

BEER

journal

TECHNOLOGY
AND INNOVATION

ПИВО. ТЕХНОЛОГІЇ & ІННОВАЦІЇ. ЖУРНАЛ У ЖУРНАЛІ



**OPILLIA
ENGINEERING**



реклама

Україна, м. Тернопіль,
вул. Лозовецька, 15
+38 067 350 83 07
www.opillia.tech

с.20

**«Підземне» пиво
з луцьких надр:**
як Luchan Brothers' Brewery вибудовує
культуру крафту на Волині

с.24

**Смак, атмосфера та
експерименти**
Чим живе та дивує львівська
пивоварня «Правда»



AREOTEK
INDUSTRIAL AUTOMATION

ПРОМИСЛОВА АВТОМАТИЗАЦІЯ ТА ЕЛЕКТРОТЕХНІЧНІ РІШЕННЯ

АРЕОТЕК — інженерна компанія,
що забезпечує **надійні рішення**
з промислової автоматизації
та електротехніки.



ПРОЕКТУВАННЯ
ТА ВИГОТОВЛЕННЯ
ШАФ КЕРУВАННЯ



АВТОМАТИЗАЦІЯ
ВИРОБНИЧИХ ПРОЦЕСІВ



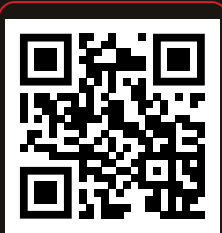
ЕЛЕКТРОТЕХНІЧНІ
РІШЕННЯ ПІД КЛЮЧ



ІНДИВІДУАЛЬНИЙ ПІДХІД
ТА ТЕХНІЧНА ПІДТРИМКА



ЯКІСТЬ, НАДІЙНІСТЬ,
ЕФЕКТИВНІСТЬ



СКАНУЙ ТА ПЕРЕХОДЬ
НА САЙТ AREOTEK



ТОВ «АРЕОТЕК»



