний формат, де всі бажаючі можуть дізнатися про цікавинки від засновників броварень і знайти щось нове у пиві, – зазначає Борис Гільдін.

За весь час свого існування пивоварня MOVA знайшла друзів у багатьох містах України. Наприклад, у Дніпрі спробувати пиво бренду можна у таких закладах, як «Кеды искусствоведа», «Хмільний», «Паб Три Ноги», у мережі ресторанів VarFamily тощо.

– Не просто так ми називаємося MOVA. Ми обожноємо історії, розмови, плітки та теревеньки. Для нас важливо робити продукт, який буде цьому не заважати, а навпаки – сприяти комунікації людей у кращі моменти життя. Ми вважаємо, що в нас гарно виходить донести цю думку та розповісти, що пиво може бути різним, а не лише одноликим, як на полицях супермаркетів, – коментує Борис Гільдін.

Компанія «Бел-Гер»

**КРАФТОВА СОЛОДОВНЯ «БЕЛ-ГЕР» –
ВІКОВІ ТРАДИЦІЇ ЯКОСТІ**


Компанія «Бел-Гер» заснована в 1905 році і, маючи більш ніж віковий досвід у солодоращенні, має можливість експериментувати, розробляти нові сорти, відтворювати всю лінійку німецьких, бельгійських та чеських солодів.

Ми відкриті до співпраці зі справжніми ремісничими пивоварями, готові до нових викликів та виробництва ексклюзивних солодів європейської якості за конкурентноспроможною ціною.

Компанія славиться індивідуальним підходом до своїх клієнтів – це команда, яка спроможна задовольняти запити будь-якого рівня: від приватних крафтових броварень до найбільших пивоварних компаній України та світу.

Перелік нашої продукції

- Солод Світлий (Pilsner)
- Солод Світлий (Pale Ale)
- Солод Віденський
- Солод Карамельний (50 EBC)
- Солод Карамельний (120 EBC)
- Солод Карамельний (170 EBC)
- Солод Карамельний (220 EBC)
- Солод Карамельний (302 EBC)
- Солод Карамельний (по типу Cara Pilsen)
- Солод Палений
- Солод Меланоїдиновий
- Солод Пшеничний світлий
- Солод Пшеничний карамельний
- Солод Пшеничний палений
- Кава зернова обсмажена
- Ячмінь палений
- Кукурудзяні гранули



ТОВ «Компанія «Бел-Гер»
63701, Україна, Харківська обл., м.Куп'янськ, вул. Садова, 50
+38 050 130 73 15, +38 050 343 46 00, +38 050 911 95 39
e-mail: belger.company@gmail.com



ПРИВОРОТНІ СЕКРЕТИ ЛІТОПYS ЗНАЄ ЖІНКА*

Вони сумлінно вивчали світовий досвід пивоваріння, експериментували в технологіях, шукали та викристалізували власний стиль. І 2020 року в тому командному захопленні народився цікавий і неординарний бренд Litopys. Він зацікавлює своїм тлумаченням крафтовості, шквалом ідей і яскравістю їх реалізації. От як можуть не заінтригувати заворожуючі назви хмільних напоїв із «Відьмачої серії» чи бісквітний мілк стаут Pechuvo?! І справжня інтрига, яка розриває шаблони: співзасновником, музою та ідеологом бренду є жінка – Юлія КИРИЛЕНКО. А ще вона – співзасновник і викладач курсів Brewery courses-master brewer. Тому пивоварня Litopys у Нових Безрадичах, що на Київщині, часто стає майданчиком для практичних занять слухачів школи пивоварів. Журналісти Beer. T&I project поспілкувалися з Юлею Кириленко про формування сучасних трендів українського пивоваріння, тонкощі навчального процесу та приворотні секрети Litopys.

Чому пивоваріння?

Beer. Technologies&Innovations: Юліє, що пов'язало вас з пивоварінням і скерувало життєву стежину до Litopys?

Юлія КИРИЛЕНКО: Я за освітою технолог-пивовар та інженер-технолог бродильних виробництв, тож з пивоварінням пов'язана з 2004 року, коли вступила

до Національного університету харчових технологій. Довго вагалася, бути мені виноробом чи пивоваром, але на третьому курсі зрозуміла, що мені ближче пиво. Займалася самоосвітою, просилася на екскурсії на пивзаводи, бо розуміла, що це мені дуже цікаво.

Пригадую й своє перше самостійно зварене пиво. Це відбулося в березні 2012 року, коли ми вже відкрили лабораторію бродильних і ферментаційних виробництв на базі Національного університету біоресурсів і природокористування України. Це був лагер на канівському солоді та хмелі Заграва. І, як пише книжка, 8 днів мій лагер побродив – і досить. Це було найсмачніше пиво в світі, ми його куштували та були найщасливішими! Але згодом, десь через пів року, я зрозуміла, що то було не пиво...

Beer. T.&I.: Як розпочався Litopys? Які сорти пива вже є в молодого проекту?

Ю.К.: Litopys – це нова захоплююча сторінка мого життя. Мене запросили на аудит відновленої після простою пивоварні, де я залишилася працювати. Це унікальна атмосфера колективної праці.

У нас встановлене невелике обладнання від ZIP tech (500-літрова варниця) і працює маленький штат людей. Але головне, що всі – одностайні, вони живуть цим проектом, хвилюються за кожну клітинку дріжджів і кожну краплю сула. Фахівців ми вивчили у нашій школі пивоварів і продовжуємо вдосконалювати їхні знання на інших курсах.

Аутентична назва Litopys – це ціль нашого проекту: вписувати в старий літопис нові сорти. Ми експериментуємо, але й цінуємо старі надбання. Основою концепції дизайну продукту є українська етника, наші рідні топоніми та гідроніми під незвичним кутом зору, українська міфологія та історія. На це надихає й розташування нашої пивоварні, яка знаходиться у мальовничому селі на Київщині.

Нині у нас є 11 сортів: 4 постійні та 5 на ротації. До прикладу, Bryzky Azovu («Бризки Азову») – це більш літній сорт з лаймом, лимоном і сіллю. На зиму переходимо на стаути. Так, стаут із тютюном, сіллю та табаско Chortomyk («Чортотлик») і Pechuvo («Печиво») – це наші топові позиції, які постійно присутні в лінійці.

**Стаття підготовлена до друку до 24 лютого 2022 року і містить довоєнну інформацію*



Beer. T.&I.: Якій сировині віддаєте перевагу – українській чи імпортній?

Ю.К.: 50 на 50. В Україні дуже малий вибір спецсолодів, тому шоколадні, карамельні та вівсяні солоди ми купуємо за кордоном. У сегменті базових солодів вчимося працювати з вітчизняними виробниками. Вже є такі, які дають стабільний продукт, тому частково використовуємо й український солод. Зокрема, працюємо з «Куп'янським». Цей солод дуже смачний, відповідає колірності та всім показникам якості. Єдина проблема полягає в ціні за логістику. Крім того, працюємо з компанією «Бел-Гер».

Beer. T.&I.: Чи були у вашому досвіді колаборації?

Ю.К.: З великих можна виділити колаборації моїх контрактників з іншими виробництвами, зокрема з закордонними, які варили на потужностях Litorus. А особисто я віддаю перевагу роботі з контрактниками. Багато хто з них був моїм студентом. Чимало пивоварів вже має своє обладнання. Працювати з усіма цікаво, тому що це не тільки виробництво пива, а й робота з людьми. Потрібно вміти домовлятися між собою, щоб отримати якісний, смачний і, що важливо, душевний продукт.

Були такі категоричні контрактники, яких неможливо було переконати в помилковості їхніх підходів. На жаль, не дослухалися – і пиво не виходило. А були й такі, які робили краще, ніж я пропонувала. Тому така співпраця – це колосальний досвід.



Beer. T.&I.: Наскільки зараз популярне контрактне пивоваріння?

Ю.К.: Якщо контрактник давно працює і його продукцію постійно купують, має своє ім'я чи мережу, якщо вміє грамотно рахувати й у нього немає проблем з продажем, то він ніколи не купить власне виробництво. Бо це не дуже вигідно, а відповідальності – в десятки разів більше. Контрактнику не потрібне повне ведення господарської та юридичної діяльності з зарплатним фондом, комунальними послугами й іншими складовими. Він просто прийшов із замовленням зробити пиво і не має проблем, окрім поставки сировини. А пивоварні вже потрібно і йому догодити, і собі хоча б заробити. Тим паче пивоварів потрібно цінувати і засвідчувати це хорошою реальною оплатою.



| Студенти, слухачі, пивовари

Beer. T.&I.: Розкажіть про вашу наукову та викладацьку діяльність. Як народилася ідея курсів?

Ю.К.: Ідея виникла три з половиною роки тому, причому одночасно у трьох людей. Я розуміла, що такі курси потрібні. Тому зателефонувала до відомого пивовара Віктора Ващука. І він зацікавився, маючи певні сумніви, зате був впевнений, що культуру пивоваріння потрібно поширювати. Саме в той час починалася нова хвиля домашнього пивоваріння. Аматори телефонували,

консультувалися... Дуже круто, що вони не соромилися запитувати, але інколи ці запитання були досить дивні. Тож логічною була думка, що легше їх усіх зібрати та донести інформацію до всіх, ніж відповідати кожному на дзвінки та повідомлення.

А коли запропонували співпрацю Валентині Микусевич, то з'ясувалося, що вона вже давно про такі курси думала. Потрібно було знайти лише місце. І саме після нашого звернення щодо курсів до НУБіП заклад отримав ліцензію під спеціальність «Майстер пивоваріння». Вже минуло три роки, як ми співпрацюємо, впродовж яких двічі на рік проводимо курси. Першу групу збирали з-поміж своїх знайомих, друзів. Для набору другої групи спрацювало так зване сарафанне радіо. Восени зазвичай слухачів збирається набагато більше, але навесні люди також розуміють, що в сезон потрібно йти з новими знаннями. Головне, що, крім теорії, слухачі переймають практичний досвід трьох досвідчених пивоварів, а для справи це дуже багато.

Нещодавно в межах школи пивовара Brewery courses-master brewer («Курси пивоварної справи-майстер пивовар») на наших потужностях відбулася практична робота – варка житньо-вівсяного стаута.

Beer. T.&I.: Наскільки різнопланова за рівнем знань ваша аудиторія?

Ю. К.: Є й початківці, а є й серйозні майстри. Закінчується навчання великим проектом та іспитом. Ми пишаємося, що серед наших випускників – пивовари Fest, Mova, Malle, «Дрофа», «Ні за що, мила». Загалом це 140-дипломованих пивоварів! І ми завжди радіємо разом з ними їхнім успіхам і перемогам. Є слухачі, які лінуються виконувати такі роботи, через що ми не можемо прийняти іспит. А є такі, що вражають бажанням творити. Ми були дуже здивовані домашнім завданням засновника гуцульської крафтової броварні «Ципа» Олександра Шталова, який розробив справді новий



сорт. Поки що в теорії, але пообіцяв, що до Нового року пиво цього сорту буде зварене. Це показник ставлення і до нас, і до професії. А перед цим у нас учився їхній пивовар Юліан Шаповалов.

Курси пивоварів дали поштовх і для інших дотичних напрямів навчання. Зокрема, ми започаткували тематику мідів і сидрів. Але цей вектор не викликав такої зацікавленості, як пиво.

Також засновані курси лаборантів, з фізімії та мікробіології. До тематики навчання входить усе: від вхідного контролю води для пива – до вихідного контролю стічних вод. Цей 5-денний курс на базі атестованої та сертифікованої лабораторії в Києві відбувся вже двічі. Нам дуже приємна його популярність, адже за знаннями приїжджають з таких відомих лабораторій і великих пивзаводів, як «Рівень» і «Жашківський кабан». Пишаємося відгуками досвідчених фахівців. Зокрема, завідувач лабораторії «Рівня» сказала, що була на багатьох курсах, але у нас отримала найбільше інформації.

В університеті ж я викладаю загальну біотехнологію та біотехнологію харчових продуктів і напоїв. У нас є практичні заняття, на яких студенти варять пиво. Для них воно найсмачніше у світі, адже створюють його вони самі. Дегустуємо і визначаємо дефекти, робимо тести і ранжування, визначаємо, хто як сприймає солоно, гірко, кисле.



До речі, є гостра необхідність у підготовці дегустаторів, тобто курсу, який би дав навички дегустації пива, та й не тільки пива. Було б перспективно організувати проведення 1-2-денних курсів для барменів, пивних сомельє і всіх, хто хоче розбиратися в пиві. Особливо доречні такі курси напередодні чергового Дегустаційного конкурсу East European Beer Award, щоб підвищити рівень кваліфікації пивних суддів. У межах співпраці з конкурсом ми плануємо найближчим часом організувати масштабне навчання дегустаторів, зокрема, провести кілька одно- та дводенних семінарів. Тим паче, що фахівець високого класу в нас є, і це Валентина Микусевич.

Дуже малими кроками, але вперед!

Beer. T.&I.: Що зараз популярне серед українців? Чи розвивається культура споживання?

Ю.К.: Дуже малими кроками, але культура споживання йде вперед. Люди вже почали відрізняти кисле, солоне, солодке пиво, орієнтуватися в назвах і стилях. Спостерігається тенденція до зацікавлення оригінальністю. От зараз у ТОПі – Tomato Gose з використання незвичних спецій. Нині всі варять томатний гозе, і це пиво гарно сприймається споживачем.

Ми теж не стоїмо на місці: до Хеловіна варили гарбузовий ель, а до Різдва готується імперський стаут «Імбирне печиво». Між іншим, для мене будь-які стаут залишаються незмінним пріоритетом – я їх обожаю.

Beer. T.&I.: Чи є Litopys на торговельних полицях?

Ю.К.: Були пропозиції від великих магазинів, але, на жаль, ми не витягнемо потрібні обсяги. Тобто для того, щоб бути на полицях, бренду потрібно йти до когось на контракт. Натомість ми хочемо зробити нашу пивоварню саме локальною, щоб люди їхали до нас на пиво. Але при цьому ми співпрацюємо з пабами України. Відверто кажучи, Київ перенасичений пивом, а за його межами споживач ще не балуваний, і зацікавленість дуже велика. Контрактники й пивоварні з інших міст – Одеси, Львова, Івано-Франківська – хочуть потрапити до Києва, а ми навпаки – їдемо до них. Наша продукція дуже гарно смакує у Львові, Тернополі, Дніпрі тощо. В Києві ми теж є в топових крафтах, кегах, бо знаємо, куди ходить наш поціновувач.

Водночас ми думаємо, як навчити людей розумітися на пиві, бо на віддалі 20-30 км від Києва у культурі споживання пива вже починається периферія. Так і чуєш: «А навіщо мені пити темне дороге, якщо поруч стоїть світле дешеве?»

Люди п'ють об'єм, а не якість. Якось один власник запросив мене на пивоварню і сказав: «Ось, дивись: у мене варильний порядок на 2 тонни. Чому пивовар не віддає мені 2 тонни пива? Пивовар поганий!». Я пояснюю, що є корисний об'єм, а є загальний. Корисними не можуть бути всі 2 тонни, адже необхідно знімати дріжджі, має бути пінна шапка, також треба, щоб десь накопичувався CO₂... Я розповідала все це, але було таке відчуття, що мене не чули. Тричі пояснювала, а потім розвернулася до пивовара та сказала:

- Ти ще не розливав?
- Ні.
- Доллеш водою, – кажу.
- Навіщо?
- Будемо робити 2 тонни, бо по-іншому я людині не поясню (жартує, – ред.).

Beer. T.&I.: Як впливають на формування культури споживання пива ваші дегустації та інші різноманітні заходи?

Ю.К.: Дегустації – це задумка нашого SMM-ника. До слова, саме йому належить ідея лінійки «Відьмака». Вже зварили три її сорти, і триватиме вона до літа.

З пивоварнею Malle ми стали дуже близькими друзями та вирішили, що будемо ознайомлювати їхніх споживачів з іще більшою кількістю сортів. У них відмінна



Бельгія, але вони працюють у суто бельгійському стилі. А їхні споживачі, які розуміються на крафті, просять інших сортів.

Ці всі презентації несуть більш інформативний характер. На всі зауваження звертаю увагу. До прикладу, про зварений сорт «Бризки Азову» всі сказали, що дуже смачно, але мало солі. У другій варці сіль була вже в більшому обсязі. Ми просто прислухалися до свого споживача. Зворотній зв'язок допомагає зрозуміти, в якій бік рухатись. А ще у споживачів виникають дуже цікаві ідеї.

Beer. T.&I.: Як ви ставитеся до Untappd?

Ю.К.: Оцінки можуть бути різними, адже це суб'єктивність і переваги уподобань. Але в контексті оцінки та відгуку, що вказують на якісь проблеми, для мене Untappd дуже корисний. Бували випадки, коли заклади просто не промивали лінію після ночі, і в Untappd це було видно. Тоді ми вже з'ясовуємо з баром, як не допустити повтору такої ситуації.

Beer. T.&I.: Яким ви бачите майбутнє Litopys?

Ю.К.: Звичайно, ми будемо рости та збільшувати обсяги. Плануємо, щоб через три-п'ять років на місці нашої невеликої броварні стояв величезний завод. І дотримуватимемося визначеної стратегії – поєднання традицій і сучасних технологій. Окрім постійних базових сортів, у нас обов'язково будуть цікаві та яскраві експерименти.





ІСТОРІЯ МЕРЕЖІ «ПИВОБАНК»:

ВІД СМІЛИВОЇ ІДЕЇ ДО ЗАХОПЛЕННЯ ПИВНОГО РИНКУ*

Найромантичніше походження

Історія виникнення мережі дещо незвична. Власники «ПивоБанк», подорожуючи Європою, завітали до квітучої Франції, де натрапили на затишний магазинчик крафтового вина. Акуратність дизайну, цікавий інтер'єр і ввічливий, професійний сервіс дуже припали їм до душі. Тож невдовзі з'явилася ідея створити свою мережу подібних магазинів. Але таку, яка продавала б крафтове пиво.

Перший магазин

1 вересня 2012 року, надихнувшись побаченим у найромантичнішій країні видовищем затишних магазинів, власники відкривають перший у країні «ПивоБанк». Він розташувався на вул. Слов'янська, 8 у Харкові. Крафтове пиво, що там продавалося, було нефільтрованим, непастеризованим і коштувало на 30-40 % дорожче за звичайне пиво з масмаркету. Нефільтроване було тоді настільки дивним для пересічного шанувальника пива, що все це, вкупі з ціною, здавалося людям дуже незвичним. Також поціновувачі, які звикли до термінів

придатності у пів року чи рік, дуже дивувалися, почувши, що пиво з «ПивоБанк» треба вжити впродовж тижня максимум.

Це все створювало певні труднощі в процесах продажу пива. До того ж не варто забувати про конкурентів, більшість з яких хоч і мали на той час вигляд «пивних кіосків» низького сорту, але все ж таки займали свій сегмент ринку, відтягуючи на себе аудиторію.

Перший «ПивоБанк» відчинився за всіма правилами сучасних пивних магазинів. Можна впевнено сказати, що на той час це був один з перших пивних магазинів, що мав настільки високі стандарти якості обслуговування, обладнання та зберігання продукту.

Консультаційна підтримка заводу Red Cat Brewery, використання холодильних камер, у яких утримувалася температура 2-6 °C, розташування в будівлі замість пластикового чи фанерного ларьку, новий і чистий інтер'єр, ввічливий та обізнаний персонал... Усе це переважувало пересічну точку продажу пива у нове, дуже приємне для клієнтів місце.

Перший «ПивоБанк» став початком нового формату охайного та

стильного пивного магазину. За 3 роки роки, з 2012 до 2015-го, мережа виросла до 30 магазинів. А в період 2015-2018 рр. набула фактично того вигляду, який ми знаємо сьогодні – більше за півсотні торгових точок.

Бізнес старого формату

«ПивоБанк» відповідально підійшов до вибору асортименту, щоби смаки напоїв на кранах не дублювалися, надаючи клієнтам різноманіття вибору. Згодом кількість доступних сортів збільшувалася, а в асортименті магазинів зростала присутність крафту від Red Cat. У сьогоднішній кожен магазин мережі «ПивоБанк» має від 18 до 20 варіантів різноманітних напоїв: пиво Red Cat, декілька сидрів, регіональне пиво, а також лимонад та інші напої. Але лівова частка завжди належить саме пиву.

«ПивоБанк» у період локдауну 2020 року

На початку весни 2020 року весь світ відчув, що таке коронавірус. І що таке локдаун. Україна не стала винятком, і це не могло не впли-

**Стаття підготовлена до друку до 24 лютого 2022 року і містить довоєнну інформацію*



нути на бізнес. «ПивоБанк» також зіштовхнувся з цією проблемою. Обмеження руху транспорту, зачинення багатьох закладів, тисячі людей, які почали працювати віддалено або взагалі пішли у примусову відпустку. Почалися складнощі, з якими ніхто до цієї пори не зіштовхувався.

Керівництво мережі, розуміючи всю складність ситуації, розробило антикризову стратегію, що складалася з різноманітних активностей у соцмережах, акцій, рекламних кампаній з проування бренду тощо. Ця стратегія допомогла «ПивоБанк» утриматися на хвилі, коли весь океан бізнесу переживав справжній шторм.

Весна та літо 2020 року пройшли більш-менш успішно. Але восени та взимку епідемія все ще не вгавала, й ентузіазм покупців, які досі були вдома без роботи, очікувано почав спадати. Все ж таки пиво та снеки – це не продукти першочергової потреби для населення.