Львівська обл., Львівський р-н,
с. Скнилів, вул. Окружна, будинок 21-А



Директор:
Янічко Олександр Володимирович



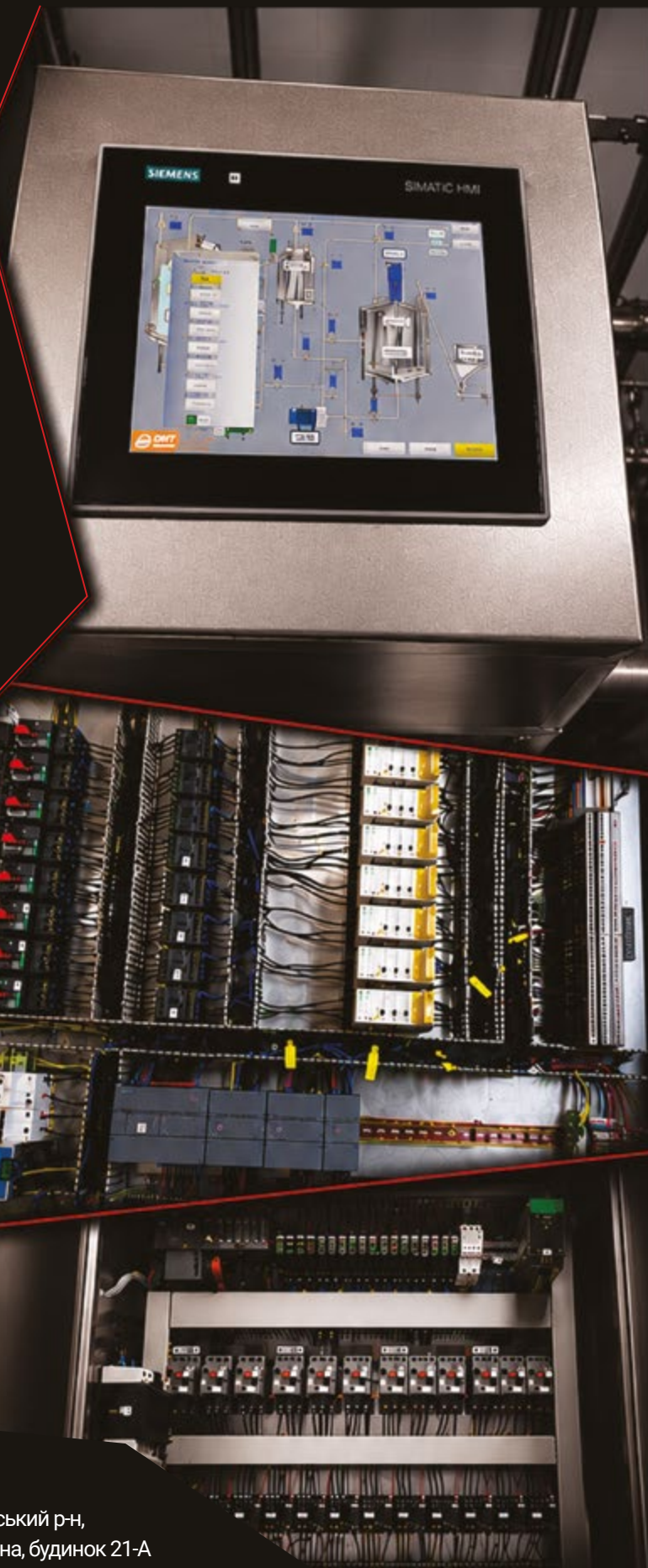
+380 63 691 35 91 – Олександр Янічко



www.areotek.com.ua



info@areotek.com.ua



**АВТОМАТИЗАЦІЯ,
ЯКА ПРАЦЮЄ
НА ВАШ УСПІХ!**



BBREWERY.COM.UA

ВАРИМО ЖИВЕ ПИВО...



Київська обл., Броварський р-н,
с. Залісся, вул. Центральна, 20/9

+380 50 446 64 33

КУПИТИ
ПИВО МОЖНА
bbrewery.store



XVII Beer&Craft Drink Forum відбудеться 22–23 жовтня:

сильні броварні, сильні бренди, сильна Україна

Попри виклики воєнного часу, українське крафтове та незалежне пивоваріння продовжує розвиватися, впроваджувати інновації та відкривати нові можливості для зростання. Важливу роль у цьому відіграє Beer&Craft Drink Forum – професійний майданчик, який уже багато років об'єднує пивоварів, виробників обладнання та експертів для обміну досвідом, презентації нових технологій і пошуку ефективних рішень для розвитку галузі. Саме численні побажання пивоварів, партнерів і постійних учасників стали підставою для повернення до традиційного формату проведення форуму двічі на рік, який організовують медіагрупа «Технології та Інновації» та фаховий спеціалізований журнал «Напої&Пиво. Т. І.». Наступна зустріч професійної спільноти відбудеться 22–23 жовтня 2026 року в Рівному, у готелі Optima Collection Бергшлосс, де пройде XVII Міжнародний Форум пивоварів, дистиляторів та виробників напоїв Beer&Craft Drink Forum. Програма Форуму поєднає насичений конференційний день із практичним бізнес-туром на провідні підприємства Рівненщини та Волині – пивоварню «Волинський Бровар», пивзавод «Рівень» і Музей хмелярства та пивоваріння історичної Волині.

ГОЛОВНА ІДЕЯ ФОРУМУ – «СИЛЬНІ БРОВАРНІ. СИЛЬНІ БРЕНДИ. СИЛЬНА УКРАЇНА».

Мета Форуму – об'єднати професійну спільноту навколо розвитку українського пивоваріння, сприяти впровадженню нових технологій, пошуку партнерів і створенню сильних, конкурентних та впізнаваних українських брендів.

22 жовтня учасників чекає виставка сучасних технологій, обладнання, інгредієнтів і пакувальних рішень, презентації новинок, дегустації продукції та професійні зустрічі з представниками галузі.

Центральною частиною Форуму стане конференційна програма з п'ятьма дискусійними панелями. Під час першої панелі експерти та учасники ринку обговорять стан українського пивоваріння, зміни споживчих тенденцій і ключові рішення для подальшого розвитку галузі.

Наступна панель буде присвячена економіці виробництва: експерти обговорять оптимізацію витрат, енергоефективність, автоматизацію та сучасні цифрові рішення для підвищення ефективності броварень.

Одна з панелей буде присвячена розвитку сегмента NoLo: сучасним технологіям безалкогольного пива, новим категоріям напоїв і можливостям диверсифікації виробництва.

Четверта панель буде присвячена брендингу, па-

кованню та сучасним пакувальним рішенням, які допомагають виробникам створювати впізнавані й конкурентні продукти.

Завершить програму п'ята стратегічна панель про диверсифікацію пивоварного бізнесу, де учасники обговорять розвиток нових напрямів – від дистилятів і сидру до безалкогольних напоїв та мультибрендових компаній.

У програмі – тематичні доповіді, презентації інноваційних технологій, практичні кейси та досвід провідних виробників, що допоможуть учасникам отримати актуальні знання й обмінятися професійним досвідом.

Під час Форуму вже традиційно буде проведено **Благодійний аукціон** товарів і послуг, які нададуть партнери й учасники на підтримку пивоварів-захисників ЗСУ.

Традиційним завершенням Форуму стане **Народна дегустація пива та дистилятів** від українських виробників. Учасники матимуть можливість познайомитися з різноманіттям напоїв, поспілкуватися з колегами, поділитися практичними напрацюваннями та знайти нові ідеї для розвитку.

23 жовтня учасники вирушать у бізнес-тур на провідні підприємства Рівненщини та Волині – пивоварню «Волинський Бровар», пивзавод «Рівень» і Музей хмелярства та пивоваріння історичної Волині, де ознайомляться із сучасними виробничими процесами та практичним досвідом галузі.

Організатори – медіагрупа «Технології та Інновації» – запрошують до співпраці пивоварні, пивзаводи, паби, ресторації та дистилерії. Разом популяризуємо українські бренди пива, сидрів і дистилятів та працюймо задля розвитку галузі й Перемоги України.





Валентин та Олексій Поповичі,
засновники броварні



Черговий магазин
мережі Luchan



Кожному сорту -
свій келих



Основна лінійка Luchan – це класичні знані міжнародні стилі.
Регулярні лімітовані варки – це яскраві експерименти відповідно до останніх пивних тенденцій.



Ресторан від броварні -
завжди гарна ідея



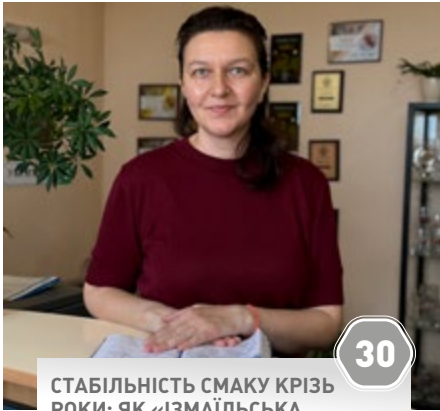
Виробництво – завжди безперервний процес.

Вдосконалюємось та ростемо.



Хороше пиво об'єднує хороших людей

Ресторан «Luchan Beer&Gastro»



СТАБІЛЬНІСТЬ СМАКУ КРІЗЬ РОКИ: ЯК «ІЗМАЇЛЬСЬКА ПИВОВАРНЯ» ПРАЦЮЄ У ВОЄННИЙ ЧАС

30



ПИВОВАРНЯ ЯК ПРОСТІР ВРАЖЕНЬ. УЧАСНИКИ БІЗНЕС-ТУРУ ПОБУВАЛИ У «САМОГОННІЙ РЕСТОРАЦІЇ "КОВЧЕГ"»

39



CRAFT BEER & VINYL #12 У ЛЬВОВІ: ПОНАД 40 БРОВАРЕНЬ, МУЗИКА І НОВІ СМАКИ КРАФТУ

50

НОВИНИ

- 6 Завдяки діяльності Асоціації незалежних броварів України оновлено національний стандарт для пивоваріння

ПОДІЇ

- 8 XVI Beer&Craft Drink Forum 2026. Пивоварна галузь України: інновації, виклики та розвиток ринку

ПИВОВАРІННЯ: ДОСВІД

- 20 «Підземне» пиво з луцьких надр: як Luchan Brothers' Brewery вибудовує культуру крафту на Волині
- 24 Смак, атмосфера та експерименти. Чим живе та дивує львівська пивоварня «Правда»

ТЕХНОЛОГІЇ

- 27 Під повним контролем: як компанія «АРЕОТЕК» будує пивоварні майбутнього

ПИВОВАРІННЯ: ДОСВІД

- 30 Стабільність смаку крізь роки: як «Ізмаїльська пивоварня» працює у воєнний час

ТЕХНОЛОГІЇ

- 33 Українські ПЕТ-кеги для європейського пивоваріння: досвід MCT Company у Польщі та Чехії Українські ПЕТ-кеги для європейського пивоваріння: досвід MCT Company у Польщі та Чехії

БІЗНЕС-ТУР

- 36 Від виробництва до інженерії: що вразило гостей бізнес-туру на «Опіллі»
- 39 Пивоварня як простір вражень. Учасники бізнес-туру побували у «САМОГОННІЙ ресторації "Ковчег"»