Ще додався той факт, що гравці на цьому ринку наприкінці 2020

року почали дещо панікувати, переймаючись за свій бізнес у період економічного спаду. Це вилилося у лавиноподібний потік акцій, який почався в кінці 2020 року та тривав до кінця сезону 2021 року.

Подібне демпінгування погано вплинуло на індустрію загалом. У різних кутках міста почали з'являтися нові пивні точки. І все заради того, щоб зачинитися через декілька місяців. Зачиняли свої магазини і ті мережі, які не перший рік працюють на ринку. Далися взнаки примусово знижені ціни та купа акцій.

Наприкінці 2021-го та на початку 2022 року індустрія все ще переживала не найкращі свої часи. Складна епідеміологічна ситуація та перенасиченість ринку старими і новими гравцями зробили погану послугу. Але пиво – один із найдавніших продуктів, що винайшло людство. І інтерес до нього не може згаснути повністю. Тож, треба лише запастись терпінням і підвищувати рівень якості продукції та обслуговування – лише цей шлях бачиться справді логічним у вік споживання.

Плани на майбутнє

Аналізуючи ринок пива загалом і крафтового зокрема, керівництво «ПивоБанк» сформувало для мережі певні напрямки руху, які у майбутньому мають збільшити кількість клієнтів мережі та її асортимент, а також ще більше поліпшити якість продукту й обслуговування. Ось ці кроки.

НОВІ РЕАЛІЇ. У часи, коли з'явився перший магазин мережі, найочевиднішим і найбільш простим засобом продажу пива у роздріб був продаж «з рук у руки», безпосередньо в магазині чи ларьку. 2021 рік і карантин розширили обрії можливостей у сфері передачі товару споживачу. Тепер пиво, снеки та іншу продукцію можна замовити на офіційному сайті – <https://pivobank.ua/>. Компанія планує і далі розширювати перелік своїх товарів і послуг у сфері онлайн-торгівлі.

НОВИЙ ФОРМАТ. Хоча «ПивоБанк» і був одним з перших, хто започаткував нинішній стиль пивних магазинів, але настав час робити ще один крок вперед. Саме зараз мережа випробовує нові продукти та пропозиції, нові варіанти інтер'єру та нові послуги. Деталі нового образу поки тримаються в таємниці, але вже зараз можна сказати, що мережа все далі відходить від стандартного зображення пивних магазинів нульових років.

ПРОСУВАННЯ ІДЕЇ ФРАНЧАЙЗИ. Мережа магазинів «ПивоБанк» відкрита до пропозицій від інших підприємців, які бажають долучитися до пивного світу під стягом «ПивоБанк». Умови та деталі співробітництва завжди можна обговорити з директором мережі або його заступниками.

Нові засоби торгівлі, нові формати, нові послуги, нові сорти пива. Лише постійний рух і самовдосконалення дозволять гравцю на ринку пивної продукції утриматися на цій хвилі. І «ПивоБанк» як один з найдавніших і найкрупніших гравців у сфері українського крафтового пива розуміє це, як ніхто інший.



м. Харків

pivobank.ua



ТРАДИЦІЇ ТА ТЕХНОЛОГІЇ: НА ПЕРЕХРЕСТІ УСПІХУ*

160 років з часу заснування цього рідч відзначає один з найдавніших пивоварних заводів України – Бердичівський. Про секрети успіху пивоварні тривалістю у століття журналісти проєкту Beer.Technologies&Innovations дізнавалися з перших уст безпосередньо у самому серці пивоваріння Житомирщини.

У центрі невеликого містечка Бердичів споконвіку стоїть пивоварня, яку знають не лише місцеві поціновувачі бурштинового напою. Її видно здалеку. Давня будівля зі славною історією, але з сучасним обладнанням. Заснував завод у 1861 році чех Станіслав Чеп. Чи міг собі уявити засновник, що через майже 160 років його дітище й далі справно функціонуватиме на противагу іншим п'ятком броварням, які колись були у Бердичеві?

Домовляємося про зустріч із місцевими пивоварами, бо ж хочеться на власні очі побачити процес творення пива і привідкрити завісу таємничості для читачів журналу. Розпочинаємо знайомство з музею броварні, де нас зустрічає **пивовар у другому поколінні, директор підприємства Володимир ЛІПЕЦЬКИЙ**. На його переконання, є чотири кити успішного пивоваріння: солод, холод, вода і совість – ось основа та принципи, неухильне дотримання яких гарантує якість бурштинового напою. І плюс технологія – стара, перевірена століттями, та нова, з застосуванням сучасного обладнання.

– Наш завод працював завжди, навіть у Другу Світову війну, не припиняючи свою роботу, – каже директор броварні Володимир Ліпєцький. – І після війни теж. І в перебудову, коли вирубувалися виноградники та знищувалися хмільники, ми теж втрималися і маємо те, що маємо.

Очевидно, втриматися допомогло те, що завжди на підприємстві працювали люди, які любили свою справу та

робили її якісно. Свого часу пивоваріння стало справою життя для батька пана Володимира – Леона Ліпєцького, який згуртував довкола себе однодумців, які так само, як і він, вболівали за справу.

– Батько був директором з 1980 до 2016 року. Очевидно, що справа його життя вплинула і на мій вибір фаху, – зазначає директор пивзаводу.

А щоб справа батька продовжувалася успішно, треба дбати про підприємство та розвивати його. Впровадження новітніх технологій і збереження традицій – це те, що в пріоритеті бердичівських броварів.

– Ми щороку вкладаємо значні кошти в оновлення технічного парку та технологічного процесу. Це надзвичайно важливо. За час існування пивоварні ми не зупинялися ні разу, і за 5 років мого керівництва вдалося зробити дуже багато: від силосів – до сучасної фільтрації. І зараз монтуємо нове лагерне та бродильне відділення для того, щоб збільшити потужності. І усе це ми робимо, дотримуючись класичних технологій відкритого бродіння, – розповідає Володимир Ліпєцький.

Ось ця класика неможлива без використання якісного солоду, який у Бердичеві виробляють самі. Солод – це основа, без якої не зварить пива.

– У нас є власна, дідівська солодовня, де солод виробляється токовим методом і перевертається дерев'яною лопатою. Він найвищого ґатунку! Наш солод за собівартістю дорожчий, аніж той, який ми докуповуємо, але це справжня якість! – пишається директор Бердичівського пивзаводу.

На думку директора, місцеве пиво завжди має готуватися з місцевого солоду та хмелю. Саме тоді воно буде яскравим і оригінальним. Але власного солоду для виготовлення 13-ти сортів пива, які є нині в асортименті броварні, не вистачає, тому роблять купажі з купованим у перевірених місцевих виробників.

**Стаття підготовлена до друку до 24 лютого 2022 року і містить довоєнну інформацію*



| У серці пивоварні

Щоб на власні очі побачити складний процес, результатом якого стає смачне й ароматне пиво, вирушаємо у приміщення, зачинені від стороннього ока, де відбувається справжнє таїнство. Невеличку екскурсію у серце пивоварні нам проводить **головний технолог броварні Тамара САВЧУК**:

– Взагалі, бердичівське пиво – унікальне у всьому, ми зберегли всі свої традиції та поєднали автентичність із сучасністю. Ми досі працюємо на давній токовій солодовні, їх в Україні вже практично не залишилося. Солод ми отримуємо максимально хорошої якості. І наше пиво має свій смак, своє лице.

Складових успіху тут є декілька, один з них – вода. Підприємство має свою артезіанську свердловину, і для виробництва пива воду бере лише з неї.

Але найбільше пишаться у Бердичеві технологією відкритого бродіння, від якої в Україні відмовилися майже всі пивоварні. Адже технологічно це дуже складно.

– Але такого смаку, який дає відкрите бродіння, не можна добитися іншими методами, – каже головний технолог. – Складнощі виникають з дотриманням санітарних норм і гігієни виробництва. Ми наразі проводимо модернізацію за всіма напрямками, на заводі впроваджена система управління якістю та безпечністю харчових продуктів відповідно до двох стандартів – ISO 9001 і ISO 22000, тобто ми маємо бути впевнені, що наш споживач отримає гарантовано якісний і безпечний продукт.

Вирушаємо у бродильне відділення, де у велетенських чанах і відбувається процес відкритого бродіння. Тут не можна голосно говорити, гупати, кашляти. Бо пивні дріжджі дуже чутливі до чужої мікрофлори й можуть практично миттєво зреагувати. Навіть на запах парфумів. Тому це відділення закрите для відвідувачів. Температура повітря тут увесь час підтримується на певному рівні. Після того, як пиво добре збродить, його охолодять, дріжджі осядуть на дно. Далі пиво перекачують з цих чанів в інші ємності, де напій буде доброджувати, визрівати..

– Це класична технологія, де процес бродіння і доброджування розділений, і саме під бродінням називають складний процес біохімічного перетворення

речовин живильного середовища на нові продукти. І ці продукти, що утворюються при цьому, як правило, набувають зовсім інших якостей, часто стають ароматнішими і смачнішими, а власне спиртове бродіння, яке застосовують у пивоварінні, – це ланцюг ферментативних процесів, кінцевими продуктами яких є спирт і CO₂. А дека, яка утворюється на поверхні бродильних чанів, утримує вуглекислоту і не дає їй вивільнитися. Тому в пиві є все своє: і алкоголь, і вуглекислота. За відкритим бродінням дуже цікаво спостерігати, коли на першій стадії утворюється білосніжна піна, яка поступово починає підніматись і перетворюється на візерунки красивої форми. Внаслідок посиленого виділення хмелевих смол і їх окислення закрутки стають жовтувато-коричневого кольору, потім піна стає рихлою, досягає максимальної величини і починається стадія спадання закруток. Під кінець бродіння поверхня молодого пива залишається вкритою тонким шаром піни, тобто декою, бродіння закінчується і продукт називається молодим пивом. Таким чином, це напівфабрикат, який потребує подальшого поліпшення якості, тому що має грубий смак і не має товарного вигляду, тому його перекачують у лагерне відділення на дозрівання, – каже Тамара Савчук.

Тривалість дозрівання зброженого пива залежить від сорту та міцності напою. Так, до прикладу, 11-відсоткове пиво дозріває 21 добу, а фірмове «Леон», яке має 15,5% сухих речовин, – аж 65 дів.

| Фільтрація – основа стійкості

Нині на Бердичівському пивзаводі вдалося досягти рівня стійкості пива 30 дів без пастеризації. Це стало можливим завдяки модернізації лінії фільтрації, коли на попередньому етапі процесу старий рамний кізельгуровий фільтр замінили на сучасний – свічковий від компанії BILEK FILTRY.

Досвідчені пивовари знають, що мікробіологічна чистота – надзвичайно важливий момент у якості фільтрації. Цього на Бердичівському вдається досягти складним процесом фільтрації, одним з етапів якої є проходження через свічковий кізельгуровий фільтр.





– Цей фільтр повністю герметичний, тому не відбувається втрати вуглекислоти, і головне – він оснащений автоматичною системою контролю якості фільтрації, тому за біологічними показниками ми досягли бажаних результатів. Взагалі ж у нашій лінійці є 13 сортів пива: один темний, один пшеничний, решта – світлі, – каже пані Тамара. – Темне пиво вариться на трьох типах солодів, два типи солоду (світлий і темний) ми виготовляємо самі, а карамельний купуємо. Пшеничне пиво «Побердичівськи» вариться не на пшеничному солоді, а з додаванням пшениці, і зброджується низовими дріжджами. А от пшеничне «Голд», останній сорт нашого пива, іде врозріз з нашою лінійкою, бо ми притримувалися класики, а це пиво – виняток, адже зварене зі спеціями. Ми захотіли омолодити нашого споживача, бо вважається, що класичне пиво – для старшого покоління, а це пиво більш молодіжне: з апельсиновою цедрою, коріандром, а охмеління проведене спеціальним сортом хмелю Ксанта, що має унікальний склад гірких речовин ефірної олії та ксантогумолу, який використовується як для надання гіркоти, так і аромату. Він утворює в пиві дивовижний букет благородної пікантної гіркоти. Має насичений пряно-квітковий і цитрусовий аромат, що домінує з солодкими тонами тропіків.

І який би сорт пива не варили на Бердичівському пивзаводі, тут неухильно дотримуються одного правила – чистота! Бо чистота – це якість, чистота – це здоров'я, чистота – це запорука успіху й відповідність до високих вимог стандартів ISO. Для підтвердження цих стандартів і підтримання чистоти на належному рівні на заводі побудували централізовану станцію мийки, з допомогою якої промивається уся система: лагєрні танки, трубопроводи подачі пива, фільтри, форфаси та машини розливу. Весь процес мийки та дезінфекції обладнання проходить в автоматичному режимі без впливу людського фактора. Оператор лише обирає рецепт мийки, вмикає систему і далі весь процес мийки відбувається автоматично.

Про тонкощі роботи фільтраційної лінії говорить **Сергій ПРУС, директор компанії «Сектор Технологій», офіційний представник компанії BILEK FILTRY в Україні:**

– Цьогоріч ми замінили фільтраційне обладнання на підприємстві. Цей проект передбачав встановлення нового кізельгурового фільтра, оснащеного автоматичною системою контролю якості фільтрації пива, а також облаштування нової автоматичної установки CIP для мийки та дезінфекції основного технологічного обладнання. Окрім того, ми замінили ряд технологічних трубопроводів і розподільчих панелей. Наша команда працювала в тісному контакті з технічним директором і головним технологом пивзаводу. Разом ми зробили велику справу – реалізували проект у стислі терміни без втрати виробничої потужності підприємства у пік сезону продажу пива.

Сучасна технологія фільтрації відбувається з допомогою так званих опорних свічок з нанесеним кізельгуром, через які проходить напій. Самі ж свічки – це металева конструкція з навитого за спіраллю дроту, щільність якого сягає 0,45-0,5 мікрона. Цього достатньо для того, щоб стримувати кізельгур різної фракції на поверхні свічки.

– І ця свічка, порівняно з іншими методами кізельгурової фільтрації, – стабільна, не порушує геометрію, тому що вона витримує тиск більше 6-ти бар. Коли відбувається намівання кізельгуру та подальша фільтрація, діаметр свічки збільшується разом із намитим кізельгуром. Відповідно, ми збільшуємо площу фільтрації, це подовжує її тривалість, гарантує більший ресурс цього процесу на одній наливці і, відповідно, покращує самі показники якості. А оскільки конструкція жорстка, ми не маємо порушення фільтраційного шару, у нас не проходять дріжджові клітини в результаті перепаду тиску, що буває на фільтрах інших конструкцій, – зазначає Сергій Прус.

Свічні кізельгурові фільтри – це сучасна, новітня технологія, досконаліша за попередню. Завдяки їй застосуванню у Бердичеві на виробництві пива досягають потрібної чистоти фільтрату у межах від нуля до 5-ти дріжджових клітин на 100 мл пива.

– Ці фільтри використовують багато компаній в Україні. Колись ця технологія була недоступна для маленьких пивоварень, оскільки була надзвичайно дорогою. Зараз завдяки компанії Bilek Filtry таке обладнання оптимізоване і використовується у менших габаритах. Є можливість мати фільтри невеликої потужності, щоб забезпечити таким типом обладнання навіть маленькі пивоварні. Тепер практично кожна пивоварня може дозволити собі такий фільтр, – розповідає директор компанії «Сектор Технологій».

Завдяки встановленню цього сучасного обладнання час підготовки лінії до процесу фільтрації скоротився вдвічі. Автоматична мийка забезпечує належну чистоту усіх шляхів, якими в підсумку пройде пиво. І оскільки вона повністю закрита, то вивільняє робочі руки, мінімізуючи участь персоналу заводу у процесі підготовки до фільтрування. Ну і, звичайно, це лише перший етап, після якого пиво подається на обезпліднюючу фільтрацію перед розливом. І саме належне дотримання усіх етапів очищення у підсумку дає той очікуваний результат – збільшення терміну придатності пива.

– Найголовніше полягає в тому, що це фільтрація, яка забезпечує мікробіологічну стійкість пива. Також ми можемо впливати і на колоїдну стійкість, якщо ми будемо застосовувати препарат для відсіву колоїдних речовин. Це сучасне рішення для невеликих пивзаводів, які раніше не могли собі дозволити цього обладнання, – зазначає Сергій Прус.

Установка фільтрації – це закрита система. Велика перевага порівняно з тим, що було, полягає в тому, що тут немає додаткового окислення через контакт з повітрям. Установка фільтрації миється у закритому циклі (CIP мийка) і завдяки цьому можна підтримувати мікробіологічну чистоту обладнання.

– Це відділення побудоване з нуля, – каже головний технолог Тамара Савчук. – Централізована станція мийки – це наша гордість, ми довго до цього йшли, бо це один із важливих моментів, як саме ми повинні підтримувати санітарію. Ця станція в автоматичному режимі на сучасному рівні промиває все наявне обладнання. Ми повністю унеможливили людський фактор, який часто впливає на якість і ефект мийки.

Солод, холод, вода і совість – ось запорука успіху роботи броварні. А у Бердичеві ще додають: і технології!

Богдана Трофимюк



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

ПІВОВАР BRASSERIE DE LA SENNE ШИМОН УРБАН:

ЛОКАЛЬНЕ ПИВО ДЛЯ БРЮССЕЛЬЦІВ



Брюссельська пивоварня Brasserie de la Senne – учасниця традиційного українського фестивалю Craft Beer & Vinyl Music Festival у Львові, організатором якого є Театр пива «Правда». До слова, українсько-бельгійська пивоварна співпраця розпочалася ще 5 років тому, тоді результатом творчого колабу Brasserie de la Senne і Театру пива «Правда» стали сорти Taras Boulba. Lviv Edition і «Сезон з додаванням кукурудзяних пластівців і жита». У 2020 році вийшов спільний сорт під назвою Schieve KOLOS, який став досить популярним і увійшов до лінійки постійних сортів. Цьогоріч під час фестивалю журналісти проєкту Beer.T&I поспілкувалися з пивоваром Brasserie de la Senne Шимоном УРБАНОМ про пабну культуру Бельгії, виклики пандемії та перебудову пивного ринку Бельгії.

Екскурс в історію

Ще в 1950-60-х рр. у Брюсселі було багато пивоварень, адже локальні броварні забезпечували пивом свій житловий район. Проте трапилося так, що у 2000 році на весь Брюссель залишилась... одна-єдина пивоварня.

– Що до цього призвело? У 1970-90-ті роки великі пивоварні, як-от InBev, поступово витіснили маленькі локальні районні. Можливо, через те, що вони надавали кращу логістику, доступнішу ціну, те чи інше обладнання або ж парасольки... Потім мої керівники, засновники пивоварні Brasserie de la Senne, вирішили відновити локальне пиво і відтворити ідею «пиво для брюссельців», – розповідає Шимон Урбан.

Історія пивоварні Brasserie de la Senne розпочалась у 2010 році. Спочатку засновники самі розвозили пиво у ящиках до барів і ресторанів, спілкувалися з власниками пивних закладів і офіціантами, знайомили людей з власним пивом.

– Це та інформація, яку ти можеш отримати персонально, це не просто натиснути кнопку «замовити», це те, що вже втратили великі компанії. Це важливий обмін інформацією між менеджером і власником пабу, – додає пивовар.

Ці двоє власників у хорошому сенсі стали жертвами власного успіху: попит почав рости, і до початку пандемії коронавірусу 80% продажів належали саме Брюсселю. Це підтверджує ідею пивоварні про «пиво для брюссельців». Проте потім світ сколихнула пандемія COVID-19...



Пивоваріння VS виклики пандемії

Нині увесь світ переживає не найкращі часи, пивоварні й інші пивні заклади змінюють формат роботи. Вагому роль у пивному житті Брюсселя відіграє саме пабна культура.

Життя пересічного бельгійця сьогодні важко уявити без келиха пива, навіть в обідню пору. Тому любителі пива часто збираються у пабах.

– Паби і пабна культура у житті бельгійців, зокрема бруссельців, відіграє велику роль, люди часто випивають келих пива у пабі, який вважається місцем зустрічі. Особливістю нашої пивної культури є те, що люди мають свій улюблений домашній паб. Зазвичай це невеликий заклад, де може бути три-чотири столики. Люди спеціально не їдуть у паби в центрі міста, де радше збираються туристи, їм простіше піти у заклад неподалік від свого будинку та підняти келих зі своїми сусідами. Любителі пива можуть обговорювати спільні теми з сусідами, а бармен чи барвумен може знати, що тобі налити. Це створює свою атмосферу, – розповідає Шимон Урбан. – Проте у березні 2020 року усе докорінно змінилося.





Тоді уряд Бельгії закрити всі паби, що й вплинуло на ідеологію пивоварні. Сила Brasserie de la Senne – у пабах. Тому перш за все пивоварня вирішила забрати все пиво з пабів і у дистрибуторів: тоді власники забрали те, що залишилося, й сказали, що дистрибуція та паби їм нічого не винні.

Згодом місцева влада вирішила підтримати паби та не дати їм збанкрутувати, виплативши по 8000 євро кожному. Натомість ситуація в пивоварні була непростою.

– Паби отримали компенсації, а ми як пивоварня не отримали нічого. Ми могли переклеїти етикетки на кегах і додати ще рік до терміну придатності, але вирішили цього не робити, адже це обман клієнта. Перший локдаун тривав 4 місяці, і пиво спокійно його пережило, оскільки термін придатності продукту досить довгий. Після локдауну воно повернулося на ринок: усі були щасливі, клієнти поступово почали знову відвідувати паби, просити пиво. Завдяки цьому попит на пиво значно виріс, ми кегували щодня, – зазначає пивовар.