ТЕХНОЛОГІЇ ПИВОВАРІННЯ

- 42 Crossflow-фільтрація: контрольований процес фільтрації напоїв. Opillia Engineering розглядає цей напрям як перспективний для виробництва напоїв
- 45 Надійні чилери для пивоварень будь-якого масштабу пропонує компанія EVROPROM
- 48 He-Saccharomyces: як нетрадиційні дріжджі змінюють сучасне пивоваріння. Компанія Fermentis пропонує нові рішення для виробників напоїв

ПОДІЇ

- 50 Craft Beer & Vinyl #12 у Львові: понад 40 броварень, музика і нові смаки крафту

ТЕХНОЛОГІЇ

- 54 Не просто келих: як мерч стає частиною бренду. Компанія Consept glas презентує успішні кейси



SafBrew™ LA-02

ІДЕАЛЬНІ ДРІЖДЖІ З НЕГАТИВНИМ POF ДЛЯ ДЕЛІКАТНОГО БЕЗАЛКОГОЛЬНОГО ТА СЛАБОАЛКОГОЛЬНОГО ПИВА

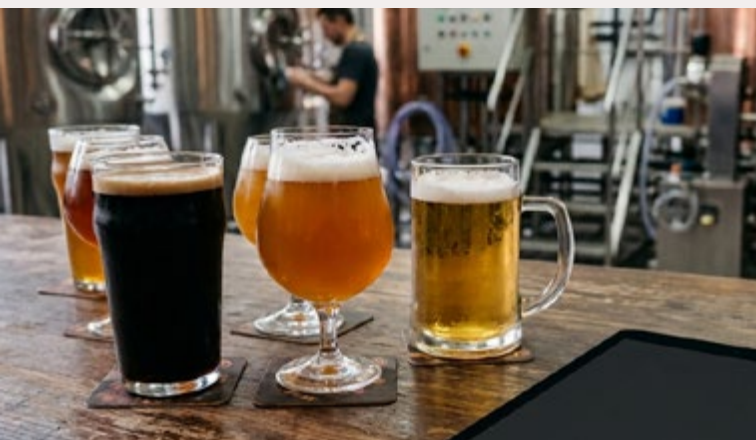
Представляємо **SafBrew™ LA-02** — наш інноваційний штам дріжджів **non-Saccharomyces**, спеціально розроблений для виробництва смачного пива категорії NOLO (безалкогольного або з низьким вмістом алкоголю). Цей штам *Torulaspora delbrueckii* є справжнім проривом, оскільки ферментує лише прості цукри, залишаючи складні вуглеводи недоторканими. Завдяки дуже низькому ступеню зброджування (5-10%) **SafBrew™ LA-02** забезпечує нейтральний профіль ферментації без фенольних або пряних нот. У результаті отримується чисте, збалансоване пиво, яке зберігає складність солодового смаку, водночас підтримуючи низький вміст алкоголю.



MORE INFORMATION
ABOUT THE PRODUCT

Оновлено національний стандарт для пивоваріння

завдяки діяльності Асоціації незалежних броварів України



Українське пивоваріння розвивається навіть в умовах безпрецедентних викликів. Незалежні броварні не лише підтримують виробництво, створюють робочі місця та розвивають культуру споживання якісного пива, а й формують нові стандарти розвитку галузі. Важливу роль у цьому процесі відіграє Громадська спілка «Асоціація незалежних броварів України», яка об'єднує виробників для спільного вирішення професійних, технічних та нормативних питань. Зокрема, представники Асоціації взяли участь у роботі Технічного комітету стандартизації ТК 67 «Пиво та безалкогольні напої». У результаті прийнято новий національний стандарт ДСТУ 3888:2026 «Пиво. Загальні технічні умови». Таку інформацію журналу «Напої & Пиво. Технології та Інновації» надала Громадська спілка «Асоціація незалежних броварів України».

Відповідно до наказу ДП «Український науково-дослідний і навчальний центр проблем стандартизації, сертифікації та якості» № 91 від 27 квітня 2026 року, новий стандарт набуває чинності з 1 серпня 2026 року та замінює ДСТУ 3888:2015. Рішення було прийняте на підставі протоколу Технічного комітету стандартизації 67 «Пиво та безалкогольні напої» від 5 лютого 2026 року № 2.

Робота над оновленням ключового нормативного документа для українського пивоваріння була проведена у разі з профільними експертами, науковими установами та представниками галузі. Це важливий крок у напрямку гармонізації української нормативної бази з європейськими підходами до виробництва та контролю якості пива.