Проте настав другий локдаун. Пивоварня заставлена кегами, історія знову повторюється, власники знову забирають пиво з пабів і у дистрибуції. Цього разу локдаун тривав 7 місяців.

– Ми були змушені знищити пиво, адже термін його придатності закінчився. Для цього ми найняли спеціальну державну структуру, яка сертифіковано утилізувала все і повернула нам акциз, який ми вже сплатили.

Тільки уявіть: було знищено 200 тисяч літрів пива! Таку кількість напою могли б випити 400 тисяч людей, – коментує Шимон Урбан.

Перед пивоваренню виникло відразу кілька викликів і питань, зокрема відсутність диверсифікації та розширення географії.

– Ми задавали собі багато питань про залежність саме від кегового пива в Брюсселі та доцільність розширення географії продажів. Під час першого локдауну все було закрито, навіть транспортні компанії не працювали. Під час другого ми могли відправляти пиво в інші країни. На другому чи третьому тижні найсумнішого локдауну, коли було закрито все, пивоварів та інших працівників пивоварні змусило посміхнутися замовлення від «Сільпо», – пригадує пивовар.

Пандемія змінила культуру споживання. За словами Шимона Урбана, люди стали споживати більше локального пива вдома.

– Тепер, коли коронавірус уже трохи стих, ми постали перед новою проблемою: у нас недостатньо потужності. Тому найближчим часом обсяг виробництва з 1,6 млн л зросте до 2 млн л.

До слова, пивоварня експортує кегове пиво до 15 різних країн. Термін придатності напою – від 1 року. Стабільності пивовари досягли завдяки клопіткій роботі над стерильністю кегів, лабораторним дослідженням і працівникам, які захоплені своєю справою.



Свого часу знайомством з бельгійським крафтом надихнуло засновника Театру пива «Правда» Юрія Заставного відкрити власну пивоварню.

– Це історія, яка почалася, напевно, років вісім тому на залитій сонцем терасі в Брюсселі, за декілька кроків від маленького кафе *Roesnellekelder*, що в перекладі означає «Підвальчик Пошинеля». В цьому кафе було 140 сортів розливого пива. Побіжно дивлячись на меню, я побачив назву *Taras Boulba*, що мене дуже здивувало. Я не розумів, що взагалі відбувається: до чого Тарас Бульба в центрі Брюсселя? Я спробував це пиво і воно мене справді вразило, адже я ніколи не пробував пиво такого типу, хоча колись навіть жив у Бельгії. Я тоді взагалі займався агробізнесом, але в цей момент і народилася «Правда». Я вирішив дізнатися, хто варить це пиво, і запитати: «Чому ти вариш пиво *Taras Boulba*?» Пивоварня *Brasserie de la Senne* знаходилася стіна до стіни зі старим брюссельським цвинтарем. Власник цієї пивоварні, Бернар Лебук, здивувався: чому хлопець у костюмі, з краваткою, з далекої для нього України приперся в це віддалене місце і

щось запитує. Зрештою, він якось прохолодно розповів мені, що його пивоварні всього лише шість місяців, а раніше Бернар орендував пивоварню в іншому місці... Згодом у мене настав новий період у житті, і на той час ми товаришували з Холдингом емоцій *!Fest*. Тоді *!Fest* уже вирішив питання шоколаду та кави у Львові, але питання ще одного класичного львівського продукту, пива, залишалося невирішеним. Тому ми домовилися відкрити пивоварню.

На бізнес-план ми витратили 15 хвилин і одну сторінку в Excel. Потім усі разом поїхали в пивну подорож до Брюсселю і знову потрапили до власника *Brasserie de la Senne* Бернара Лебука. Але цього разу розмова була серйозніша. Ми просили Бернара, щоб він зробив нам технічну підтримку, адже ми ось-ось збиралися стати крафтовими пивоварами. На наш подив, Бернар погодився і сказав: «ОК, я приїду до вас у середині січня наступного року». Ця розмова відбулася влітку, мабуть, він сподівався, що ми забудемо про цю ідею. Але в листопаді ми йому про себе нагадали, він приїхав і саме так розпочалася історія Театру пива «Правда».

НОВІ РЕСТОРАНИ-ПИВОВАРНІ ТА ТЕХНІЧНІ РІШЕННЯ ДЛЯ КРАФТОВОГО БІЗНЕСУ

Приблизно 7 років тому в Україні розпочався бум крафтового пивоваріння. Нові ресторани відкриваються навіть зараз, не в найкращий для розвитку такого бізнесу час. Деякі ветерани руху залишаються на плаву та процвітають всупереч карантинній кризі. Серед них – мережа Craft&Cumpel (Львів), Varvar Bar, Drunken Monkey Bar (Київ) та інші. Згадані три проекти об'єднує те, що вони належать культовим пивоварням Kumpel, Varvar Brew і KF Brewery. А також те, що з ними працювала наша компанія – mBev (MagNum-beer). Як підрядники ми проектували та встановлювали системи розливу пива для цих і багатьох інших закладів, а 2021 року допомогли відкрити кілька ресторанів-пивоварень. Хто, якщо не mBev, знає секрети невдачі та успіху крафтових пабів?

Чи справді так легко відкрити крафтовий бар?

Багато закладів, що функціонували впродовж тривалого часу, працюють, як і раніше, але чимало пабів припинило роботу. Причина не лише в локдаунах: недостатньо уваги звертали на обладнання й дизайн, а також на загальну концепцію крафтового бару. Багато хто починав із підвалу, в якому поспішно зробили ремонт, поставили перші-ліпші пивні колони та крани, провели шланги до кеґів, ввімкнули дет-метал... І «скисли» в цьому підвалі без подальшого розвитку.

Упродовж останніх 3 років крафтове пиво стало по-справжньому елітним товаром. Ціни в пабах різко зросли, і на закуски теж. Це необхідно для виживання бізнесу: без хорошої націнки пивбар існувати не може, як і без залучення нових гостей, адже лише завдяки фанатам крафту свій бізнес не розвинеш. І виявилося, що публіка не готова підтримувати український крафт із чистого ентузіазму. Люди хочуть за свої гроші отримати пристойний сервіс і приємні враження.

У пивному бізнесі важлива кожна дрібниця. Неправильно налаштували температуру зберігання – і пиво псується або занадто піниться на кранах. Подали надто багато CO₂ – теж з'явилася зайва піна та «колючий» смак. Якщо надто мало CO₂ – виникає недокарбонізація (таке було навіть у деяких шанованих пабах, які не пережили 2020 рік). Промивання системи розливу часто проводять раз на 3 тижні, щоб заощадити на зливах і хімікатах. Такі помилки псують смак пива, зводзячи нанівець зусилля пивовара. Якщо пиво несмачне, у гостей виникають питання: «Навіщо ми сюди прийшли? Невже це і є розхвалений крафт?»

Як зробити крафтовий бар популярним?

Як залучити клієнтів у пивний бар? Пиво потрібно не просто продавати, а правильно подавати: його смак та аромат мають бути свіжими, воно повинно бути правильною температури й карбонізації, без дефектів через окислення, погане охолодження або нерегулярне промивання системи. Ресторан-пивоварня повинен розкривати свою концепцію. Чому ви готуєте пиво? Що ви хочете сказати гостям? Яку атмосферу прагнете створити? Іноді, щоб виразити це, достатньо поставити правильну пивну колону. А інколи недостатньо, і доводиться додавати до дизайну залу інші технічні деталі.

Ми підбираємо обладнання для розливу з урахуван-

ням і характеристик, і зовнішнього вигляду. Ретельно продумуємо системи охолодження. Санітарну обробку організуємо так, щоб персонал міг легко і зручно її проводити, а також щоб втрачати на зливах якомога менше пива. Дизайнерські пивні колони та крани, деталі системи розливу, які видно з залу, – все це створює яскраве враження про заклад. У такий ресторан хочеться повертатися знову та знову. Обладнання в HoReCa безпосередньо пов'язане з маркетингом, і пивне устаткування в барі – обличчя закладу.

Багато крафтових ресторанів і барів, які ми облаштували, стали культовими. І ті, з якими ми працювали в 2021 році, вдало стартували. Поговорімо про них детальніше.

Beerteka (Одеса)

Beerteka в Одесі – ресторан-пивоварня й одночасно «пивна бібліотека» з найкращим українським та імпортом крафтом. Технологічний проект цього ресторану змінювався не раз навіть під час монтажних робіт і виявився найскладнішим в Одеській області.

Саме в Beerteka ми вперше зробили прозорий колдрум із підсвічуванням на «острові» посеред залу. Це красиво, але всередині все повинно мати бездоганний вигляд. Потрібно було дуже обережно розміщувати кеґи та деталі для системи розливу. Пивні помпи доставляють пиво на дві точки розливу: на «острів» із колдрумом і барну стійку з обмерзлою колоною.





Пивна колона з обмерзанням на 24 крани, зібрана з трьох секцій, – рекорд для України та Європи. Щоб отримувати та зберігати стільки льоду, постійно працює 3 гліколеві охолоджувачі потужністю по 1 кВт. Пиво, звичайно, замерзати не повинне – лід покриває колону лише зовні. За нею розташована пивоварня. Щоб лід не розтав, ми відгородили варильне відділення міцною прозорою стінкою.

| MAD BARS HOUSE (Львів)

У MAD BARS HOUSE є практично будь-який напій, і градус збільшується з кожним поверхом. Цей «п'яний будинок» був одним із найбільш амбітних і технічно складних проєктів, у яких ми брали участь. На декількох поверхах встановлене наше обладнання для розливу різних напоїв. Зараз ми говоримо про пиво, тому розкажемо тільки про систему розливу для Varvar Bar на першому поверсі. Так, тут ми знову працювали з Василем Микулиним – одним із найкращих крафтових пивоварів України. Пивна стінка на 16 кранів – це панель розливу, на якій працюють бармени. Інша пивна стінка – дегустаційна, для самообслуговування. Не звертаючись до барменів, гості можуть спробувати будь-який із 8 найпопулярніших сортів. Оплатити замовлення можна банківськими картками та мобільними сервісами через термінал одразу ж на стінці. Саме в MAD BARS HOUSE ми вперше в Україні реалізували такий проєкт.

Закупорювальна машина для пивних банок дає можливість гостям брати пиво Varvar із собою додому або в гості.



| Keller Holz Gastropub (Кишинів)

Keller Holz – один з найбільших виробників крафтового пива в Молдові. Нас запросили спроектувати та встановити пивну систему в новому кишинівському ресторані Keller Holz Gastropub у центрі столиці. Проєктування тривало майже 4 тижні, а монтаж – 2-3 тижні.

Найсвіжіше пиво надходить у кеґосховище безпосередньо з пивоварні. Ми зробили прозорий колдрум для кеґів із чотирма скляними стінами, зібрали та встановили нависну пивну колону на 20 сортів. Для нас це не так багато, але для Кишинева це рекорд. Такого асортименту в місцевих ресторанах ще не було, і підвісна колона допомагає показати його повністю. Це наша оригінальна розробка – горизонтальна труба з кранами, до якої під стелею протягнуті металеві труби з пивопроводами. Монтувати таку конструкцію непросто, але ми вже набили руку. Поруч стоїть така ж закупорювальна машина, як у MAD BARS HOUSE.

Зараз ми працюємо над другим рестораном Keller Holz і двома красивими пивними бутиками. Із mBev крафтовий бар під ключ – цілком реальне завдання. Ми – спеціалісти з пивного обладнання, тому знаємо, як багато від нього залежить. Навіть система розливу сама собою може стати головною прикрасою інтер'єру. Але в неї є і пряме завдання – без перебоїв наливати свіже пиво. Якщо ви цінуєте працю пивоварів, ми допоможемо донести їхній задум до гостей у первісному вигляді.

Денис Король, власник компанії mBev (Київ)



м. Київ,
вул. Алімпія Галика, 75Г
тел.: +38 067 009 80 09
m-bev.com
magnum-beer.com.ua
dk@m-bev.com



ПИВОВАРНЯ MAXIMUS, ГРУЗИЯ: **ПИВО** НУЖНО **ВАРИТЬ** ДЛЯ **ДУШИ**, А НЕ ДЛЯ КОММЕРЦИИ

| Секреты вкуса

Пять лет назад Николай Степанов переехал с семьей из Новосибирска в Грузию – на родину жены. В пивном деле он с 18 лет, в России уже имеет инвестиционные проекты пивоварен и свои специализированные магазины. И хотя в Грузии пивной рынок только в начале развития, они с женой и отцом жены решили продолжить бизнес – основали семейную пивоварню. Назвали свою марку именем младшего сына, родившегося в Грузии, – Максимум.

Грузинский проект развивается успешно, и постепенно крафтовое пиво пришлось по вкусу потребителям. Сейчас у Николая Степанова сеть магазинов с самым большим ассортиментом разливного пива в Грузии, насчитывающим 50 сортов: от масс-маркета – до крафтовых сортов со всего мира. Недавно открылись еще два крупных магазина, каждый из которых имеет 80 кранов для разлива. Также по франшизе работает пивной магазин «Рустави».

– Если финансовая модель франшизы ZGVA LUDI, что в переводе с грузинского языка означает «Море пива», рассчитана на окупаемость инвестиций за семь месяцев, то ребята в «Рустави» окупают свои затраты за три месяца, – утверждает Николай Степанов.

Продажи пива собственного производства в сети ZGVA LUDI занимают 40-50 %. Пиво от других производителей, по отзывам покупателей, в магазинах сети тоже вкуснее, чем в других местах продаж.

Николай охотно делится секретами вкуса:

– Во-первых, пиво мы продаем только в кегах и на разлив, потому что я противник всяческих стабилизаций, консерваций и т.д. Мы используем только воду, солод, хмель и дрожжи. Наше пиво хранится в холодильных камерах, никаких охладителей мы не используем. Во-вторых, мы строго контролируем санитарно-гигиенические нормы! Обязательная промывка всего оборудования проводится два раза в месяц. Мы промываем двухэтапно: надуксусной кислотой, а также щелочью, и это не считая промывки водой. У нас своя техническая служба. Средства санитарии берем у давних поставщиков через компанию DÖHLER.

| От чешского лагера – до APA

Сейчас бизнесмен углубился в тему создания еще одной пивоварни. Имея опыт, при проектировании нового

«После пива Maximus у вас не вернется язык назвать то, что вы пили раньше, «пивом», – слова одного из отзывов посетителей Maximus beer shop. Это мнение совпадает с мнением большинства людей, кто хоть раз попробовал пиво крафтовой пивоварни Maximus из Аджарии (Грузия), а ведь ей только четыре года! Но принцип приоритетности качества, который исповедует основатель пивоварни Николай СТЕПАНОВ, дает свои плоды. В Грузии Maximus знают, ценят и уважают, а фирмы-конкуренты уже понимают, что на пивном рынке страны появился талантливый игрок.»



производства он планирует сделать все быстрее и, конечно же, с учетом всех предыдущих ошибок.

– На самом деле, создание первой пивоварни прошло спонтанно, поэтому было допущено много ошибок, – откровенничает Николай. – Наша пивоварня построена на пустыре, где были только развалины складских помещений советской чайной фабрики. Возникли трудности, связанные с грузинской действительностью: дефицит строительных материалов, а также квалифицированных кадров для проектирования и строительства. Но в ходе работы мы все скорректировали и получили лучшее из возможного на тот момент. Главное, что сейчас наши допущенные ошибки не сказываются на качестве продукции.

Для нынешней пивоварни пивоваренное оборудование закупили в Чехии, там же обучали грузинских пивоваров. Затем внесли кое-какие доработки в чешскую технологию. По словам Степанова, приезжавшие в Грузию чехи даже удивлялись такому хорошему вкусу продукта Maximus.

– Я свой товар пью сам и с удовольствием, – рассказывает Николай. – Я знаю, что от нашего пива не будет никакого вреда, если употреблять его до литра в сутки. Оно даже полезно благодаря всем микроэлементам и аминокислотам, содержащимся в натуральном нефiltroванном пиве, а также дрожжевым клеткам, которые помогают микрофлоре кишечника.

Первым пивом Maximus был лагер чешского типа. Николай Степанов сетует, что изначально были допущены ошибки в санитарии и технологии. В итоге все заполненные танки он забраковал, из-за чего было утилизировано более 30 тонн пива.

После лагеря чешского типа был немецкий. Потом освоили полутемное пиво, темное, пшеничный эль, голден эль. С интересом апробируют на Maximus производство крафтовых напитков, например, APA и IPA.

– Наиболее продаваемый – фильтрованный лагер, – подытоживает Николай. – Многим нравится, что это пиво просто светлое, прозрачное, хотя я не сторонник этого.

Даже то, что фильтрация добавляет стойкости, для нашей модели бизнеса не особо важно. То, что нам нужно, – это надлежащее хранение и транспортировка при температуре не выше 4 °С.

Никому не поставляем наше пиво, кроме своей сети

Примечательно, что Николай Степанов не имеет специализированного образования. Все знания он получил из практики. Например, некоторые сложные крафтовые сорта пива варит самостоятельно. Сейчас, увы, на непосредственное пивоварение ему не часто хватает времени.

– Сложилось так, что мы никому не поставляем наше пиво, кроме своей сети, – говорит пивовар. – На других пива просто не хватает. А так как я категорически за качество, а не за количество, то никакие ускоренные брожения при повышенных температурных режимах мы не используем. У нас стоит небольшая варка на две тонны. Бывает, что варим круглые сутки.

Maximus – крафтовая семейная пивоварня, где во главу угла поставлено качество производимой продукции. Оно достигается за счет соблюдения традиционных технологий пивоварения, поддержания исключительной санитарии и гигиены на производстве и в точках продаж, правил хранения, перевозки, и реализации крафтового пива, а также использования сырья от ведущих мировых производителей. Строгое выдерживание всех мировых норм и правил обращения с пивом позволяют каждому клиенту попробовать настоящий вкус пенного напитка (будь то эль или лагер) и найти свой любимый.



На пивоварне Maximus пришли к однозначному выводу, что нужно расширять производство.

Еще одна из причин отказа от поставок в другие магазины – забота об имидже. Николай Степанов объясняет, что поначалу такие поставки были, но это плохо сказывалось на репутации. Клиенты просто напросто не соблюдают рекомендации по обращению с живым пивом.

– Наше пиво, – говорит Николай, – живое непастеризованное, оно как младенец, за ним нужно ухаживать. Мы возим его охлажденным, в рефрижераторах, реализовывать разрешаем только из холодильных камер. Оно требует безукоризненного соблюдения санитарии и гигиены. Но этого никто не делает. Поэтому пиво продавалось ненадлежащего качества. Для нас совершенно неприемлемо, чтобы люди говорили, что пиво Maximus кислое. Именно поэтому мы отказались от поставок кому либо, кроме наших фирменных торговых точек и сети магазинов ZGVA LUDI.

| Цена

Ставить цену выше на Maximus не собираются. Считают, что это приемлемо лишь для крафтовых сортов в каких-то ограниченных версиях, например к праздникам. Но есть свои «но»...

– К сожалению, люди в провинции не понимают разницу между обычным пивом промышленного типа и крафтовым. Это как «Запорожец» и «Мерседес». Если человек всю жизнь ездил на «Запорожце», то он не поймет, чем «Мерседес» лучше. Поэтому людям очень тяжело донести информацию, почему они за какой-то крафтовый сорт должны платить в два раза больше, чем они могут платить за пиво типа масс-маркет.

Понимая это, Maximus придерживается оптимизации цены. В магазинах пиво стоит от 3,9 лари (1,2 доллара).

– За такое качество это очень мало, – делится Николай. – Сейчас очень тяжело работать, учитывая падение курса лари и поднятие цен на транспорт, солод и остальные составляющие производства. А стоимость пива особо не поднимаешь, потому что крупные игроки держат цены примерно 3-3,3 лари. Но люди, которые разбираются в пиве, спрашивают, почему у нас так дешево.

| Составляющие

ВОДА. В Батуми очень мягкая, практически родниковая вода, которая идет из Мтиральских горных источников. Она очень хороша для пива. Кстати, использование минеральной воды, а не обычной, – это отличительная особенность всего грузинского пивоварения.



На пивоварне Maximus воду из источника, конечно, обрабатывают и подготавливают. Но ее уникальность позволяет делать эту корректировку минимальной. Анализ, проведенный в Европе, подтвердил, что вода имеет отличные характеристики.

ХМЕЛЬ. Хмель для производства пива на Maximus имеет обширную географию: Австралия, Новая Зеландия, Америка, Германия, Чехия. С постсоветского пространства хмель не используют, как и солод.

Работают напрямую с «Джон энд Бард» (Joh.Barth). Есть задумки делать интересные композиции. Николай привез хороший ассортимент новозеландского хмеля и солода и планирует сварить сорт пива Double IPA. Рецептура уже готова, остается найти время на эксперименты.

СОЛОД. Чтобы найти именно свой сорт солода, на пивоварне Maximus были опробованы линейки от разных поставщиков. Но остановились на бельгийском солоде от Castle Malting. Сейчас Maximus является представителем этой фирмы в Грузии.

ДРОЖЖИ. На Maximus используют софтверные дрожжи, которые разводят непосредственно у себя на производстве.

– Мы делаем так, как делали прадеды, но с учетом современных технологий, – рассказывает Николай. – Нельзя допускать дилетантства. Пиво – самый сложный в изготовлении алкогольный продукт, потому что малейшее отклонение в санитарии и гигиене – и все скиснет. Поэтому никаких «диких» дрожжей не должно быть.

ОБОРУДОВАНИЕ. В России Николай Степанов занимался инвестированием пивоварен. Огромные связи с поставщиками пригодились и для оснащения семейного производства в Грузии. Они взяли оборудование одной известной чешской компании. Его качеством на Maximus довольны: никакие сварные швы не лопнули, коррозии не пошло – все работает идеально.

– Самая главная составляющая – это четкое следование традиционному пивоварению и технологии. Пиво нужно варить для души, а не для коммерции, – говорит Николай Степанов.

| Вино VS пиво

Пивовары Грузии уже давно привыкли к вопросам о сравнении популярности вина и пива, ведь всемирно известно, что грузины славятся своим виноделием, гордятся и превозносят его. И складывается впечатление, что пиво в карте напитков играет роль второго плана. Но, по словам Николая Степанова, изучившего грузинские реалии воочию, не все так однозначно. Главным потребителем продукта он считает даже не туристов, а местное население. И делает ставку на развитие культуры потребления напитка. Хотя понимает, что это непросто: на тематических фестивалях, которые организывает Maximus, людей собирается немного. К примеру, пшеничное пиво в Грузии не популярно, хотя в мире занимает лидирующие позиции по росту потребления. А в целом характерно, что при выборе сортов для покупателя решающим фактором становится цена.

– Хорошо, когда люди понимают всю широкую гамму органолептики, которую дают все современные сорта пива. Но желание разбираться в этих нюансах не берется ниоткуда, его нужно прививать, – уверен Николай Степанов. – Ведь понимание качества вкуса напрямую связано с качеством жизни.



| Коллектив

Заведующий производством, тесть Николая, Бесо Руадзе – технолог по образованию. Под его руководством работает несколько пивоваров. Всего в коллективе Maximus – 46 человек. Огромное внимание Николай Степанов уделяет обучению персонала, поэтому все сотрудники магазинов отличают не только сорта, но и крепость пива.

Есть у Maximus свои закусовые. У жителей и гостей Батуми популярен фирменный бар на 26 посадочных мест – Maximus beer shop.

– Паб работает уже третий год и достаточно успешно, – с гордостью говорит бизнесмен. – Команда там не менялась с самого основания. Возможно, в будущем этот проект перерастет в большой пивной ресторан.

По духу для Николая Степанова ближе крафтовые мини-пивоварни. В них больше простора для творческих идей, усовершенствования. Все стараются отыскать свою интересную нишу. Например, в Тбилиси работают пивоварни-рестораны, а есть производители, которые делают разлив в бутылку и отправляют на экспорт. В целом, по мнению Степанова, в Грузии небольшой рынок, но интересный.

– Переехав в Грузию, я не потерял возможности для развития бизнеса, – подчеркивает Николай Степанов. – Работу в России я веду удаленно, там уже не требуется моего непосредственного присутствия. А что касается Грузии, то это замечательная страна с огромным потенциалом.

ОБИРАЄТЕ ОБЛАДНАННЯ ДЛЯ ПИВОВАРІННЯ?

«ТЕРМО-ПАБ» АКЦЕНТУЄ НА ОСНОВНИХ ПОМИЛКАХ І ДАЄ СЛУШНІ ПОРАДИ



Попри коронакризу та складну економічну ситуацію, пивоваріння в Україні розвивається. Серцем і великих, і малих пивоварень залишається обладнання. Журналісти видання Beer.Technologies&Innovations поспілкувалися з представником компанії «Термо-Паб» Олександром БАТАШОВИМ і розпитали про особливості вибору обладнання.

Beer.Technologies&Innovations: Як виникла ідея заснувати компанію з виготовлення обладнання для пивоваріння?

Олександром БАТАШОВ: Ідея щодо створення компанії з виробництва пивоварного обладнання виникла на крафтовій хвилі з усвідомлення того, що пивоваріння – це не тільки цікавий і прибутковий бізнес, а й, що важливо, бізнес творчий. У пивоварінні може реалізувати себе кожен, хто має натхнення та бажання варити або класичні сорти пива, або ж створювати власні крафтові.

На жаль, основна причина, яка не дозволяла багатьом талановитим пивоварам вийти за межі домашнього пивоваріння та реалізувати масштабні проекти, – це висока вартість обладнання. Тому другим важливим фактором у прийнятті рішення про створення такої компанії стало розуміння того, що якісне та надійне обладнання можна виробляти та пропонувати покупцям в Україні за розумні гроші. Ми дуже задоволені, що за відносно короткий термін діяльності компанії «Термо-Паб» ми допомогли втілити мрію тих, хто мав бажання реалізувати серйозний пивоварний проект.

Beer.T.&I.: Як довго тривало становлення компанії? Розкажіть про останні реалізовані проекти.

О.Б.: Становлення та визнання компанії «Термо-Паб» як надійного постачальника якісного пивоварного обладнання відбувалося досить швидко. Безумовно, початок діяльності для будь-якої компанії – це найскладніший етап, але ми змогли отримати і, головне, виправдати кредит довіри наших замовників. Після реалізації перших проектів і позитивних відгуків від наших замовників про успішний досвід співпраці з компанією «Термо-Паб» вбудовувати довірчі відносини з потенційними покупцями стало простіше.

Один з останніх проектів компанії, який хотілося б особливо виділити, має давню та цікаву історію. Упродовж тривалого часу і аж до 2008 року у місті Ніжин Чернігівської області діяв Ніжинський пивзавод, який був спадкоємцем пивоварного заводу Янса та працював у Ніжині з кінця XVIII ст. У 2021 році інвестори вирішили відродити пивоварне виробництво у приміщеннях Ніжинського пивзаводу. Безумовно, ми задоволені тим, що компанія «Термо-Паб» взяла важливу участь у такому знаковому проекті та відродженні пивоварних традицій у Ніжині.

Beer.T.&I.: Дайте поради щодо вибору обладнання.

О.Б.: При виборі комплекту пивоварного обладнання необхідно чітко уявляти, які обсяги пива ви зможете реалізувати на старті проекту та на які обсяги реалізації зможете вийти у середньостроковій перспективі. Такий підхід дозволить вибрати збалансовану комплектацію варильного відділення та необхідну кількість танків для ферментації та зберігання пива певного об'єму. У більшості випадків, якщо дозволяють параметри приміщення й електричні потужності, правильним підходом буде вибір варильного відділення з запасом продуктивності, щоб у подальшому воно не виявилось вузьким місцем у разі потреби суттєвого нарощування обсягів виробництва пива.

Відкриваючи пивоварню, пивовар повинен вибрати якісне та надійне обладнання, яке принесе задоволення від роботи на ньому, а не головний біль. Інше важливе завдання – якнайшвидше окупити вкладені в

пивоварне виробництво кошти. Компанія «Термо-Паб» пропонує пивоварне обладнання, яке повністю відповідає вищезазначеним вимогам.

Beer.T.&I.: У чому полягають особливості обладнання «Термо-Паб»? Чому варто працювати саме з вашою компанією?

О.Б.: Пивоварне обладнання компанії «Термо-Паб» виготовляється на власному виробництві в Києві лише з високоякісних матеріалів і комплектуючих, а також проходить ретельний контроль якості. Ми завжди зможемо запропонувати нашим замовникам найкращу пропозицію на пивоварне обладнання за критерієм «ціна-якість», а також зручний для покупця порядок розрахунків за обладнання, враховуючи розстрочку.

Beer.T.&I.: Яких помилок найчастіше припускаються пивовари при виборі та встановленні обладнання?

О.Б.: Вважаю, що це випадки, коли єдиний критерій, яким керується покупець, – це пошук мінімальної цінової пропозиції на обладнання, нехтуючи при цьому іншими важливими умовами, зокрема якістю металу, наявністю сертифікатів на комплектуючі, що використовуються при виробництві обладнання, та, зрештою, наявністю нормальних виробничих потужностей у постачальника. В результаті високі очікування на придбання якісного та надійного обладнання не справжуються, а радість від низької ціни триває набагато менше, ніж розчарування від поганої якості.

Щодо помилок у встановленні пивоварного обладнання, то для наших замовників цієї проблеми взагалі не існує. Покупець отримує від компанії «Термо-Паб» комплексне рішення з виготовлення, монтажу, пусконаладження, навчання персоналу роботі на обладнанні та його запуску в експлуатацію.

Beer.T.&I.: Розкажіть детальніше про сертифікацію вашого обладнання.

О.Б.: Відповідність пивоварного обладнання «Термо-Паб» вимогам технічних регламентів в Україні та документам зі стандартизації підтверджується сертифікатами відповідності продукції. Також для забезпечення можливості постачання обладнання до країн Європейського Союзу пивоварне устаткування «Термо-Паб» пройшло успіш-



ні випробування та сертифіковане у системі Conformite Europeenne відповідно до технічних регламентів і директив ЄС. Наявність цього сертифіката – обов'язкова умова при постачанні, адже вона гарантує споживачеві безпеку продукції.

Beer.T.&I.: Поділіться планами на майбутнє.

О.Б.: Головним і постійним завданням для себе ми вважаємо зміцнення конкурентних позицій компанії «Термо-Паб» як виробника якісного пивоварного обладнання, а це неможливо без впровадження нових технологій і технічної модернізації виробництва. Адже технології в пивоварінні постійно удосконалюються, потрібно вкрай швидко реагувати на потреби ринку та надавати замовнику конкурентоспроможні пропозиції.

Кожен новий пивоварний проект, який створює «Термо-Паб», ми завжди розглядаємо як початок, як запоруку нашого подальшого взаємовигідного співробітництва з замовником. Для нас найвища оцінка нашої роботи – створення таких партнерських відносин, коли наші замовники звертаються до нас втретє чи вчетверте, для збільшення виробничих потужностей діючої пивоварні або для реалізації нових проектів.

При цьому ми усвідомлюємо, що для того, аби досягти головної мети та стати лідером у галузі, потрібно ефективно реалізовувати стратегію розвитку компанії, постійно впроваджувати інноваційні рішення як у сфері виробництва, так і в методах роботи з замовниками.

Також хочу повідомити, що наразі в компанії провадиться активна робота над новим перспективним напрямком – розробкою обладнання для ректифікації та дистиляції міцних алкогольних напоїв. Ми розширюємо асортиментну лінійку такого обладнання, зокрема це аламбіки, безперервні бражні та ректифікаційні колони різної продуктивності, а також обладнання для вакуумної дистиляції.



+38 (067) 409 91 61

+38 (050) 845 80 90

www.termopab.com

www.instagram.com/termopab

www.facebook.com/termopab

ХМЕЛЬНОЙ НАПИТОК В ГРУЗИНСКОМ СТИЛЕ

НА ПИВОВАРНЕ BEVRI В АДЖАРИИ ВАРЯТ ПИВО ИЗ ТКЕМАЛИ И СТРЕМЯТСЯ ЭКСПЕРИМЕНТИРОВАТЬ С СОРТАМИ



Пивные традиции Грузии отличаются от украинских. Несмотря на то, что пиво в стране варили и пили издавна, до тех пор, пока Патриарх всея Грузии Илия Второй не благословил пиво как напиток для застолий, им поднимали тосты только за нехороших людей. Такая традиция в стране виноделия «прижилась» с давних времен, и только после благословения патриархом грузины постепенно прекратили поднимать «пивные» тосты за врагов и неверных супругов. С тех пор репутация хмельного напитка заметно улучшилась, ведь в христианской Грузии строго соблюдают религиозные каноны и заветы священнослужителей.

Впрочем, популярность пива растет и по причине появления в стране новых современных пивоварен и неординарных сортов напитка. Наверное, только в этой стране можно попробовать пиво из ткемали. Варят его на небольшой пивоварне Bevri в аджарском поселке Чакви недалеко от Батуми. И, как рассказывает **пивовар Александр МАКУРИН**, аджарские пивовары стремятся экспериментировать и, конечно же, удивлять.

От морских просторов – до пивоварения

Грузия – родная страна для Александра Макурина, хоть и родился он в украинском Донецке. Выбрав профессию моряка, со временем Александр все же вернул

ся на родной берег и сменил специализацию.

– В Батуми очень востребованы те, кто профессионально занимается ремонтом квартир, поэтому я решил попробовать себя в этом. Постепенно начал «раскручиваться», сделал один ремонт, второй... И так вышло, что в процессе познакомился с владельцами пивзавода. У них сделал ремонты в нескольких ресторанах, а со временем уже сам решил сделать что-то масштабное. И поскольку в нашей округе было очень мало производителей крафтового пива, мы решили открыть маленькую пивоварню, – рассказывает Александр Макурин.

К воплощению этой идеи подключился бывший киевлянин Алексей Иванюта, который много лет прожил в Грузии. Вместе начали обсуждать идею открытия пивзавода.

– Спочатку ми відкрили декілька своїх барів, потім загорілись ідеєю створити своє пиво. Але потім все ж сталося коронавірус, бари закрилися і залишилася тільки пивоварня. Ми активно почали розвивати це напрямлення, – коментує власник пивоварні.

Після тривалих пошуків придбали будівлю, провели капітальний ремонт. Обладнання замовили в Україні – в компанії «Пивоар» з Білої Церкви. І скоро пивоварня була готова до старту виробництва крафтового хмільного напою. Однак в амбіційні плани втручалася пандемія.

– Через дуже жорсткі обмеження, які на той час діяли в Грузії, ми ніяк не могли дозволити виробництво. Але тільки головний технолог компанії «Пивоар» Миколай Пономаренко зміг приїхати з України на налагодку обладнання, ми скоро стартували. В лютому минулого року разом налаштували все обладнання і зробили тестову варку. Я тим часом поступово набував всі необхідні знання і тепер самостійно варю пиво, хоч і не навчився цьому професійно. Але мені це дуже цікаво, – стверджує пивовар з Чакви.

Замість того приступити безпосередньо до варки, пивовари провели аналіз місцевої води. Пробу відправили в Україну, де спеціалісти підтвердили, що вона ідеально підходить для пивоваріння. Воду під якийсь певний стиль пива не готують. Але все одно завдяки її особливостям у пива з'являється особливий, грузинський шарм.

Персик, апельсин і ткемали

На Bevri варять пиво за традиційними рецептами. Але при цьому не бояться експериментувати, додаючи до традиційних складових оригінальні інгредієнти. Пивовари сподіваються, що такі експерименти допоможуть зацікавити крафтовим пивом широкий кола читачів, оскільки поки що в їх регіоні до ексклюзивного пива люди ще не занадто звикли. Незважаючи на оригінальність напою, багато споживачів віддають перевагу більш дешевому продукту.



– Якщо в звичайній пивоварні бочка розливного пива коштує приблизно півтора лари, то наше пиво в два рази дорожче. Відповідно, багато звичайних вибирають те, що дешевше. Тому дуже хочеться «сломати» цю традицію і познайомити людей з крафтовим напоєм, – розповідає Олександр Макурин.

Сейчас Bevri пропонує цінителям крафтових напоїв декілька сортів пива – як традиційного, так і дуже оригінального.

Традиційний лагер 4,8 % об. спирту готується з двох видів солода, дріжджів Fermentis і хмелю. Казалося б, в лагері немає нічого незвичайного, однак м'якість місцевої води надає йому особливу легкість.

За таким же базовим рецептом на Bevri варять бланш. Бланш 5,4 % об. спирту має тонкий аромат і приємний смак. Він легко п'ється і користується особливою популярністю серед тих, хто вже познайомився з продукцією пивоварні.

Варять на пивоварні ще один востребований серед любителів крафтового пива продукт – IPA. Він має насичений смак завдяки використанню декількох видів хмелю. Яскравий хвойний аромат IPA складно сплутати з іншими сортами.

Стандартним для IPA смаком і ароматом володіє і Session IPA. Оригінальний аромат також з'являється завдяки змішуванню декількох різновидностей хмелю. Різні його сорти додають при варці, коли продукт йде на вирпул, і після наповнення ЦКТ. Високо тримається Session IPA приблизно 20 днів.

Ще один ароматний і оригінальний напій – IPA Reach. Спочатку варять його як традиційне IPA, але потім, через 5-7 днів, додають персик. Приблизно пропорція – 100 кг подрібненого в блендері замороженого персика на 1 тону сусла. В результаті пиво виходить дуже ароматним і не схожим на звичайні сорти.



В ближайшем будущем на пивоварне намереваются расширить разнообразие продукции.

– Это было нашим изначальным замыслом – не просто варить пиво, а удивлять. Планируем делать это и дальше. Недавно хотели сделать сидр, который мы до сих пор никогда варить не пробовали. Тем более в нашей местности в яблочный сезон собирают много яблок хороших сортов. Однако пока что не нашлось подходящих дрожжей. Возможно, попробуем сделать это позже, – говорит пивовар.

Экспериментировать и удивлять

Грузинское пиво варят на украинском оборудовании. Установленное на производстве полуавтоматическое оборудование от белоцерковской компании «Пивояр» отвечает заявленному высокому качеству, говорит Александр Макурин.

– Оно не только высококачественное и эффективное, но и выглядит красиво. Мы установили чиллер, баки горячей и холодной воды, вирпул, суловарочный котел, фильтр, мойку, а также ЦКТ – четыре двухтонники и три на 1 тонну. Для меня важно, что на оборудовании очень удобно работать: легко отслеживать все процессы в ходе варки, просто ухаживать. Вероятно, я «почувствовал» оборудование еще на этапе сборки, поскольку принимал в ней непосредственное участие. Впоследствии это очень помогло быстро со всем разобраться и научиться варить пиво, – отмечает пивовар.

Рассказывая об оборудовании, Александр Макурин отмечает удобство конусной системы для брожения. Благодаря такой структуре после брожения мутная и густая масса остается ниже крана, из которого забирают пиво. Потеря небольшая, зато работать так более удобно.

Сама пивоварня небольшая: за сутки здесь можно сварить около 1 тонны пива, а за одну варку – 500 л. Варка длится около 14 часов, и после того, как пиво

отправляется на фильтрацию, можно сразу закладывать вторую.

– В основном работаем вдвоем с Алексеем, во время варки помогает еще один человек. Разумеется, перед варкой все тщательно дезинфицируем, чтобы предотвратить попадание бактерий. За время работы убедились, что варить лучше всего по 500 литров. Если заполняем двухтонник, то рассчитываем так, чтобы варить три дня по 650 литров. А заполняя тонник, за один день делаем две варки по 500 литров. Так нам проще работать, – говорит Александр Макурин.

В Грузии сложно найти отечественный хмель и солод, поэтому продукцию для пивоварения на Bevri покупают за рубежом – в Европе и США. Кстати, украинский солод на производстве тоже используют.

Площадь пивоварни – около 250 квадратных метров, однако при желании производственные площади можно расширить. Тем более что пивовары открыты для последующих экспериментов и, соответственно, расширения линейки сортов.

– Нам очень хочется экспериментировать. Поэтому планируем установить маленький ЦКТ. Тогда при каждой варке можно оставлять по 50 литров суслу, чтобы испытывать новые сорта – варить пиво, скажем, из бананов или клубники... Если получится вкусно, позже можно будет закладывать большую варку новинки. Конечно, сейчас у нас есть оригинальные сорта, но все же хочется надеяться, что вскоре сможем тестировать новые виды пива, – отмечает пивовар.

Важной задачей для аджарских пивоваров на ближайшее время является не только расширение линейки сортов, но и активная работа над маркетингом. Рынок сбыта продукции постоянно расширяется: продукцию Bevri реализуют во многих заведениях Тбилиси и Батуми, покупают ее и местные ценители крафта. А вот туристы к пиву пока что только «приглядываются». Но, несмотря на то, что Грузия испокон веков славится виноделием, пивовары из Чакви уверены, что их продукция вскоре будет удивлять все большее и большее количество людей, которые стремятся узнать, что же это такое – настоящий грузинский стиль в пивоварении.

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.