– Участь Асоціації в роботі над оновленням ДСТУ має особливе значення для незалежних виробників. Зокрема, члени Асоціації донесли позицію галузі щодо сучасних технологій виробництва, допомогли

врахувати потреби крафтового сегменту та забезпечити відповідність національних вимог сучасним міжнародним практикам. Також ця подія засвідчила, що члени Асоціації ефективно представляють інтереси незалежних виробників на державному рівні. Окрім цього, Асоціація бере участь у фахових консультаціях щодо регуляторної політики, змін законодавства та нормативної бази, що безпосередньо впливають на роботу українських пивоварень, – зазначають в Асоціації.

Діяльність спілки сьогодні зосереджена не лише на підтримці окремих броварень, а й на системному розвитку всієї пивоварної галузі України. Члени Асоціації поставили перед собою велику мету – розвивати незалежне пивоваріння в Україні, підтримувати малих і середніх виробників, захищати інтереси галузі та створювати умови для підвищення конкурентоспроможності українського пива на внутрішньому й міжнародному ринках.

Відповідно до цієї мети, члени Асоціації успішно реалізують багато важливих завдань. Зокрема, вони сприяють професійному розвитку галузі.

– Упродовж останніх кількох років члени спілки підвищують культуру виробництва пива, впроваджують сучасні технології і покращують системи контролю якості. Особливу увагу фахівці приділяють санітарії виробництва, системам контролю якості, мікробіологічній безпеці, стабільності продукції та впровадженню міжнародних практик у виробничі процеси, – наголошують в Асоціації.

Діяльність Асоціації також спрямована на популяризацію українського крафтового пивоваріння. Члени спілки презентують українські бренди на фестивалях, професійних конференціях та міжнародних виставках. Це формує позитивний імідж українського пива як якісного та конкурентоспроможного продукту.

Члени Асоціації регулярно організовують галузеві зустрічі, технічні семінари, навчальні заходи та професійні дискусії. Це не лише сприяє ефективному обміну досвідом між пивоварами, технологами, власниками підприємств та постачальниками обладнання, а й допомагає оперативно реагувати на виклики ринку та впроваджувати найкращі практики сучасного пивоваріння.

– Сьогодні Асоціація незалежних броварів України – не лише професійне об'єднання виробників, а й майданчик для створення нових партнерств, генерації ідей, розвитку професійної спільноти та формування майбутнього українського пивоваріння. Спільна робота членів Асоціації демонструє, що розвиток галузі неможливий без співпраці, професіоналізму та активної участі виробників у процесах, які визначають правила гри на ринку, – підсумовують в Асоціації.

**Час для нових можливостей —
переосмислення бізнес-моделей**

Споживчі тенденції змінюються,
виробництва стають більш гнучкими, а
портфелі продукції — ширшими.
BrauBeviale демонструє рішення для
всього ланцюга створення вартості у
виробництві напоїв — від інноваційних
інгредієнтів і розумних технологій
виробництва до концепцій сталого
пакування.

**Зараз настав час активно формувати
можливості — відвідайте BrauBeviale.**



Усі напої. Одне майбутнє.

**Міжнародна виставка
для індустрії напоїв.**

Brau Beviale

**10–12
листопада
2026 року**

**Виставковий
центр
Нюрнберг**

XVI Beer&Craft Drink Forum 2026

Пивоварна галузь України: інновації, виклики та розвиток ринку



Форум пивоварів і дистилляторів, який уже 10 років поспіль є ефективною платформою для презентації сировини, обладнання та новітніх технологій, традиційно об'єднує виробників і технологічні компанії галузі, сприяючи розвитку якості продукції, впровадженню інновацій та розширенню ринку збуту для виробників пива й дистилатів. У Тернополі, в готелі Vatra, відбувся XVI Форум пивоварів, дистилляторів та виробників напоїв Beer&Craft Drink Forum 2026. Захід успішно зібрав понад 120 учасників – представників галузі та технологічних компаній, які працюють у різних сегментах виробництва напоїв і зацікавлених у розвитку своїх підприємств та у пошуку нових ринків. Організатором виступила медіагрупа «Технології та Інновації», яка підготувала насичену дводенну програму. Протягом першого дня учасники обговорювали ключові тенденції галузі: підсумки 2025 року та виклики 2026-го для українського пивоваріння, розвиток крафтового сегменту та його конкурентні перспективи, питання стабільності та якості пива – від сировини й технологій до контролю смаку, а також еволюцію світових і українських пивних стилів і нові експериментальні напрями ринку напоїв. Другий день Форуму, 3 квітня, був присвячений бізнес-туру. Учасники відвідали пивоварню «Опілля» та ресторан-пивоварню «САМОГОНна ресторація "Ковчег"», де ознайомилися з виробничими процесами та особливостями роботи підприємств.