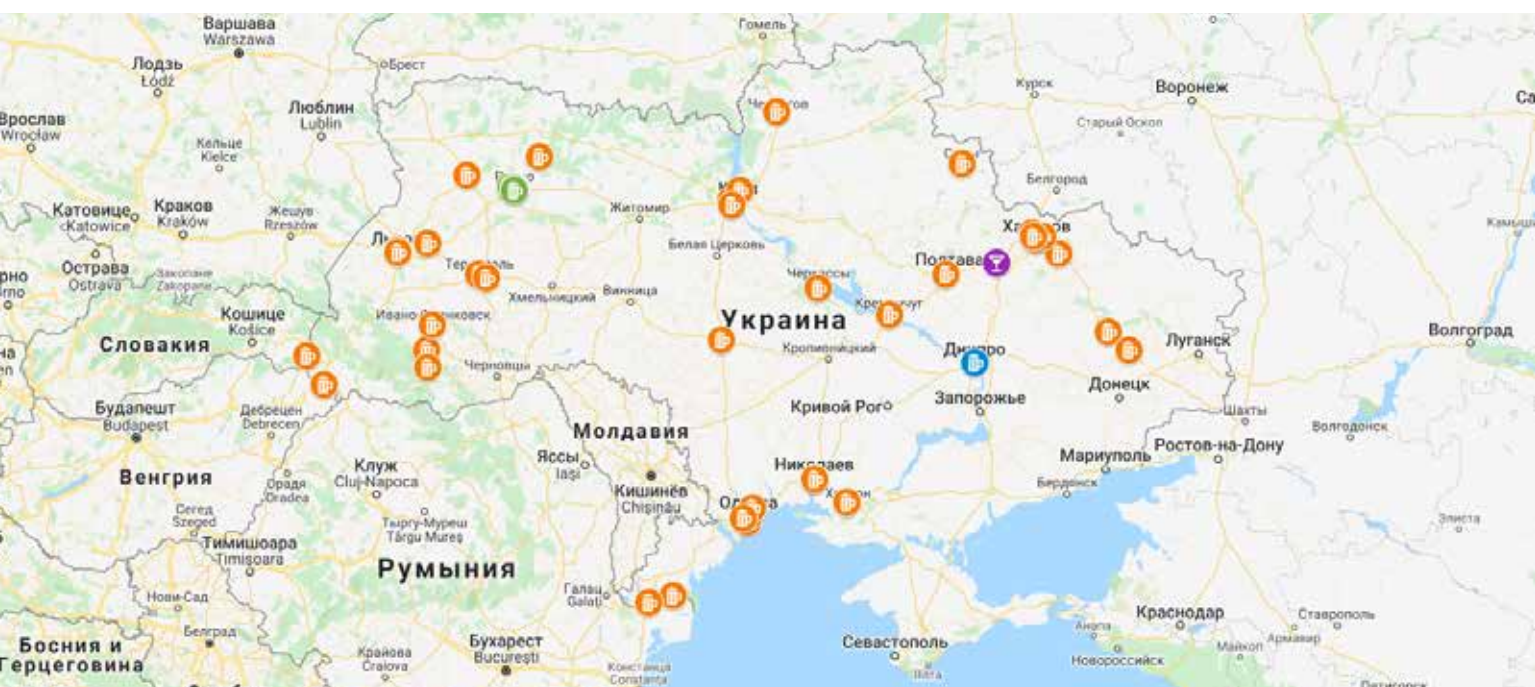
На сторінках каталогу – у паперовому та електронному варіантах – пивоварні мають можливість детально розповісти про свої найкращі пива, а також заявити про перемоги на різних дегустаційних конкурсах в Україні та за кордоном, зокрема на Дегустаційному конкурсі East European Beer Award 2017-2020 років,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

Відтепер всі, хто цікавиться пивом і пивоварінням, хто полюбляє 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.

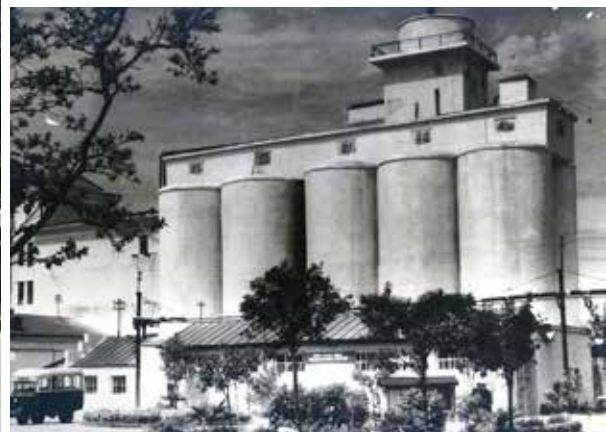


Паперову версію пивної мапи вже завершено, є можливість замовити книги для розповсюдження.

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».



БАТУМСКИЙ ПИВЗАВОД: ПИВОВАРЕННЫЕ ТРАДИЦИИ ГРУЗИИ



Пивзавод в Батуми хорошо известен не только жителям города, но и многочисленным туристам. Сегодня это не просто пивоваренное производство, а культурное достояние страны. Завод, который работает 365 дней в году вот уже 70 лет, все эти годы остается верным своей первоначальной стратегии – варить только один сорт пива по выверенному рецепту. Не изменила этой традиции и модернизация предприятия в 2016 году: здесь до сих пор можно попробовать разливное светлое пиво в лучших традициях советского «Жигулевского».

Чем особенно интересен мир пивоварения – это разнообразием. В нем прекрасно уживаются самые смелые эксперименты, калейдоскоп сортов и старая добрая классика. Одновременно с востребованностью крафтовых пивоварен успехом пользуются и привержен-

цы классики.

Однако есть и нечто объединяющее в таких разных подходах – это качество продукта, обусловленное новым мощным оборудованием, произведенным с помощью инновационных технологий.

| Назад в будущее

Batumuri, безусловно, ценен и интересен своей историей. Еще в 1937 году в Батуми начали строительство завода пива и безалкогольных напитков, на территории которого уже в 1951 году начала работу пивоварня.

Со временем мощности пивзавода увеличили, и в лучшие времена он выпускал около 700 тыс. дал пива. А вот в девяностые годы производство пива очень снизилось. Предприятие переживало кризис, а в 2003 году и вовсе была разрушена заводская солодовня. Завод нуждался в серьезной реконструкции, но к тому моменту уже был включен в список культурного наследия страны. Поэтому здание и оборудование такими, какими их воздвигли 70 лет назад, можно увидеть и сейчас. Вскоре здесь обнесут музей пивоварения.

И даже в таком состоянии **владелец и генеральный директор компании Нана ДЖАНЕЛИДЗЕ** только поддерживала пивоварню в рабочем режиме с профессионалами-специалистами и рабочими завода, но и решила построить новый завод по европейским стандартам. В реализации этого проекта помогли Банк Грузии и Европейский банк реконструкции и развития.





Наследником традиций легендарного пивзавода стал новый, обустроенный рядом в 2016 году. Главное требование **финансового директора предприятия Роина ХАЛВАШИ** к подрядчикам заключалось в том, чтобы вкус пива не поменялся:

– Поменялись мощности, но не вкус, мы остались верны светлomu пиву пилзнерского типа – тому, который любят наши потребители. Действительно, во многих странах, в том числе и в Грузии, открываются крафтовые пивоварни, появляются все новые и новые сорта пива. На мой взгляд, это чисто маркетинговый подход. Нам ближе Германия, где тяготеют к классике. Там также существуют пивоварни, которые производят только один сорт пива.

| Задача со звездочкой

Поэтому к выбору производителей оборудования подходили тщательно. Акцент изначально делали на чешских и словацких компаниях, так как оборудование старого

завода было чехословацкого производства.

В итоге пивоварню оснастили оборудованием словацкой компании PSS Svidník, а также чешских компаний Chlazení Brno и Bílek Filtry. Открытие новой технологической линии LUDI BATUMURI BREWERY стало событием международного масштаба. Присутствовали послы Словацкой и Чешской Республики, министр иностранных дел Грузии, министр иностранных дел Чешской Республики, а также органы местной власти

– Главными нашими подрядчиками стали специалисты компании PSS Svidník. У них большой опыт работы в нестандартных условиях, как в нашем случае. Нужно было воссоздать традиционный вкус продукта новыми технологиями и одновременно сохранить оригинальное оборудование и здание. Консультант PSS Svidník специально прилетел в Батуми, проявил исключительный профессионализм и квалификацию. Он понимал роль и цели нашей ком-



 **slavuta**
malt house

ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ
ТОВАРИСТВО «СЛАВУТСЬКИЙ
СОЛОДОВИЙ ЗАВОД»

ПІДРОЗДІЛ АГРО-ІНДУСТРІАЛЬНОГО
ХОЛДИНГУ SOUFFLET GROUP, ФРАНЦІЯ

Найбільший в Україні виробник
пивоварного солоду, річна
потужність – 160 тисяч тонн

Споживачі солоду – міжнародні
пивоварні компанії Carlsberg,
AB Inbev-Efes, Heineken

Індивідуальний підхід до вибору
сировини для середніх і малих
крафтових пивоварень



вул. Б.Хмельницького, 43,
с. Крупець, Славутський р-н,
Хмельницька обл., 30068, Україна

ТЕЛЕФОН ПРИЙМАЛЬНОЇ:
(03842) 7-06-91, факс: (03842) 7-15-71
slavuta@soufflet.com

ВІДДІЛ ПРОДАЖІВ: (03842) 7-28-33
EMelnyk@soufflet.com

пани, а также помог реализовать этот важный проект.

Старое оборудование пивзавода представляло собой комплекс агрегатов и помещений, разбросанных в разных зданиях на большой территории завода. Это яркий пример того, что раньше об энергоэффективности никто не задумывался, ведь ресурсы стоили «копейки». Поэтому техническое наследие – это холодильный агрегат в одном помещении, бойлер – в другом, а варочник – в третьем.

Пивоварня вдохнула новую жизнь в производство пива в Батуми

В новой версии пивзавода все оборудование сосредоточено в двух зданиях, значительно меньших по размерам. И, конечно, оно технологически совершеннее и полностью автоматизировано. Объем завода остался тот же – максимальная производительность до 7 млн литров в год.

Прежними остались и строгие требования к санитарии. Завод не только имеет сертификацию международного образца (ISO-22000:2018 IQNET), стандарты чистоты контролирует и государство. Поэтому на профессиональных мощностях и дезинфицирующих средствах здесь делают акцент. Препараты, специально созданные для предприятий пивоваренной и безалкогольной промышленности, много лет поставляют для Batumuri компания A-PROFI. Пивовары подчеркивают, что качество и вкус пива напрямую зависят от тщательной внешней мойки оборудования и



дезинфекции трубопроводов.

Для сохранения яркого вкуса и аромата пива, постоянства от партии к партии важно и качественное сырье. На нем не экономят: баварский хмель (HVG) заказывают из Мюнхена, а солод – из Украины, у многолетних партнеров Soufflet Group. По словам Роина Халваши, у батумцев никогда не возникало проблем ни с качеством солода, ни с логистикой и оперативностью доставки груза.

– Наше сотрудничество с Батумским пивзаводом началось в 2012 году. С тех пор это наш неизменный клиент и мы искренне радуемся, что пивзавод инвестирует в модернизацию и увеличение мощностей, – комментирует **Николай ДУБИНА, генеральный директор ПрАТ «Славутский солодовый завод», Soufflet Group.**

Предприятие обеспечивает солодом большие пивоваренные компании, однако способно удовлетворять потребности и небольших пивзаводов. А это – серьезная ответственность и специфические требования.

– Для Batumuri приоритетным является стабильность качественных

показателей солода, на этом и акцентирует внимание солодовня, исключая любые факторы риска, – продолжает Николай Дубина. – Наверное, такой подход ценится клиентом, поэтому на протяжении столетий жители Батуми, гости города и всей Грузии наслаждаются янтарным напитком, произведенным из украинского солода высокого качества.

Для фильтрации готового пива используется кильзегуровый фильтр. Срок хранения продукта – 10 дней. Оборудование позволяет также продлить срок хранения без пастеризации, давая возможность долго хранить на складе. Но это невыгодно из-за дороговизны электричества. На пивзаводе не принято «складировать» пиво: его разливают свежим и сразу продают. Batumuri можно купить только на разлив на заводе, а также в магазинах и в барах Батуми и еще нескольких регионов.

– Результат каждой варки я всегда дегустирую первым. Хочу быть уверен: когда потребитель его попробует, вкус не должен оставить какие-то вопросы. Я всегда оцениваю пиво «со стороны» – нравится мне или нет. Для нас стандарт качества – это не только знак качества на логотипе нашей компании, но и руководство по ведению бизнеса. Наша цель – высочайшее качество продукта, а барометр успеха – количество и удовлетворенность наших потребителей, которые «выросли» на этом пиве, преданы ему, несмотря на новые бары и сорта, – делится Роин Халваши.

– Мы гордимся своим наследием. При этом не меньше гордимся нашим продуктом – живым пивом, соответствующим европейским стандартам. Batumuri – это не просто компания, это то, что люди помнят и ассоциируют с Батуми. А батумское пиво – это душа нашего города, – сказала Нана Джанелидзе.



СЕО медиагруппы «Технологии и Инновации» Екатерина КОНЕВА и основательница компании A-Profi Анна НИДЕРЛАНДЕР в гостях у руководства пивзавода

ЕВРОТЕХ МИКРО 3x ЁМКОВАЯ ПИВОВАРНЯ



ПО НАШЕЙ ТЕХНОЛОГИИ МОЖНО ВАРИТЬ ЛЮБОЕ
ПИВО ОТ СВЕТОГО ДО КРАФТОВОГО



BURNING HEAD BREWERY:

ХОБІ, ЯКЕ «ЗАПАЛИЛО» ГОЛОВУ*

**Стаття підготовлена до друку до 24 лютого 2022 року і містить довоєнну інформацію*

Пивоваріння для подружжя Сергія та Ірини БАБЧУКІВ – це сімейне хобі. Домашня пивоварня з Рівного Burning Head Brewery працює над відтворенням класичних сортів пива: Сергій організовує та контролює варки, а Ірина допомагає з підбором якісних інгредієнтів, фудпейрингом, створенням фірмового мерчу та просуванням сторінки пивоварні у соціальній мережі Facebook. Засновники сімейної пивоварні Burning Head Brewery розповіли проєкту Beer Technologies&Innovations, з чого почався шлях у домашньому пивоварінні, з якими проблемами зіткнулися домашні пивовари й озвучили свої думки щодо сучасних тенденцій у світовому й українському пивоварінні.

| Про те, як усе було спочатку

Деякі роки тому, коли Сергій почав цікавитися пивом, у нього зародилася ідея створити власну пивоварню, адже на той час у місті Рівне, де він проживає, було небагато смачного та справді якісного пива.

– Під час подорожей я пробував багато смачного пива і мені хотілося мати таку можливість і у своєму рідному місті, – пригадує Сергій Бабчук. – Великим поштовхом до створення власної пивоварні став київський фестиваль пива, де ми спробували пиво «домашників» і зрозуміли, що воно було нічим не гіршим, а то й кращим за інших! І саме тоді, три роки тому, ми вирішили, що треба варити пиво і нам. А оскільки я така людина, яка повністю віддається різним хобі, то пивоваріння мені дуже швидко «зайшло». Тому й наша назва, Burning Head, означає, що це хобі, в яке я повністю занурився з головою, тобто в мене від нього загорілася голова.

Невдовзі в арсеналі пивовара з'явилися ємності до 30 л, які в основному зроблені самостійно, він облаштував системи охолодження, складав власні рецепти та читав різні книжки, щоб краще познайомитися з пивоварінням. І вже через місяць-два підготовки Сергій зварив своє перше пиво.

– Воно було зварене з придбаного готового набору для домашніх пивоварів. За стилем це був American Pale





Ale (APA) – клон відомого американського пива Zombie Dust. Коли ми його зварили, воно певний час бродило, але тоді ми ще не знали, скільки повинен тривати цей процес. Тому, чесно кажучи, велику частину цього пива ми з друзями випили... ще не зовсім готовим, тобто незрілим, – пригадує пивовар. – Але декілька пляшок у нас таки дозріли, і це пиво вийшло досить непоганим.

Оскільки раніше з пивоварінням Сергія нічого не пов'язувало, йому необхідно було більше дізнатися про цей процес. Усі знання він черпав з різноманітних форумів пивоварів, українських та іноземних, а пізніше – з книжок про пивоваріння, яких для домашніх пивоварів, на жаль, майже немає.

Про сировину: вітчизняна чи іноземна?

Питання вибору сировини – надзвичайно актуальне для кожного пивовара: хтось обирає вітчизняну, хтось – іноземну, а ще хтось міксує і першу, і другу. Для виготовлення пива Burning Head Brewery Сергій майже завжди використовує іноземні солод, хміль і дріжджі.

– Українську сировину я зараз не використовую, раніше кілька разів пробував, але мені не дуже сподобався результат. Вітчизняний хміль, я вважаю, занадто простий для класичних стилів пива. Однак багатьом пивоварням вдається зробити вдалі варки, використовуючи українську сировину, – розповідає пивовар.

Для свого пива Сергій Бабчук обирає солод компанії Weuermann, якщо це стосується базових солодів і більшої частини спеціальних, зокрема карамельних і смажених. Окрім того, пивовар не може обійтися і без певних сортів бельгійської солодовні Castle Malting. При цьому хміль і дріжджі Сергій Бабчук замовляє з США.

– Дріжджі використовуємо рідкі – Omega Yeast Labs, White Labs, Wyeast тощо. Замовляємо їх зі Штатів, причому лише в певну пору року, коли можна не боятися, що під час транспортування вони замерзнуть чи перегріються. Я вважаю, якщо пивовар справді хоче зварити унікальне пиво в певному стилі, то використовувати для цього потрібні лише рідкі дріжджі, – зазначає Сергій.

Ірина Бабчук допомагає чоловіку з підбором окремих інгредієнтів пива:

– Моє захоплення – кулінарія. Тому намагаюся допомогти знаннями з цієї сфери. Скажімо, коли ми варили гарбузовий ель на конкурс домашників, то я вибирала «правильний» гарбуз і якісний коричневий цукор, адже може бути багато підробок. Окрім того, замовляла

справжню корицю, бо в нас продається переважно касія, підбирала стручкову ваніль... Для деяких сортів пива варила інвертований сироп. Мені цікаво підібрати десерт, який би пасував до певного сорту, але це вже, скоріше, про фудпейринг.

Про сорти пива та обрані стилі

Пиво Burning Head Сергій Бабчук завжди намагається варити у певному стилі – або в класичному, або в сучасному. Зрозуміло, що експерименти ніхто не скасовував, але всі вони стосуються передусім класичних інгредієнтів: як проявиться той чи інший солод у поєднанні з іншими, певними сортами хмелю чи штамами дріжджів.

– При цьому ми варимо пиво і з фруктами, і дуже охмелене, і різні сучасні стилі, але все одно я більше люблю класичні сорти, – зазначає пивовар Burning Head Brewery. – Загалом за три роки в нас було понад сто варок, і всі вони були одноразовими, адже наші сорти вкрай рідко повторюються. Навіть якщо вони варяться за схожими рецептами, то все одно дещо відрізнятимуться один від одного.

Пивні колаборації та конкурси: наскільки це важливо домашнім пивоварам?

Пивні колаборації, обмін досвідом і спілкування з іншими пивоварами – це завжди корисно, цікаво та класно, вважає Сергій. Тому пивоварня Burning Head Brewery має певний хоч і невеликий, але досвід пивних «колабів».

– Першу свою колаборацію ми провели з пивоварнею Rebrew, тоді ми варили гарбузовий ель. Це було повторення нашого домашнього рецепту, але на потужностях пивоварні. Ми зварили тонну цього пива, яке потім продавалося по всій Україні, – пригадує пивовар. – Можливість зробити таку колаборацію у нас з'явилася завдяки тому, що ми виграли перший аматорський конкурс домашніх пивоварів, який відбувся в київському пабі Pancraft.

Як переможцю першого конкурсу Сергію Бабчуку надали можливість обрати стиль пива для наступного конкурсу. Він обрав American Pale Ale і... знову виграв його! При цьому, крім першості у суддівській сліпій дегустації, Burning Head Brewery здобула тоді ще й приз глядацьких симпатій.

Після цього були «колаби» з рівненськими пивоварнями Efir Brewery та Father Brewery, а також ще одна колабораційна варка на Rebrew:

– Пивоварня запросила нас на свій проєкт, під час якого впродовж 2021 року вони кожного місяця варять пиво з кимось з домашніх пивоварів. Оскільки ми з ними вже працювали, вони нас запросили першими. Тоді ми зварили IMPERIAL Pilsner – дуже охмелений лагер з підвищеним вмістом солоду та вищим рівнем алкоголю, – розповідає Сергій.

Загалом Сергій вважає конкурси для домашніх пивоварів крутим і потрібним досвідом, але, на жаль, таких заходів в Україні майже не відбувається. І на це є певні причини.

– Основана проблема полягає в тому, що в Україні «домашники» не легалізовані. Фактично варити домашнє пиво можна, але така пивна історія не до кінця врегульована законодавчо. Тобто домашники в нас є, але бути їх не повинно, – зазначає пивовар. – Тому й ніхто офіційно та відкрито не проводить таких заходів. Але насправді домашніх пивоварів в Україні є досить багато.

Про Untappd, пивні тенденції та культуру споживання пива

Кожного року пивні тенденції змінюються, на зміну одним популярним стилям приходять інші тощо, але стабільним упродовж останніх років залишається одне – соцмережа Untappd.

Untappd – це соціальна мережа та мобільний додаток, які призначені для поціновувачів пива та містять базу даних більшості пивоварень і сортів пива.

– Я вважаю, що Untappd – це максимально суб'єктивна мережа. Адже оцінюють пиво і пишуть там відгуки не пивні судді, а звичайні споживачі. При цьому те чи інше пиво оцінюється не за характеристиками, а просто за тим, сподобалося воно чи не сподобалося певному споживачу. Саме тому там часто трапляється таке, що звичайне якісне пиво (мексиканський лагер чи чеський пілз) може мати нижчі оцінки, ніж неякісно зварене, дуже охмелене, темне або солодке. Тому кожен сам вирішує, довіряти чи ні цій мережі, – зазначає Сергій.

При цьому, за словами пивовара, на Untappd можна орієнтуватися лише в тому випадку, якщо слідуєш там за друзями, смаку яких довіряєш, або якщо це світові зразки. Але в такому випадку орієнтуватися краще не на українську оцінку, а на світову.

Якщо говорити про пивні тенденції у світі загалом і в Україні зокрема, то, на думку Сергія Бабчука, практично кожного року змінюється популярність тих чи інших сортів пива:

– Так, у певний час усі кинулися варити Milk Shake та IPA, наступного року – «кисляки» з різними фруктами, на третій рік почали з'являтися більш-менш нормальні зразки мутних, сильно охмелених IPA, а на 4-й рік популярними стали дуже солодкі Pastry Stout. Що стосується останніх тенденцій 2020-2021 років, то зараз популярне пиво з додаванням спецій, овочів тощо.

При цьому домашній пивовар з Рівного переконаний, що будь-яке пиво (не важливо, чи це класичні сорти, чи сучасні зі спеціями та тонною лактози) треба зварити якісно. І споживач, який в Україні росте та розвивається, вже не буде пити неякісне пиво з дефектами, навіть добре замаскованими різноманітними добавками.

– Чим більше пропозицій якісного різного пива буде в нас, тим більше людей пробуватиме його. Українські споживачі купують пиво переважно в торгових мережах. Тому там уже є багато справді якісного імпортованого



пива, до того ж низка вітчизняних крафтових пивоварень з'явилися на полицях супермаркетів, а різні паби та кафе ставлять на крани досить цікаві сорти пива. І кожен з цих сегментів отримує свою аудиторію. Тому процес розвитку українського пивного споживача справді відбувається, але не настільки стрімко, як хотілося б. У великих містах цей процес відбувається швидше, а, наприклад, у Рівному – занадто повільно, – вважає Сергій.

Про плани на майбутнє

Якщо враховувати не врегульовану законодавчу ситуацію, яка стосується домашнього пивоваріння, питання щодо подальшого розвитку домашньої пивоварні Burning Head Brewery містять низку перепон. При цьому неабиякий вплив має і нестабільна економічна ситуація в Україні, а також затяжна пандемія коронавірусу.

– У нас були певні думки, щоб дорости до чогось більшого, ніж домашнє пивоваріння. Але після того, як ми спробували декілька колаборацій і контрактних варок, зрозуміли, що наразі пивний ринок України певною мірою зайнятий і насичений. Окрім того, ситуація в країні зараз настільки нестабільна, що вкладати величезні кошти в обладнання – дуже ризиковано. Тому до пандемії ідей і планів у нас було набагато більше, ніж зараз, – зізнається пивовар. – Пивний шлях в Україні ще не повністю сформований: одні пивоварні з'являються, інші зникають, хтось пробує одне, другий переходить в іншу нішу, яка в результаті виявляється переповненою... Усе це в комплексі з нинішньою ситуацією не сприяють тому, щоб люди могли планувати довгострокові інвестиції.

Якщо говорити про короткострокові плани, то вже невдовзі пивоварня Burning Head Brewery планує приготувати ті сорти пива, які варить кожного року на зиму.

– Я люблю варити міцні лагери, балтійський портер і німецький доппельбок. На мою думку, для пивовара це одні з найскладніших стилів, тому ми їх точно зваримо. Можливо, буде ще якесь новорічне святкове пиво зі спеціями, приміром з коріандром чи какао, – ділиться планами та думками домашній пивовар Сергій. – Також невдовзі ми розпочнемо підготовку до весняного фестивалю Craft Beer and Vinyl Music Festival, аби здивувати наших споживачів новими смаками й унікальними рецептами.

Оксана Марчук

ЩО НА КРАНАХ?

НОВИЙ КОЛАБ ХАРКІВСЬКИХ пивоварів*

Харківська пивоварня **Altbier Brewery** розпочала співпрацю з відомим пивоваром - засновником «Харківської зернової пивоварні» Віктором ЮХНОМ. Креативний колаб розпочався зі створення лінійки осінніх сортів. Журналісти **Beer. T&I** проєкт розпитали про новинки пивоварні та дізналися, що ж зараз на краях **Altbier Brewery**.

Berry Sour – густий насичений кислий ель

Пиво зварене у стилі Sour Ale з додаванням великої кількості чорної смородини, малини, ожини й апельсинової цедри. Приємний аромат лісових ягід, освіжаюча кислинка та терпкий смородиновий післясмак відмінно освіжають і бадьорять.

– Ягоди додавали у кілька етапів: під час затирання, бродіння, а також при доброджуванні. Пивовари працювали як зі свіжою, так й зі свіжомороженою чорною смородиною, малиною та ожиною. Свіжу апельсинову цедру додавали на етапі головного бродіння для надання легкого освіжаючого ефекту. Sour Ale вийшов дуже щільний і повнотілий – як ягідний смузі, – коментують пивовари **Altbier Brewery**.

Herr Tomato Gose

Gose – традиційне німецьке регіональне пиво з більш ніж 1000-річною історією, яке варять лише у регіоні Лейпциг (Німеччина).

– Ми ж зварили наш гозе у крафтовому стилі з великою кількістю свіжих, квашених і в'ялених помідорів, а також базиліку та спецій. Головну роль відіграли квашені помідори. Ми довго підшукували правильний смак помідорів – кислий, злегка «граючий» розсіл, трохи пряний і абсолютною не солодкий. Помідори додавали частинами протягом усього процесу виробництва: свіжі – на варіння, квашені та в'ялені – на бродіння, а ще велика кількість квашених помідорів – на доброджування. Гозе неможливий без спецій. Ми працю-

вали з чорним і запашним перцем, свіжим базиліком і рожевою сіллю. Спецій додали небагато, щоб зберегти баланс смаків. Вийшов чудовий освіжаючий кислувато-солоний сорт пива з приємним запахом помідорів і спецій. Базилік дав освіжаючу нотку в ароматі. Пиво п'ється дуже легко і практично не має гіркоти, – наголосив пивовар.

Melange

Гарбузове пиво є одним із традиційних класичних фруктових-овочевих сортів пива.

– Це насичений, дуже пряний і ароматний сорт, немов рідкий гарбузовий пиріг у келиху. Щоб гарбуз добре проявлявся у смаку, його треба давати багато: 800 кілограмів помаранчевих, ідеально дозрілих плодів пішло створення цього дива в келиху. 400 кілограмів свіжих гарбузів додали на етапі варіння, а решту 400 кілограмів запікали до карамельної скоринки, поливаючи 10 літрами кленового сиропу. Після цього приправили найкращою цейлонською корицею та ваніллю. Свіжий імбир та лакриця завершили унікальне створення смакоароматичного букету цього чудового сезонного осіннього елю, – поділилися рецептурою пивовари **Altbier Brewery**.

На назву Melange надихнула історія з фільму «Дюна», де на планеті Arrakis прянощі були найвищою цінністю. **Altbier Brewery** пропонує скуштувати свою пряність як любителям пива, так і любителям глінтвейну.

BierKava

Сорт зроблений за технологією cold-brew – холодного настоювання свіжої кolumбійської кави Arabica Supremo.

– За ароматом ви навіть не скажете, що це пиво. Найніжніший аромат свіжообсмажених кавових зерен переплітається з м'яким ароматом польових квітів від хмелю Villamette. Смак завдяки особливому способу затирання повнотілий, солодкуватий та ніжний. Відчуття, ніби п'єш філіжанку свіжої свіжомеленої кави з ложечкою цукру. Пиво не містить

лактози, тому його можуть вживати і ті, хто має непереносимість цього інгредієнта. Любителям лате рекомендуємо пити цей прекрасний стаут із кулькою морозива чи з вершками, – зазначив пивовар **Altbier Brewery**.

Jungle Mix – Milkshake IPA

Також пивовари **Altbier Brewery** зварили легендарний сорт Jungle Mix – Milkshake IPA (16%, 6%, 35 IBU). Мутний фруктовий IPA – справжній фаворит серед споживачів. Любителі Milkshake вже можуть спробувати Jungle Mix та замовити це пиво як у роздріб, так і в ресторани.

– Пиво вариться з великою кількістю пюре манго, кокосу, ванілі сорту Бурбон і ароматних американських хмелів, – коментує команда пивоварів.

Doppelbock Ragnar

Броварня сім'ї **Altbier** гоповнила свою платинову лінійку ще одним постійним сортом – Doppelbock Ragnar.

Фанів пива вже чекає справжній різдвяний сюрприз – Ragnar. Це дуже міцний лагер, який придумали та зварили баварські ченці у своєму монастирі, щоб пити його час посту холодними зимами. Через високу щільність дріжджі не могли повністю викидати всі цукри в цьому пиві і воно виходило дуже солодким та алкогольним, тому було дуже поживним. Для пива характерний потужний солодовий аромат та смак, тому його називали «рідкий хліб».

– Ми зробили базу традиційно за канонами баварського фахівця із засипом із п'яти солодів різного ступеня обсмажування. Але вирішили внести в це пиво, крім солодової складової, ще й трохи винної ноти з ягід чорниці. У результаті вийшов неймовірно глибокий міцного пива та чорничного вина. Темно-коричневий колір з глибоким рубіновим відтінком та шикарною кремовою піною неймовірно виглядає в келиху. Аромат солодкого ягідного вина переплітається з бісквітно-карамельними нотами. Алкоголь при всій його міцності практично не відчувається, напій приємно зігріває усередині. Спочатку домінують кисло-солодкі смаки, як у вина, потім вмикається потужна солодова складова, що складається з бісквітних і карамельних смаків, і завершує найлегша хмелева гіркуватість, яку практично непомітно, – зазначають пивовари.

Стежте за новинками на краях **Altbier Brewery** і все буде крафтово!

*Стаття підготовлена до друку до 24 лютого 2022 року і містить довоєнну інформацію

З АРОМАТОМ ЯБЛУК І ЗІ СМАКОМ МЕДУ

МОЛОДА СИДРІВНЯ З КИЇВЩИНИ РОБИТЬ
СТАВКУ НА НАТУРАЛЬНІСТЬ І ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ*



Справжній сидр – це напій, який приваблює натуральністю, індивідуальністю і традиційністю смаку. І якщо всі ці ознаки йому притаманні, то споживачі сприймуть навіть продукт, який буде дорожчим, аніж пропозиції від інших виробників. Саме таким постулатом керувалися засновники сидрівні Friday Brewery, розпочинаючи крафтове виробництво оригінальних напоїв. Сидри та питний мед на цьому підприємстві виготовляють на високотехнологічному обладнанні, а всі рецепти ретельно відпрацьовують шляхом експериментів. Тому й отримують «на виході» по-справжньому якісний продукт, який поціновувачі сидрів вирізняють з-поміж низки інших пропозицій.

Про те, як виготовляють натуральний сидр, чим відрізняється питний мед від інших напоїв на основі цього продукту та яким саме сидрам віддають перевагу українці, журналісти видання Beer.Technologies&Innovations дізналися, побувавши на виробництві ТзОВ «ФРАЙДЕЙ БРЮВЕРІ», що у м. Бровари на Київщині.

| Як «народжується» сидр

Наразі підприємство виробляє винятково натуральні напої – з продуктів бродіння яблук і груш, а також із натурального меду. У лінійці Friday Brewery представлено чотири види сидрів і питний мед. Однак у молодих, але амбітних виробників сидрів є чимало планів щодо подальшого розвитку та цікавих нововведень.

– Ми – молоде підприємство, адже працюємо лише з 2019 року, – розповідає **директор з виробництва ТзОВ «ФРАЙДЕЙ БРЮВЕРІ» Віталій СІРИК**, демонструючи потужності виробництва. – Відповідно, й обладнання у нас нове та високотехнологічне. Його згідно з нашим технічним завданням виготовили фахівці компанії TME Group. Маємо й власну свердловину, звідки беремо пом'якшену воду. Для приготування суслу використовуємо ємність для відновлення місткістю 1 тонна, яка працює в автоматичному режимі. Після приготування суслу охолоджуємо його водою, яку використовуємо для наступної варки, економлячи електроенергію. Тому наше виробництво ще й екологічне.

У бродильному відділенні Friday Brewery, де відбувається процес зброджування підготовленого суслу, встановлено одинадцять двотонних ємностей, виготовлених



**Стаття підготовлена до друку до 24 лютого 2022 року і містить довоєнну інформацію*



з урахуванням потреб підприємства. Їмності обладнані оглядовими люками, адже в процесі виробництва сидрів важливо мати змогу оцінити ступінь його освітлення перед фільтрацією. Для активізації процесу зброджування до соку додають спеціальну расу дріжджів, внаслідок чого цукри, які містяться у соку, перетворюються на алкоголь і вуглекислий газ. Оскільки весь цикл виробництва триває 12-14 днів, потужності дають змогу протягом місяця виготовляти 30-35 тонн готової продукції.

– Коли бродіння завершується, сидрову основу очищають. Для цього пропускаємо його через сучасний фільтр потужністю 1 т/год. У результаті отримуємо так звану базу. На її основі в купажній ємності готуємо кінцевий продукт. У процесі додаємо потрібні інгредієнти та цукор. Звісно, класичний варіант, визнаний у всьому світі, – це сухий сидр. Але все ж на наших теренах у цього напою немає такої кількості споживачів, як у напів-солодкого або солодкого сидру. Тому поки що цукор у рецептах присутній, – зазначає Віталій Сірик.

Наступний етап виробництва – пастеризація. Автоматичний пастеризатор у Friday Brewery також

адапований саме для виробництва сидрів. Після пастеризації та стабілізації продукт набуває потрібної стійкості та може зберігатися до пів року. Далі відбувається додаткова карбонізація – насичення напою вуглекислим газом. Після цього сидр потрапляє до «кінцевої» тари (кегів ємністю 30 та 50 л і скляних пляшок 0,33 л) і вирушає до споживача.

– Попри всі труднощі, пов'язані з загальним «карантинним» простоем, потроху ростемо. У період карантину, враховуючи зачинені заклади громадського харчування, ми працювали менше, реалізуючи лише напої в пляшках. Власне, пляшкова лінія і зараз активно працює. Розлив також відбувається на спеціально відрегульованому під наші потреби обладнанні – одночасно з шести кранів. При цьому відсутній контакт із киснем, що забезпечує тривале зберігання напою. Закупорюємо поки що механічним способом. Тож загалом протягом доби маємо змогу розливати до 1500 пляшок напою. Також практикуємо розлив до кегів, забезпечуючи якісний продукт для ресторанів і готелів, – розповідає фахівець.



Яблучний напій має пахнути яблуком

Технологія виробництва напоїв Friday Brewery передбачає використання лише натуральних інгредієнтів, наголошує Віталій Сірик. Сидр виготовляється з яблучного соку, перрі – з грушевого. Адже напій повинен відповідати очікуванням. І якщо він виготовлений із яблучного соку, то, відкривши пляшку, споживач має відчутти саме аромат яблука, а не запах штучного ароматизатора.

Натуральні соки, які використовують як основу для сидрів, частково готують безпосередньо на сидрівні з української сировини. Також соки постачають на підприємство кілька виробників, з якими налагоджена постійна співпраця. З переліку сортів яблук, які використовуються для виробництва сидрів, на Friday Brewery обрали Ренет Симиренка та Гренні Сміт. Кінцевий результат процесу – натуральний напій із вмістом алкоголю 5-6%.

– Хоча для виготовлення сидру використовуються лише окремі сорти яблук, проте ми все одно не зазначаємо на етикетках конкретні показники вмісту алкоголю, а вказуємо «від і до». Адже показники цукру у натуральній сировині залежать від багатьох факторів, і щоразу досягати чіткого відсотка вмісту алкоголю в готовому сидрі неможливо, – зазначає директор з виробництва.

Попри те, що асортимент напоїв у Friday Brewery невеликий, всі вони вже знайшли своїх поціновувачів, оскільки відрізняються індивідуальними смаками. Сидру «Зелене яблуко», який виготовляють з яблук сорту Ренет Симиренка, та перрі зі стовідсотково грушевого соку віддають перевагу любителі традиційних напоїв. Сливовий сидр містить екстракт сливи. Новинку від Friday Brewery – сидр «Канабіс», зварений за авторським рецептом, – обирають прихильники оригінальних продуктів. Цей напій з нотами трав і легкою гіркуватістю не містить наркотичних речовин, адже серед його компонентів є лише екстракт канабісу німецького виробництва, дозволеного до використання. Проте все одно цей сидр швидко поліпшує настрій, кажуть його виробники. До слова, ще торік сидр «Канабіс» був в Україні справжнім ексклюзивом, проте зараз схожі напої вже виробляють кілька підприємств.

Якість коштує недешево

Не менший попит має й питний мед Honey Booze. Технологія його виробництва аналогічна принципам виготовлення сидру: спочатку сусло, основою якого є натуральний мед, нагрівається і згодом зброджується. Після цього його стабілізують і розливають у пляшки. Проте від традиційних в Україні медовух та інших алкогольних напоїв на основі меду Honey Booze відрізняє саме легкість – у ньому міститься лише близько 5% алкоголю.

– Сировиною для цього напою є різні види меду – липовий, різнотрав'я, гречаний та інші. Зараз виготовляємо мед із додаванням екстракту хмелю. Цю технологію розробили самотужки шляхом експериментів з дріжджами й іншими компонентами. На майбутнє ж маємо намір розширити асортимент. Плануємо виготовляти питний мед на основі гречаного меду з різнотрав'ям та екстрактом бузини. Але в розробці є ще багато інгредієнтів, які хочемо використати у нових рецептах, – розповідає Віталій Сірик.

Собівартість медового напою доволі висока, оскільки вона залежить від цін на продукт-основу. Однак попри те, що напої від Friday Brewery дорожчі, аніж продукція від низки інших виробників, вони знайшли свого споживача, здатного відчувати різницю між цілковито натуральним продуктом і менш якісними напоями.

– Про якість нашої продукції свідчить і той факт, що ми пройшли сертифікацію виробництва відповідно до системи управління безпечністю харчової продукції за принципами HACCP. Тобто у всіх процесах на нашому підприємстві витримуються відповідні вимоги. А найважливіше – що високу якість продукції оцінили споживачі. Наші напої у пляшках представлені у мережі маркетів «Новус», «Мегамаркет», на заправках «ОККО», є домовленості й з іншими мережами. Кеги реалізуємо дистриб'юторам, які також працюють з різними мережами популярних закладів харчування. Тобто географія реалізації нашої продукції – всеукраїнська. Однак з масмаркетами не працюємо, оскільки ціни на напої все ж вищі, аніж у конкурентів. Розуміємо, що наші переваги – це натуральність, якість і ретельно випрацьовані рецепти. Адже сидрів є багато, а по-справжньому смачних серед них мало. От саме смаком і якістю та приваблюємо споживача, – зауважує Віталій Сірик.

Марина Степанюк



ВІДОМА ПИВНА МЕРЕЖА BREWDOG ВТІЛИЛА ЕКОЛОГІЧНУ «СХЕМУ» З ПРОБКОЮ МЕКАНО

Нині у світі стрімко зменшуються обсяги використання одноразової упаковки. Натомість актуальними стають нові розробки, які дають змогу берегти навколишнє середовище та водночас забезпечувати зручність і комфорт для споживачів. Найбільш показовий – приклад знаменитої мережі пивоварень BrewDog, яка реалізує пиво у повторній тарі. Та й не тільки це. У BrewDog успішно втілюють екологічну «схему» доставки свіжого пива у пляшках, які закриваються революційною пробкою Мекано.

Ця пробка, розроблена італійською компанією Tapi в Україні, нині є альтернативою традиційній металевій. Практична, інноваційна та надійна пробка Мекано дає змогу використовувати скляні пляшки багато разів поспіль. Завдяки цьому зекономити можуть і пивовари, і споживачі, запевняє **представник італійської компанії Tapi В'ячеслав ШИШ**. Про перспективну інновацію та її застосування він детально розповів нашому виданню.

У «плюсах» і броварі, і клієнти

Нове – це добре забуте старе, зазначає В'ячеслав Шиш, розповідаючи про особливості пробки Мекано, однією з переваг якої є можливість багаторазового використання пивної пляшки. Від початку концепт нової



бугельної пробки передбачав, що вона має стати альтернативою звичній для всіх металевій. У результаті ті, хто «прийняв» новацію, на практиці оцінили її переваги, серед яких – відсутність окислення, оскільки виготовлена вона з високоякісних полімерів.

– В Україні цей проєкт втілюється вже близько чотирьох років. Упродовж цього часу ми допрацьовували та вдосконалювали цей винахід. Врешті й з'явився концепт з багаторазовим використанням. Адже головна перевага полягає в тому, що така пробка «сидить» на пляшці, тобто вона закріплена. Тому пробку разом з пляшкою легко помити та використати знову, – розповідає В'ячеслав Шиш.

Першими, хто випробував новацію, стала пивоварня «Кант» з Рівного. Власник цієї броварні Пшемисл Брож придбав пробну партію такої продукції. Тим часом творці бугельної пробки поступово її вдосконалювали, експериментуючи з матеріалом і тиском. Натомість клієнтам пивоварні нововведення «зайшло»: пляшку з пивом об'ємом 0,33 л реалізували на барі. Після вживання напою її залишали, згодом мили та повторно використовували разом з пробкою.

Саме так і з'явився цей концепт, який його творці почали активно впроваджувати та популяризувати. Щоправда, на ці процеси вплинув локдаун, який приніс чимало змін у різні галузі та сфери.

– У період карантинних обмежень з британською пивоварнею Rebellion ми втілили один цікавий і перспективний проект. Ця броварня закупила у нас інноваційну пробку, паралельно ініціювавши у себе на сайті інформаційну кампанію про її екологічність і безпечність для навколишнього середовища. Роз'яснювалося, що ті, хто замовив пиво, можуть віддати пляшку на заміну. Для зручності розробили онлайн формуляр, заповнюючи який, споживач вказував, скільки у нього є пляшок. Далі працювала доставка: замовнику привозили пиво, а порожні пляшки з нашою пробкою забирали на пивзавод. Відповідно, платити за тару клієнтам не доводилося. Тобто всі залишалися «у плюсах»: економив і споживач, і пивоварня. І при цьому не забруднювалося навколишнє середовище, – зазначає В'ячеслав Шиш.