На початку Форуму учасники вшанували хвилиною мовчання всіх героїв, які віддали своє життя за вільну Україну, а також людей, які постраждали внаслідок війни. Потім з вітальним словом до учасників Форуму звернулися засновниці медіагрупи «Технології та Інновації» **Катерина КОНЄВА та Надія ЯЦУК**:

– Шановні колеги, партнери, друзі, вітаємо вас на нашому XVI Форумі пивоварів, дистилляторів і виробників напоїв – нині під назвою Beer&Craft Drink Forum 2026. Для нас цей Форум особливий, адже рівно 10 років тому, у березні, в Києві ми провели наш перший Форум пивоварів і дистилляторів. На той час виробників крафтового пива було кілька десятків, а нині це потужна галузь, яка представлена не лише в Україні, а й за кордоном. Головне – сформувалася професійна спільнота пивоварів. Вітаємо нашу Асоціацію «Незалежних броварів України», яка об'єднала вас і вирішує найактуальніші проблемні питання. І яка є нашим Головним Організаційним партнером цього заходу. Сьогодні в залі зібралися люди з усієї України – Ізмаїлу і Одеси, від Миколаєва і Херсона, від Дніпра і Харкова до Ужгорода і Мукачева, Львова, Івано-Франківська, Чернівців. Це дуже радує: попри всі складнощі військового часу, ми змогли зібратися в Тернополі. Хотілося б назвати його мирним, але, на жаль, нині вся країна потерпає від російської агресії. Медіагрупа «Технології та Інновації» багато років двічі на рік збирала вас на Форуми. Разом з нами завжди були технологічні компанії, що допомагають вам розвиватися. П'ять років поспіль ми проводили дегустаційний конкурс East European Beer

Award, який об'єднував величезну кількість пивоварів. Пам'ятаю, що за один конкурс проходило до трьох тонн пива. Той конкурс завершився, але будуть наступні – життя триває. Сьогодні ми дали Форуму нову назву – Beer&Craft Drink Forum 2026, адже хотіли розширити його поняття. Говоритимемо не лише про пиво, а й про інші напої, які пивовари починають виробляти – і роблять це досить успішно. Дякую кожному, хто сьогодні тут з нами, – зазначила головна редакторка та співзасновниця медіагрупи «Технології та Інновації» Катерина Конєва.

До вітального слова долучився **Володимир Стахів**, директор департаменту агропромислового розвитку **Тернопільської обласної державної адміністрації**, який зазначив:

– Пивовари займають значну частку виробництва в Тернопільській області – близько 1,9 млрд грн, тоді як виробники дистилатів – 1 млрд грн. Сьогодні місцеві виробники активно працюють на експорт, постачаючи продукцію до країн Європи та Америки. Окремо варто відзначити крафтових пивоварів, які розвивають оригінальні напої та унікальні рецептури.

Також виступив **Євген Блохін**, директор з розвитку **ТОВ «Пивоварня «Опілля»**, який розповів про розвиток виробничих потужностей компанії та розширення її інженерного напрямку:

– Пивоварня «Опілля» – це не лише виробник пива в регіоні, а й виробник обладнання. Починаючи з модернізації у 2015 році, на підприємстві було створено підрозділ, який займався розробкою та виготовленням обладнання для пивоваріння. За ці роки ми розвинули ці компетенції настільки, що у 2025 році облаштували власний цех із виробництва обладнання та заснували інженерний напрям Opillia Engineering.

УКРАЇНСЬКЕ ПИВОВАРІННЯ 2025–2026: ВИКЛИКИ, КОНКУРЕНЦІЯ ТА НОВІ МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ КРАФТУ

Попри виклики воєнного часу, український пивоварний ринок демонструє стійкість: крафтові броварні зміцнюють позиції, виробники активно модернізуються, а українське пиво здобуває міжнародні відзнаки. Сектор продовжує адаптацію до нових економічних умов, водночас зберігаючи динаміку розвитку та підвищення якості продукції.