Крок за кроком до екологічності

Нині компанія Тарі впроваджує іміджевий проект з компанією BrewDog, де здійснюють активну промоцію, спрямовану на популяризацію екологічного пакування. Споживачів закликають берегти навколишнє середовище і відмовитися від пластикової тари, натомість застосовувати ту, яку можна використовувати повторно.



Співпраця з BrewDog триває вже впродовж року. Відразу у зв'язку з локдауном новацію сприйняли обережно. Проте згодом пивовари побачили, що їхні колеги з Rebellion впровадили принцип «Англійський молочник», коли замовникові доставляють пляшки з пивом замість порожніх. У результаті люди отримували пиво без контактів з продавцями, тож цей спосіб виявився зручним.

Прагнення до екологічності підтримали й кілька українських пивоварень. Виробники інноваційної пробки співпрацювали з харківською броварнею AltBier, нині пиво у багаторазовій пляшці ввели у свою лінійку пивовари з «Микулинецького броваря», а також невеличкі крафтові пивоварні.

– Вважаю, що за такими інноваціями – майбутнє. Тому сподіваюся, що в Україні вони згодом стануть масовим продуктом, а не ініціативою поодиноких ентузіастів. Для цього, зокрема, потрібна й підтримка наших склзаводів, які мали б виробляти більше тари, придатної для повторного використання і з відповідною горловиною. Адже ціна на газ зросла дуже суттєво, відповідно, зростає й вартість тари. Коли ж пивоварня використовує багаторазову тару, то істотно економить. Закупили один раз, нехай навіть дещо дорожче, і застосовують повторно багато разів. От зверніть увагу хоча б на Німеччину, де скляні пивні пляшки часто виглядають дещо потертими, оскільки використовуються багато разів. Звісно, хотілося б, щоб це врегулювали і на законодавчому рівні, обмеживши застосування одноразової тари. І з часом ми до цього таки дійдемо. Адже іноді просто серце кров'ю обливається, коли заходиш у ліс і бачиш розкидані пластикові пляшки, – каже представник компанії Тарі.

Наразі виробники новаторської пробки вже співпрацюють з українськими склзаводами. Щоправда, висловлюють побажання, щоб різноманіття форм багаторазових пляшок збільшувалося. Ще одна проблема – відсутність можливості замовити невелику партію



такої тари, адже великі виробники погоджуються лише на випуск партій мінімум у 200-300 тисяч таких пляшок. Натомість «солідні» броварні, які могли б закуповувати такі партії, мусять спочатку детально прорахувувати доцільність таких інвестицій.

Утім, з огляду на стрімкий ріст цін на скляну тару та перспективу подорожчання енергоносіїв, яка «прокроує» й подальше зростання вартості скла, пивовари звертатимуть більше уваги на можливість застосовувати багаторазову тару. А з часом свої кошти прискіпливіше рахуватимуть і споживачі, впевнений В'ячеслав Шиш.

До слова, австрійська компанія, яка виготовляє лінії для автоматичного закоркування цієї пробки, також випускає і мийки для багаторазових пляшок. Така мийка буде зручною і функціональною для великих пивзаводів. Натомість маленькі крафтові виробники можуть застосовувати інші способи для миття такої тари.

Нині виробники інноваційної пробки Мекано прагнуть максимально популяризувати свій винахід: беруть участь у форумах, спілкуються з пивоварами, інформують населення про переваги такої тари.

– Рух у бік інновацій відбувається, проте поки що він ще досить повільний. Для українського менталітету характерний певний страх впровадження чогось нового та незвіданого. Проте як тільки воно стає популярним на

заході, ми досить швидко це копіюємо. Ми ж натомість почали впроваджувати нове тут, і деякі західні компанії вже також це роблять. До того ж у Європейському Союзі вводять доволі високі податки на упаковку, яку не можна застосовувати повторно. Це робиться для того, аби зменшити кількість пластику. Уже зараз в Європі заборонено використовувати пластикові соломинки для напоїв, ложечки для морозива. До цього йдуть і в Україні, і, сподіваюся, цей шлях буде успішним. А такі флагмани, як BrewDog, доведуть усьому світові зручність використання тари повторно. Адже екологічний тренд зараз дуже актуальний у Європі. І не лише екологічний, а й економічний. Вірю, що наші пивовари також масово звернуть на це увагу. А склянозаводи України підтримують цей тренд, – зазначає В'ячеслав Шиш.

Марина Степанюк



Пробка Мекано відповідає усім стандартам харчової промисловості. Вона виготовлена з високоефективних технічних полімерів, забезпечує максимальну безпеку ущільнень, органолептично нейтральна й ергономічна. Її зручно відкупоржувати і закорковувати, при цьому пробка забезпечує повну герметичність. Стійка до високих температур, тож підходить для пастеризації. Серед інших переваг – довговічність і практичність.

СТВОРЕНО ДЛЯ ВІДКРИТТЯ!

Поєднуючи стійкість, інновації, красу та ексклюзивність, ми розробляємо справжні шедеври дизайну для ринку преміумнапоїв. Витвори, що створені для збереження якості та досконалості ваших продуктів, роблять їх незабутніми. Ексклюзивні ковпачки, які «створені для відкриття».

Tap | UNIQUENESS INSIDE
BEAUTY ON TOP

COLLECTION | SIGNATURE | REV0

tapigroup.com



НОВИЙ ЖАШКІВСЬКИЙ ПИВЗАВОД NEW BREW: АКЦЕНТ НА ЯКІСНОМУ ЛОКАЛЬНОМУ ПРОДУКТІ*



Нещодавно на півній мапі українського пивоваріння з'явився новий пивоварний завод у Жашкові – New Brew. Пивзавод став ще одним виробничим підрозділом групи компаній «Нові Продукти», яка спеціалізувалася досі на виготовленні слабоалкогольних напоїв. Для журналістів України був організований прес-тур на нову броварню, у якому взяла участь і автор цих рядків – журналістка проєкту Beer. Technologies&Innovations Марина Захарчук. Публікуємо її розповідь.

Підїжджаємо до пивзаводу, бачимо великий фасад будівлі, який одразу вражає своїми розмірами. Нас зустрічає **головний пивовар Назар СТАСЮК**, який працює тут від початку роботи броварні.

– Я у пивоварінні вже 11 років, маю досвід роботи і на великому пивзаводі, і на маленькій крафтовій пивоварні. Якщо говорити про New Brew, то моє перше знайомство з пивзаводом відбулося, коли тут був лише фундамент.

Поступово збудували завод, налаштували устаткування та розпочали перші варки. Нині потужності New Brew – це солодо-очисне відділення, варильний і бродильний цехи, а також цех доброджування та дозрівання.

Пивовар розпочинає знайомство з солодового відділення. Для виробництва пива New Brew використовують локальний та імпортований солоди і несолоджену сировину (ячмінь і пшеницю). В асортименті – світле пиво (80 % солоду і 20 % ячменю), темне (80 % світлого солоду, 3 % темного солоду і 17 % ячменю) та класичне пшеничне пиво (60 % солоду, 40 % пшениці).

На пивзаводі встановлена автоматизована система очищення солоду. Після кожного циклу проходить процес очистки самих шнеків, що дозволяє не змішувати різні види зернових.

– У нас встановлене нове обладнання – очистка солоду з кондиціонуванням від європейського виробника Buhler. Кондиціонування солоду триває 180 секунд гострою парою або гарячою водою для пом'якшення оболонки зерна та покращення якості помелу. Перевагою є



**Стаття підготовлена до друку до 24 лютого 2022 року і містить довоєнну інформацію*

шестивольцева дробарка, яка дозволяє досягнути максимально короткого помелу на грубу та дрібну крупки, муку, а також відділяє лушпиння. Це в подальшому дуже добре впливає на процес фільтрації на фільтр-чані, – розповідає пивовар. – Продуктивність солодо-очистки становить 10 тонн/год, максимальний запас – 5400 тонн.

Пиво New Brew варять з німецьких та американських хмелів, які цінують за стабільність і якісні характеристики. Зокрема, використовують Cascade, Mosaic, Magnum, Citra, Amarillo, Saphir.

Важливу роль у приготуванні пива відіграє водопідготовка, яка відбувається у кілька етапів. Спочатку первинна очистка, коли з води забирають пісок та інші тверді породи, тоді зворотній осмос, під час якого вода стає мікробіологічно чистою. Потім технологи збагачують воду необхідними мікроелементами – кальцієм і цинком.

Яке ж пиво без дріжджів?

Пивовар Назар Стасюк показує дріжджове відділення. New Brew для свого пива використовує дріжджі SafLager™ W-34/70 компанії Fermentis.

– У лабораторії ми власноруч вирощуємо расу SafLager™ W-34/70 – це дріжджі низового бродіння. Зазвичай великі пивзаводи вирощують 5 генерацій дріжджів, ми ж пішли далі та досягли позначки в 11. Це все контролюється мікробіологом, який відбирає проби, перевіряє клітину на запас глікогену, рахує кількість живих і мертвих клітин. Мікробіологічний аналіз потрібно проводити перед кожною регенерацією, – коментує Назар Стасюк.

Як б'ється серце, так увесь завод працює!

Саме так розповідає про варницю головний пивовар. Обладнання на пивзаводі німецьке, кажуть, що схоже можна знайти тільки в Музеї пива на пивзаводі Carlsberg у Львові.

– Обладнання ми привезли з Німеччини, спочатку все змонтували, модернізували бродильне відділення. Запускати пивзавод нам допомагали наші друзі з UBC group. Роботу пивоварні контролюють два оператори: один відповідає за водопідготовку, інший стежить за рештою процесів. Наступного року плануємо встановити ще й мініпивоварню для експериментальних варок. І якщо дозволитимуть карантинні умови, плануємо організувати екскурсії та показувати споживачам, як працює пивзавод, а також проводити дегустації, – розповідає Назар Стасюк.

На пивзаводі переконані, що якісне пиво – це не просто поєднання добірної сировини і нових технологій, а й безпека та чистота на виробництві. Кожне відділення пивоварні має свій СІР, що дозволяє уникнути перехресного забруднення.

Для миття ємностей використовують три типи миючих розчинів: кислоту, каустичну соду та підготовлену воду. Сепаратор митьєся перед початком сепарації, форфаси і ЦКТ – після кожного звільнення, варильне відділення – 4 рази в місяць.

Стабільність на варильному відділенні – запорука того, що покупець повернеться за вподобаним сортом.

– Ми відточуємо всі сорти до досконалості. Якщо говорити про перші варки, то лагер і пшеничне вийшли досить хорошими, ці рецептури ми навіть недопрацювали. Щодо інших, то хіба що регулювали кількість цитрусу чи коріандру, – коментує пивовар Назар Стасюк.



Нині на пивзаводі виготовляють 6 сортів пива: «Азіатський лагер», «Лагер», «Світлий ель», «Біле», «Чорне», «Дикий ель». Потужність броварні – 30 млн літрів на рік, тут відбувається 7 варок пива за добу.

– У нас поки невеликий парк ЦКТ, тому немає нагальної потреби організувати більше варок. Нині ми розливаємо 15 тис. гектолітрів у місяць, наша мета на наступний рік – це 40 тис. гекторлітрів у місяць. На пивзаводі встановлені 4 лінії розливу: у ПЕТ, скло, банку, кеги, – резюмує пивовар.

Незважаючи на свій юний вік, пивоварня вже взяла участь у міжнародному Дегустаційному конкурсі East European Beer Award-2021, увійшла у топ-15 кращих з пивом «Дикий ель» у категорії Witbier і «Біле» у категорії Belgian Strong Ale.

– Основою нашої концепції став пошук «золотої середини» між двома протилежними явищами: масовим споживанням та індивідуальним виготовленням пива, що, відповідно, впливає на співвідношення ціни та якості. Вважаю, нам удалося знайти баланс, тож ми з радістю та хвилюванням запускаємо велике потужне виробництво з використанням крафтових технологій. Ми позиціонуємо себе як приватна броварня й ідеологічно відмежовуємося від пивних гігантів, проте водночас ми прагнемо стати сильним гравцем на українському пивному ринку, – прокоментував подію директор із розвитку пивного напрямку групи компаній «Нові Продукти» Юрій БИКОРІЗ.

ПЕРЕБУДОВА ПИВНОГО РИНКУ: ПОШУК НОВИХ МОЖЛИВОСТЕЙ*

2021 рік став роком, коли ми почали розбудовувати системи та галузі, які десятиліттями були основою суспільства. Бізнес зосередився на створенні нових моделей комунікації та існування, вчився виживати в економічних колапсах, віддалено працювати, посилено переходити до інтернету та піклуватися про здоров'я. Виникла потреба подивитися на звичне під іншим кутом, переосмислити підходи.

«Як існувати та вижити пивоварні в умовах локдауну» – головна тема останнього Форуму пивоварів і рестораторів, який відбувся у Рівному. У сучасних реаліях нам усім доводиться вчитися та розвиватися по-новому. Ми поставили перед собою питання: а як ми можемо бути корисними для крафтового напрямку у вирішенні сьогоденного питання, як стати партнером у пошуку ідей просування продукту на ринку? І почали вивчати досвід світових крафтових пивоварень, шукати ідеї для України, зустрічатися з клієнтами та пропонувати варіанти.

І наприкінці 2021 року нам вдалося реалізувати низку проєктів.



*Стаття підготовлена до друку до 24 лютого 2022 року і містить довоєнну інформацію



Спільна робота над подарунковими сетами

Обговорюючи проєкт із декору скляного пивного посуду з пивоварнею VARVAR, ми підійшли до питання упаковок та подарункових наборів. Ми запропонували зайнятися розробкою упаковки до новорічних свят. Скажу, що це була амбітна мета. По-перше, для нас це був перший проєкт, а по-друге, терміни були дуже стислі. До того ж коробка повинна була бути універсальною під різні мережі, а також міцною для відправки поштою. Спільно з командою VARVAR нам вдалося встигнути вчасно та вивести подарункові набори напередодні Нового року. Особливо приємно, що клієнт продовжує цей проєкт у 2022 році.

Розробка логотипу до Дня народження

Відомий київський бар крафтового пива готувався до відзначення 4-ї річниці закладу. Заклад запросив гостей, яких хотілося здивувати несподіваною зустріччю та незвичною подачею пива. Ми запропонували розробити логотип події. Пивні кухлі стали саме тим рішенням.

Нові види друку

Розповідаючи клієнтам про нові технології друку й нові фарби, ми наштовхуємо їх на нові ідеї для свого продукту. Так ми розробили нові келихи для пивоварень Underwood і VARVAR.

Культура споживання та знайомства з крафтовим напрямком

У 2015 році ми провели перший в Україні крафтовий фестиваль, цього року ми готуємо до виходу на ринок новий проєкт про крафтову культуру, про смаки та дегустацію, про розширення знань та отримання задоволення від цього напою. Всі ми Passion до крафтового пива... Фото є спогадами про наше життя до 24.02.22. Але після нашої ПЕРЕМОГИ буде ще краще!!!



м. Київ,
вул. Ділова, 5Б, оф. 504
тел.: +38 0672350991
+38 044 238 83 12
<http://concept.glass/>
info@concept.glass

«CRAFT КУЛЬТУРА 2021»: ПИВНИЙ ФЕСТИВАЛЬ ГОЛОСНО ПРОКОТИВСЯ ДНІПРОМ

Приймав пивоварів зі всієї країни стадіон «Дніпро Арена». Географія пивоварень цього року збільшилася, а от кількість – ні. Попри те, що охочих дуже багато, організатори тримаються фіксованої позначки – 30 виробників, аби гості змогли спробувати пиво всіх учасників, а стенди комфортно розмістилися у залі. А ще є правило – жодної музики або страв поряд, тільки на літньому майданчику. Все це – задля живого спілкування та заглиблення в пиво.

2021 року вже вчетверте відбувся фестиваль «Craft Культура» – перший і єдиний фестиваль крафтового пива у Дніпрі. Чотири роки поспіль захід проводиться на унікальній для нашої країни локації – стадіоні «Дніпро Арена». Але пілотна версія фесту відбулася ще у 2016 році в іншому місці. Організаторами й ідейними натхненниками стала команда пивоварні MOVA, а підтримала цю ідею маркетинговим супроводом і модерацією лекторію команда проекту «Народний Дегустатор». Засновникам вдалося поєднати всі необхідні складові та реалізувати концепцію фестивалю як місця популяризації пивної культури у Дніпрі. Наразі івент має поціновувачів не тільки в рідному місті, а й по всій Україні.

У центрі «Craft Культури» – люди, які створюють фестиваль, які варять пиво, які його п'ють і люблять, які його вивчають і пізнають. Адже цей захід – саме про культуру, освіченість у темі та грамотне споживання пива. Тому тут роблять все, щоб створити ідеальну атмосферу для спілкування.

Натхненники та співорганізатори фестивалю «Craft Культура» – пивоварня Mova – обрали чітку концепцію, яка відточується з року в рік. Фокус уваги – створення та розвиток культури споживання крафтового пива.

– Ми отримали від українських броварень близько 60 заявок на участь у фестивалі. Однак цілеспрямовано залишили кількість стендів незмінною – 30, адже це оптимальна кількість для такого формату. Як би нам не хотілося покликати 60 учасників, стільки пива навіть за 2 дні людина не зможе спробувати. А головна мета заходу – познайомити гостей з розмаїттям сортів, зі всіма пивоварнями та стилями, – пояснює **пивовар Mova Богдан ТОЧКА**.

Фестиваль зібрав крафтові пивоварні зі всієї країни – від Львова і до Харкова: з Дніпра, Одеси, Миколаєва, Херсону, Івано-Франківська, Києва, Запоріжжя та інших міст.

«Незалежні броварі України»

Вперше загальним стендом були представлені пивоварні громадської спілки «Незалежні броварі України»! Це стало дебютним виходом «у світ» нещодавно зареєстрованої асоціації крафтовиків. Вони презентували не просто пиво, а готовність об'єднати зусилля для розвитку галузі,





виходу крафтового пивоваріння на новий щабель і відстоювання інтересів на рівні держави.

Спільним стендом були представлені «Кумпель», «Правда», Ale Point, «Ципа», «Чумаков», «Дрофа» й Underwood. Цей момент можна назвати історичним, адже так розпочинається перехід від зародження крафтового пивоваріння в Україні, його стихійного розвитку і до позиціонування на ринку країни нової, організованої та консолідованої галузі.

– Громадська спілка була створена для того, щоб лобювати інтереси крафтових пивоварів. Коли ми спілкувалися з урядом, у нас питали: «Ви хто?» Тому потрібен був офіційний статус, щоб вести діалог у юридичному полі. Потім ми вирішили розширити напрямки роботи. Формат дозволяє ефективно й цивілізовано вирішувати зовнішні та внутрішні нюанси, – розповідає **головний пивовар First Dnipro Brewery Дмитро НЕКРАСОВ**. – Наразі нас небагато, але з кожним фестивалем долучаються нові члени. Присутність на заходах спільним стендом – також перспективний напрям, економічно обґрунтований і доволі професійний. На стенді збирають команду фахівців, які розбираються в пиві та можуть його правильно презентувати. Пивоварні ж можуть делегувати одного представника, який стоятиме перед стендом і спілкуватиметься з людьми.

| Глибоке занурення у крафт

Вибір пива вражав: від класики у новому прочитанні – до найсмівливіших експериментів, безалкогольного для ЗСЖників і сидрів для поціновувачів, від флагманів галузі та відомих брендів, які давно завоювали прихильність споживача, від мініпивоварень і домашніх пивоварів.

За 5 років захоплення крафтом легалізувати виробництво, стабілізувати сорти та рецептуру, а також знайти постійних клієнтів уже вдалося вихідцю з домашніх пивоварів – **засновникові дніпровської Lucky Men Brewery Федору ЛІСНИЦЬКОМУ**:

– Наш споживач – це переважно молодь, якій подобаються свіжі варіанти та рішення, яка втомила від класики. Сьогодні експериментуємо над технологією роботи з ефірами та настоянками. Зокрема, відпрацьовуємо перенесення специфічних смаків й ароматів у пиво за допомогою ефірних олій і настоянок. У перспективі цей метод надасть пиву яскравішої ароматики, цікавішої палітри смаків, а не лише стандартні персик і диня, які всі пропонують.

Потужність пивоварні – 10 тонн на місяць, що дозволяє Lucky Men Brewery бути представленими в закладах HoReCa та спеціалізованих магазинах Дніпра, а також зайти в інші міста країни.

Засновник дніпровської пивоварні Barley's Beer Тарас ПОПИТЬКО варить пиво вже 10 років, три з них – на власній ліцензованій мікропивоварні. Так його захоплення перетворилося на комерційну історію, щоправда, отримати документи було непросто. Бюрократія, багато непотрібних процедур, купа часу, нервів і грошей – тільки на документи для відкриття броварні довелося витратити декілька тисяч доларів! Тому Тарас Попитько радить колегам у такому випадку приймати седативне, не нервувати та бути готовими відстоювати свою позицію.

Сьогодні ж пивоварня вже має постійну лінійку з 5-6 сортів залежно від сезону та тішить своїм продуктом мешканців Дніпра. Пиво продається у фірмовому магазині бренду, в мережі Beer Bank і приватних магазинчиках. Тому Тарас Попитько орієнтується лише на смаки дніпровців:

– Аудиторія досить специфічна, яка не дуже полюбляє експерименти, прагне не гіркого, не кислого, не гострого пива, а м'якого та класичного смаку. Тому навіть нашу варіацію чеського лагера зробили менш гіркою, щоб місцевим краще смакувало.