У програмі першого дня Форуму відбулася дискусійна панель, присвячена сучасному стану та перспективам розвитку пивоварної галузі України. Експерти обговорили ключові напрями, серед яких – розвиток професійної освіти пивоварів, удосконалення сенсорного оцінювання пива, формування системи професійних дегустацій та роль конкурсів, зокрема «ГЕРЦЬ БРОВАРЕНЬ», у підвищенні якості й стандартизації українського крафту. Окрему увагу приділили питанням гармонізації національного законодавства з європейськими нормами, необхідності оновлення ДСТУ та посилення вимог до контролю якості пивоварної продукції. Модератором панелі виступив **Дмитро Некрасов**, голова Асоціації «Незалежні броварні України» – організації, що формує професійну політику та представляє інтереси малого пивоваріння в країні.

Школа пивоварів працює з 2018 року та є освітнім проектом, що готує фахівців для крафтової інду-



стрії, розповідає **Віктор Ващук**, співзасновник «Школи пивоваріння Beer Innovation School», керівник проєктів **Beermaster Brewery/«Власні броварні Сільпо»**:

– У нас є інтенсивні курси, частина з яких сформована під підготовку до конкурсу «ГЕРЦЬ БРОВАРЕНЬ», який ми провели вперше минулого року і який об'єднав багато броварів. Ми приділяємо особливу увагу сенсорному аналізу та дефектології не лише пива, а й міцних напоїв і вина. Після успішного навчання та іспиту найкращих випускників ми рекомендуємо як дегустаторів. У Школі броварів слухачі опановують розпізнавання дефектів та специфіки смаку за міжнародними стандартами. У 2025 році було проведено п'ять курсів і підготовлено близько 60 дегустаторів. У конкурсі «ГЕРЦЬ БРОВАРЕНЬ» брали участь близько 30 професійних суддів.

Як розповідає Віктор Ващук, нові курси заплановано на червень–липень цього року. Професійна дегустація передбачає, що кожен стиль пива має бути описаний чіткими характеристиками, яким він має відповідати. Конкурс проводиться за системою BJCP – світового класифікатора пива, що охоплює близько 140 стилів.

Далі виступив **Юрій Заставний**, засновник та співвласник пивоварні «Правда», адже конкурс «ГЕРЦЬ БРОВАРЕНЬ» вперше проходив минулого року у Львові на території !FESTrepublic, що належить пивоварні «Правда»:

– Професійна спільнота пивоварів має важливу місію – супроводжувати освітній процес, організовувати його та давати можливість вчитись. Наш конкурс є частиною цього процесу, так само як і діяльність Асоціації загалом. Цього року ми проведемо Craft Beer & Vinyl Music Fest 12 у Львові 15–17 травня – і це теж елемент нашої освітньої роботи. Ми маємо навчати широку аудиторію споживачів, а також суддів та експертів настільки, наскільки це можливо. Не так важливо, скільки зараз пивоварень в Україні – 150 чи 200. Важливіший напрямок розвитку всієї галузі. Статистика показує, що споживання алкоголю та пива у світі падає протягом останніх 5–20 років. Водночас зростають нішеві та преміальні сегменти, люди хочуть пити менше, але краще – тренд на низькоалкогольні та безалкогольні продукти очевидний. Враховуючи ці виклики, завдання Асоціації – моніторити ситуацію, усвідомлювати зміни та реагувати разом, аби підвищувати якість роботи пивоварень та підтримувати галузь.

Під час панельної дискусії експерти обговорили розвиток крафтового сегмента, інституційне зміцнення галузі та нові підходи до регулювання виробництва пива.

– Ключові напрями роботи Асоціації – це освіта, налагодження комунікації в галузі, популяризація пива



Надія ЯШУК (медіагрупа «Технології та Інновації»),
Галина КОРЕНЬКОВА (ПрАТ «Укрпиво»), Катерина
КОНСВА (медіагрупа «Технології та Інновації»)

та взаємодія з органами влади щодо спрощення умов для малих browарень, адже наші можливості суттєво відрізняються від можливостей великих виробників. Нещодавно долучилися до роботи над оновленням ДСТУ на виробництво пива. Держава офіційно визнала малих пивоварів – і це результат системної співпраці з депутатською групою, яка нас підтримала, – каже Дмитро Некрасов.

Юлія Кириленко, технолог **Beermaster Brewery** (Молдова) та заступниця директора **Асоціації «Незалежні browарні України»**, наголосила на важливості роботи спілки та результатах оновлення ДСТУ:

– Цього року відбулося оновлення ДСТУ, і ми запропонували зміни, важливі як для малих, так і для великих виробників. Мені випала честь представляти асоціацію в роботі технічного комітету. Члени комітету уважно розглянули та підтримали усі наші пропозиції. Це важливий крок для розвитку галузі та створення комфортних умов роботи для всіх учасників ринку.