Та було кому вражати карколомними поєднаннями! Одним з нових експериментів «Дідько» став сорт «Цибулевий томат». Це томатне пиво з цибулею та сванською сіллю, привезеною спеціально з Грузії – з регіону Сванетії. Варити спонтанно та лише за натхненням нове пиво, навіть на основі старих сортів, – незмінна стратегія бренду. Саме такою і залишиться лінійка відкритої нещодавно пивоварні, адже відомий у всій країні домашній пивовар «Дідько» запустив ліцензоване виробництво:

– І ми відразу отримали всі пов'язані з цим проблеми: рахунки за електроенергію, пошуки хорошої води, стандарти якості сировини, підгонка обладнання. Проте наш досвід яскраво демонструє: відкрити власну пивоварню можна з абсолютно різним бюджетом!

Відтепер бренд розвиватиметься ще активніше. Наразі пиво від «Дідько» представлене в більшості крафтових пабів. Це основний канал збуту, каже **засновник пивоварні Євгеній БІЛІЧЕНКО**. Хоча пабів небагато – по 1-2 у кожному місті, проте вони є по всій країні.

Ексклюзивними сортами представили свіжі колаборації кияни з Rebrew: сорти, зварені спільно з рок-гуртою «Жадан і Собаки», та молочний портер з ваніллю та какао, зварений спільно з домашньою пивоварнею NoeN brewery. Загалом цей рік для Rebrew став плідним на колаборації: пивоварня запустила проєкт, під час якого домашні пивовари мають можливість зварити на заводі спільний сорт пива, який їм подобається, або придумати щось нове.

Також кияни представили на фестивалі свої класичні сорти й всю лінійку пива в банці, яку напередодні розлили з партнерами з проєкту «Спробуй». Це мобільна лінія розливу, яка на замовлення приїздить на пивоварню.

– Пиво в банках – новий крок пивоварні. Раніше ми розливали тільки у пляшку, але банка сьогодні – це тренд, адже вона набагато зручніша в плані логістики, зберігання, споживацького попиту, тому що екологічна. До того ж вона набагато швидше охолоджується і не пропускає ультрафіолет, – зазначають у Rebrew.

Тренду слідує і в Миколаєві, де місцева пивоварня Sho Brewery незабаром збирається розливати пиво у банку. Пивовари завоювали визнання та нагороди дегустаційних конкурсів за кислі фруктові сорти пива. Саме цю нішу збираються розвивати й надалі, кажуть, «кисляки» завойовують все більше прихильності споживачів. На фестиваль привезли, зокрема, два топові сорти – гоше з обліпихою (10 % ягід від об'єму пива) та гоше з абрикосом (30 % стиглих миколаївських фруктів).

Маркетингові премудрості

Одним з відкриттів фестивалю стала пивоварня Zlak, що запустилася в Києві у березні 2021 року. Потужність обладнання – 20 тонн пива на місяць, і на момент заходу команда вже відкрила 4 місяці активних продажів. Сильною стороною команди є досвід в галузі та експертиза в маркетингу, тому тут заморочилися над концепцією та запустили потужний бренд.

– Назву Zlak ми обрали з урахуванням концепту, який будується навколо злакових культур, що використовуються в пивоварінні. Наприклад, на фестиваль привезли рисовий лагер, вайсбір з додаванням пшениці, мілк шейк IPA з додаванням вівсяних пластівців і ячмінний стаут. У планах – розвивати лінійку «житніх» сортів, а також експериментально додати гречку, – ділиться планами **співзасновник пивоварні Zlak Андрій ФІЛОНЧУК**.

Та зауважує, що брендинг – важлива складова пивоварного бізнесу. Якщо подивитися будь-які тематичні дослідження, особливо щодо пляшкового чи банкового пива, то 70 % людей звертатимуть увагу саме на етикетку, і тільки 30 % – на смак. Тому привернути увагу аудиторії дуже важливо, але позиціонування має відповідати концепції самого бренду.





– Пивоварня представляє 7-8 сортів, кожен з них виконує свою функцію та розрахований на певну цільову аудиторію, – зазначає Андрій Філончук. – Наш сьогоднішній асортимент дозволяє охопити практично будь-яку аудиторію. Наприклад, дівчата люблять темне пиво і на фестивалі частіше за все запитують про наш ванільний стаут. Сорт Milk Shake IPA розрахований на молодшу аудиторію – 25-35 років, а рисовий лагер смакує практично всім любителям класичного пива, тому цільова аудиторія тут доросліша.

Загалом, резюмує пивовар, сьогодні крафтових пивоварень і хорошого пива в Україні достатньо. Не вистачає місць, де це якісне пиво пити, – закладів зі спрямованістю на крафт, магазинів тощо. Ось куди потрібно рухатися далі, щоб розвивати галузь і культуру споживання.

Еволюція споживачів

Пивовари кажуть, аудиторія з кожним роком зростає у своїх пізнаннях крафтового пива. Споживачі вже йдуть за новинками та хочуть спілкуватися з представниками улюблених брендів!

– Це вже четвертий фестиваль «Craft Культура», який ми проводимо у Дніпрі. І яскраво спостерігається динаміка розвитку культури споживання пива, яку ми сповідуємо. Кожного року збираємо фідбек від пивоварів і вже маємо певну хронологію, – зазначає Богдан Точка.

2018 рік: вперше фестиваль відбувся на стадіоні «Дніпро Арена». Всі пивоварні залишилися задоволеними, проте в один голос казали: дніпрянам не цікаво, яке пиво ви зварили, скільки воно коштує, просять пиво, беруть його багато, платять гроші та йдуть. Економічний ефект позитивний, але люди особливо не цікавилися тим, що вони п'ють.

2019 рік: гості пили приблизно стільки ж, але вже цікавилися, що це за пиво, обирали сорти, починали спілкуватися.

2021 рік: пивовари вже не просто мовчки наливають пиво, а розповідають про нього. Поступово аудиторія глибше цікавиться крафтовим напрямком і тим, як правильно споживати продукт. У залі досить шумно, проте не від музики чи розваг, а від спілкування гостей один з одним, від розмов з пивоварами, від активного обговорення в лекторії.

– Ми вже не вперше на цьому фестивалі, і Дніпро зустрічає дуже тепло! Нас впізнають, навіть пишуть у соцмережах перед івентом, питають, чи привеземо конкретні сорти пива. Зав'язується дружба. Приємно, коли люди приходять і кажуть, що отримували від нас посилки з пивом, а тепер раді познайомитися наживо, – ділиться враженнями **менеджер з продажів харківської пивоварні Red Cat**. – Сьогодні ми привезли на фестиваль 8 сортів пива на кранах і 4 релізи у пляшці. Наразі дебютом можна назвати найдорожчий сорт за всю нашу історію – мілкшейк IPA з манго, на тонну якого використано 300 кг мангового пюре і стручкової ванілі. Аудиторії смакує!

Культура споживання справді змінюється, наголошують у Rebrew. З розвитком середніх і малих пивоварень, розширенням ринку збуту, відкриттям нових барів, магазинів, боттлшопів люди починають усе більше цікавитися, пробувати нові смаки й розуміти, що пиво може бути не тільки класичним.

– Люди сьогодні активніше відкриваються новим смакам, багато подорожують, бачать, що таке розмаїття – це нормально. Укорінена раніше думка, що кисле пиво – обов'язково скисле, нівелюється, є люди, які прямо ганяються за кислотками, – розповідає **співзасновник Sho Brewery Олексій ГУБСЬКИЙ**. – Яскраво видно цю тенденцію на прикладі нашого гастробару в Миколаєві. Спочатку просувати концепцію було непросто: люди не визнавали питний заклад, який виглядає як сіті-кафе. Відкриті великі вікна, світлий простір. Але згодом перестроїлися, вийшли з напівпідвалів і шкряних сидінь до яскравого закладу, де можна смачно поїсти, де вирує приємна атмосфера і є багато крафтового пива.



CRAFT BEER & VINYL MUSIC FESTIVAL: ЩО НА КРАНАХ ГОЛОВНОГО ПИВНОГО ФЕСТИВАЛЮ КРАЇНИ

10-12 вересня 2021 року традиційно на території !FESTRepublic у Львові відбувся IX фестиваль крафтового пива та вінілової музики. Захід зібрав більше 60-ти пивоварень зі всієї України та з-за кордону. Учасники фестивалю дегустували розмаїття пива й смаколиків, відвідали ярмарок вінілів і запалювали під драйвову музику. Традиційно інформативними партнерами фестивалю стали журнал і сайт Beer Technologies&Innovations. Журналісти поспілкувалися з пивоварами та скуштували пивні новинки.

Темне пиво – хедлайнер дев'ятого фестивалю

«Театр пива «Правда» оголосив конкурсний стиль пива. Під час осіннього фесту броварні змагалися, хто ж зварить найкраще темне пиво з української сировини. Пивовари презентували портери, стаути та IPA. Цього разу Craft Beer & Vinyl Music Festival був іще масштабніший, оскільки для учасників крафтові сорти хмільного представили понад 60 пивоварень. Відтак на фестивалі з'явилася нова локація – павільйон лише з пивом.

Пивоварня **Burgomistr** на фестиваль взяла New England IPA, IPA, stout і pilsner.

– Ми сьогодні презентуємо New England IPA – дуже ароматне збалансоване пиво. Підтримуємо тему фестивалю milk stout – м'якого та злегка хмільного пива, – розповідає **пивовар Станіслав ВІЛЬЖАНОВСЬКИЙ**.

CastleHill Brewery на фестиваль привезли власну класику: APA, double IPA, milk stout і lager.

– Куди ж без родзинок? Наша гордість – пиво спонтанного бродіння, тобто wild beer, – коментує **пивовар Андрій ДІДУХ**.

Парад пивних новинок презентувала **пивоварня «Правда»**: витриманий майже рік у бочці з-під червоного вина Каберне Совіньйон Berliner Weisse, а також витриманий 6 місяців у бочці з-під бурбону з додаванням шоколаду та перцю чилі імперський стаут.

– На крапах ви можете посмакувати, зокрема, New England IPA – дуже ароматний IPA з вираженим ароматом тропічних фруктів, цитрусових і нотами кокосу, мандарину та грейпфруту, а також малиновий Saison – бельгійський сезон з додаванням 75 кілограмів локальної малини. Це пиво має легкий солодовий смак, сухий фініш, високу карбонізацію та виражений аромат малини, – розповідає **пивовар Ігор ЧЕРТОВ**.

Свою лінійку презентувала і пивоварня **Hrew Brew**.

– У нас 5 сортів, а також у пляшці наша класика West Coast IPA. Як сказав Віктор Ващук, це, мабуть, найкращий West Coast IPA. Тому, можливо, саме цей сорт поїде на наступний дегустаційний конкурс, – зазначає **засновник пивоварні Максим КОЛОСОВ**.





Новинки на фестиваль привезла й **Underwood Brewery.**

– Коли ми приїжджаємо до Львова на фест, то п'ємо багато пива, їмо смажене та копчене м'ясо, шкварки й інші смачні страви. Lvivski Rauchbier ми присвятили своєму улюбленому поєднанню – пиву та м'ясу. Це раухбір (копчене пиво), але з особливостями. Для надання ще більш димного та яскравішого смаку й аромату ми додали в пиво український копчений бекон. Окрім того, привезли ще й Chinese Tea – фруктовий Milkshake IPA з цікавим поєднанням лічі та бергамоту. Наповни свій бокал тропіками, щоб пригадати, як класно влітку. У пива яскравий солодко-цитрусовий аромат і смак із хмелевою гірчинкою. Довгоочікуваним став колаб з Berryland Ciderу – полуничний wild ale, – коментує **пивовар Олексій ЗАХАРЧЕНКО.**

До слова, наливали на фестивалі такі пивоварні та пивні компанії, як Театр пива «Правда», «Кумпель», Rebrew, «Гуцульська крафтова броварня «Ципа», Hoppy Hog Family Brewery, Brew Bear, Zen Brewery, Duben Bräu, «Станіславська Гальба», «Хмільний Лев», Varoshske Beer Khust, Gonzo Brewery, Rodbrau brewery, «Київська мануфактура пива», Molfar brewery, Andrii's Brew, MATEICH craft beer, Varvar brewery, Bull Brewery, Copper Head. Beer Workshop, Red Cat Brewery, Volta brewery, «Дідько», Sho Brewery, «Волинський Бровар», First Dnipro Brewery, Faynebeer, Brater, 2085 brewery, Underwood Brewery, DiD Craft Beer, «Пивная Дума», «КАНТ», Kyiv Local Brewery, HREW BREW Brewery, Rock Dog Brewery, Bander Brau, «Шифр», CastleHill Brewery, ZLAK, Ale Point brewery, Ten Men brewery, Luchan Brewery, Malle Beer, «Три Слона – Пивна ресторація Рівне», Burgomistr, «Пивоварня-Паб МІФ», «Berezan's Brewery – Березанська Броварня», «Бузецький Бровар», SHVAS BEER, Lemberg Craft Brewery, Mechanic Craft Brewery, «ГОHIP», «Ягер», Browar Hopito, Litopys, Brasserie De La Senne, El Drinko.

На фестивалі були представлені «домашники», зокрема, Kot Brau, O2хуген, Efir Brewery, NoeN brewery, Burning Head Brewery, Second Secret Brewery, DOMBrewery, The Bad Beaver Brewery, Solodok, а також виробники сидрів – YSLA Craft Cider, Berryland Cider, Holiday Brewery.

Окрім того, участь у заході взяли й імпортери – Goodwine та «Сільпо».

| Не пивом єдиним! . .

Фудпартнери заходу пригощали горішками, снеками, устрицями та м'ясом. Зокрема, найпопулярнішими стали Grill Lab, Nice Guys, Epic Cheeseburger Cafe, Eat my NUTS, Meat love, Popavsya, Rebernia, «Сільпо» (устриці й оселедець), «Чотири Чебуреки», Prosecco Bar і Чебурек.in.

Окрім того, учасники фестивалю не просто насолоджувалися пивом і вініловою музикою, а й могли створити дизайн бокалів для пива та барного посуду європейських виробників, купити бетонний декор для дому від Beton home, навести красу в барбершопі Men`s Hall, купити посуд в Майстерні кераміки, виготовити сувенір з пляшки від «Шклянка», а також зробити безкоштовний тест на ВІЛ/СНІД.

Організатори фестивалю запрошують до участі у ювілейному, десятому Craft Beer & Vinyl Music Festival, який відбудеться 13-15 травня 2022 року!

НАЙКРАЩІ ЗАКЛАДИ УКРАЇНИ-2021: НАЦІОНАЛЬНА РЕСТОРАННА ПРЕМІЯ СІЛЬ НАЗВАЛА ПЕРЕМОЖЦІВ У 17 НОМІНАЦІЯХ!



145 закладів-фіналістів з усієї країни боролися за перемогу у 17 номінаціях головного ресторанного Оскару – Національної премії СІЛЬ. Фіналістів оцінювали за 4 напрямками: кухня, сервіс, атмосфера та спеціалізація. Під час ІХ урочистої церемонії нагородження, яка відбулася 28 листопада, зі сцени КВЦ «Парковий» пролунали назви найкращих закладів України. Журналісти видання *Beer Technologies&Innovations* дізнались імена переможців першими.

Попри складні для ресторанної індустрії часи, вона не стоїть на місці й активно розвивається. Організатори, члени журі й експерти премії, відзначаючи найкращі заклади, роблять вагомий внесок у розвиток і стабільність ресторанного бізнесу, а також в економіку країни. А умови здорової конкуренції своєю чергою стимулюють активний розвиток індустрії, підштовхують застосовувати інновації, шукати нові ніші та сегменти ринку й експериментувати для утримання першості на ринку.



ПЕРЕМОЖЦІ НАЦІОНАЛЬНОЇ РЕСТОРАННОЇ ПРЕМІЇ СІЛЬ-2021:

- **Найкращий ресторан української кухні** – «Ресторація Бачевських» (м. Львів)
- **Найкращий м'ясний ресторан** – Steak House (м. Київ)
- **Найкраща кав'ярня** – Foundation Coffee Roasters (м. Одеса)
- **Найкращий ресторан національної кухні** – Fratelli (м. Одеса)
- **Найкращий ресторан з винною картою** – Vino e Cucina (м. Київ)
- **Найкращий пивний ресторан** – «THIS IS ПИВБАР» (м. Київ, Лісківська 9а / 22)
- **Найкращий бар** – Parovoz Speak Easy (м. Київ)
- **Найкраще міське кафе** – «Жизнь Замечательных Людей» (м. Київ)
- **Найкращий ресторан при готелі** – Panorama, Edem Resort Medical Spa (м. Львів)
- **Найкращий заміський ресторан** – Terrace by the lake, Edem Resort Medical Spa (м. Львів)
- **Найкращий пивний бар** – Varvar Bar (м. Київ)
- **Найкраще кафе-пекарня** – Paul (м. Київ, Городецького, 6)
- **Найкращий ресторан азійської кухні** – «Тайський Привіт» (м. Київ)
- **Найкраща кондитерська** – SHOco (м. Львів, Угорська 12)
- **Найкращий винний бар** – Win Bar (м. Київ)
- **Вибір журі** – Fish&Pussycat Sushi Bar (м. Київ)
- **Відкриття року** – Fenix Asia, Fenix Italia (м. Київ)



Засновниця медіагрупи «Технології та Інновації» Катерина КОНЄВА з Михайлом ГРОСУЛЯКОМ, власником ресторану-пивоварні «Ковчег» (м. Тернопіль) і його дружиною

Експертна група Національної ресторанної премії СІЛЬ складалася з суддівської колегії та 118 експертів ресторанного бізнесу. Розподіл експертів залишився незмінним: по 10 експертів у містах-мільйонниках і по 4 експерти у кожному обласному центрі.

– Я побував по дві сторони премії: тричі був номінантом, двічі – фіналістом та один раз – переможцем. Будучи серед суддівської колегії, я впевнився, що все відбувається об'єктивно та справедливо. Кожен із закладів вже став переможцем. СІЛЬ справді виконує важливу функцію – підвищує якість ресторанного бізнесу. З року в рік ресторатори та ресторани стають кращими, – поділився враженнями **генеральний директор Altbier Сергій КОВАЛЕНКО**.

За бездоганність і точність результату премії відповідав незалежний аудитор премії, світовий лідер у сфері аудиту – міжнародна компанія Grant Thornton Ukraine.

Вже вкотре аудиторів підтвердили, що формування рейтингу фіналістів і визначення переможців премії відбулося відповідно до технологій. За результатами прискіпливого та ретельного оцінювання перемоги у номінаціях отримали 17 закладів.

Кращим пивним рестораном 2021 року за версією премії СІЛЬ став «THIS IS ПИВБАР» (м. Київ, Лісківська 9а / 22).

– Ми дуже вдячні всім, що обрали нас. Тепер чекаємо вас у кращому пивному ресторані країни. Ми навчимо вас правильно пити пиво та розповімо про фудпейринг, – сказав **засновник пивного ресторану Олександр ТАРАПАТА**.

Зазначимо критерії оцінки в номінації «Кращий пивний ресторан». Це, зокрема, використання пивоваром традицій, нових досягнень і знань в індустрії, а також наявність базових і сезонних сортів пива, авторський підхід. Вітається створення крафтових сортів згідно з Beer Judge Certification Program, ВЖСР. Кухня і меню закусок повинні органічно супроводжувати пиво.

Кращим пивним пабом 2021 року за версією премії СІЛЬ став Varvar Bar.

– Наша перемога – це командна робота пивоварів, офіціантів, адміністраторів тощо. Сьогодні паби – це не просто комфортні заклади зі смачними пивом і закусками, а й зі своєю непересічною атмосферою. Пабна культура не стоїть на місці, всі ми рухаємося вперед, – розповів **директор закладу Varvar Bar Василь МИКУЛІН**.

Номінація «Найкращий паб» орієнтована переважно на заклади, які в основному спеціалізуються на пивній карті, але при цьому іноді можуть подавати гостям алкогольні та безалкогольні напої. Кухня органічно доповнює і розкриває смак пива, у меню присутній широкий асортимент закусок. Тут переважає спокійна і дружня атмосфера, яка сприяє спілкуванню і розрахована на людей всіх вікових категорій.



Засновниця медіагрупи «Технології та Інновації» Катерина КОНЄВА з суддями премії СІЛЬ, відомими ресторатором Сергієм КОВАЛЕНКОМ, пивоваром Дмитром НЕКРАСОВИМ і їхніми дружинами





MESSE
MÜNCHEN

drinktec

Grow with the Flow

Ідеї ведуть до інновацій, рішення – до успіху, а незнайомці стають партнерами! Фахівці індустрії напоїв і рідких продуктів харчування знову збираються разом, щоб відчувати інновації всіма п'ятьма органами чуття і опинитися у вирі нових рішень та технологій.

Отримайте Ваш білет вже зараз!

Провідна міжнародна спеціалізована виставка технологій та обладнання для виробництва напоїв та рідких харчових продуктів

12–16 вересня 2022 року

drinktec.com | [in](#) | [f](#)

Інформація:
Німецько-Українська промислово-торговельна палата
Тел.: +38 044 481 33 91
Ел. пошта: info@ukraine.ahk.de

НОВИЙ

SafBrew™ 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.us@lesaffre.com

    fermentis.com