Підсумовуючи результати проведеної роботи, Юлія Кириленко наголосила на важливості консолідації галузі та отриманої підтримки з боку держави.

– Було приємно відчувати реальну підтримку та усвідомити, що ми можемо продовжувати працювати й розвиватися в цій сфері. Змін було запропоновано багато – не лише з боку нашої Асоціації. Оскільки ми невеликі виробники й не маємо значного юридичного ресурсу, ми внесли ключову пропозицію: запровадити єдину технологічну інструкцію з відповідними рецептурами. Нас підтримали – окрему технологічну інструкцію від нас не вимагатимуть, і ми зможемо працювати в узгодженій системі. Також до переліку допоміжних матеріалів додано молочнокислі бактерії, що дозволить якісно працювати з кислими сортами пива. Це лише перший крок. Попереду — напрацювання чіткого алгоритму роботи. Вважаю, що новий документ ДСТУ суттєво спростить і впорядкує нашу діяльність крафтових пивоварень.

Дмитро Некрасов підкреслив ключові результати роботи Асоціації та актуальні виклики галузі:

– Ми також домоглися збільшення дозволеного обсягу виробництва для малих browарень. Як Асоціація, ми ведемо перемовини з податковою, і комунікація з ними значно ефективніша, ніж у кожного виробника окремо. Для наших учасників провели Zoom-конференцію щодо оформлення ліцензій, аби зняти зайві побоювання, що цей процес є надмірно складним або затяжним. Саме тому закликаємо долучатися до Асоціації – ми повинні вирішувати ці та інші питання разом.

ПИВОВАРНА ГАЛУЗЬ УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА НОРМАТИВНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ Й БЕЗПЕЧНОСТІ ПРОДУКЦІЇ

Під час виступу на Форумі **Галина Коренькова**, генеральний директор **ПрАТ «Укрпиво»** – галузевого об'єднання пивоварів України – та керівник **ТК 67 «Пиво та безалкогольні напої»** (позиція галузі щодо стандартів; розвиток пивного ринку; регулювання виробництва пива) наголосила на ключових аспектах розвитку галузі. У своєму виступі експертка окреслила основні тенденції та виклики пивоварної індустрії, зосередивши увагу на змінах нормативної бази, гармонізації стандартів із законодавством ЄС, питаннях державного контролю, акцизної політики та вимогах до безпечності продукції.

– До кінця 2027 року необхідно гармонізувати законодавство України та імплементувати ключові регуляторні кластери, що забезпечують роботу галузей за директивами та регламентами ЄС. У цей період посилюється державний контроль – зокрема, щодо безпечності та якості продукції, безпечності, простежуваності та податкової дисципліни, – інформує Галина Коренькова.

ТЕХНОЛОГІЇ ТА ІННОВАЦІЇ – У СЕРЦІ СУЧАСНОГО ПИВОВАРІННЯ

Вимірювати все. Контролювати якість від краплі до кега

Онлайн-виступ **Володимира ПАШКА**, директора компанії «Донау Лаб Україна» – головного лабораторного партнера форуму, – розпочав технологічний блок і задав його тональність: якість пива – це відтворення специфікації. А без інструментального контролю це порожні слова.

– *Якість – це фактично відповідність тій специфікації, яка запланована у виробництві. Ми починаємо з найменших виробників і показуємо, що навіть домашнє пивоваріння може інструментувати свій процес при мінімальних вкладеннях у бюджет*, – наголосив спікер.

Компанія Anton Paar, яку представляє «Донау Лаб Україна», пропонує повну піраміду рішень. Базовий рівень – портативні пристрої EasyDens і SmartRef, що під'єднуються до смартфона та дозволяють у комбінованому режимі Brew Meister Combo одночасно вимірювати вміст алкоголю ($\pm 0,5$ % об/об), дійсний екстракт ($\pm 0,2$ %) й екстракт початкового сусла ($\pm 0,8$ %). З початком бродіння виникає двокомпонентна система (спирт і вода) тому для точного визначення кожного компонента потрібні два вимірювальні канали одночасно. І саме так конструктивно поєднані EasyDens і SmartRef.

Новинкою лінійки став рН-метр pH2Go – компактний прилад з ISFET-датчиком без скла та точністю $\pm 0,02$ рН, що потребує лише 0,5 мл зразка і має клас захисту IP67. Володимир Пашко наголосив, що відсутність скла критично важлива для виробничого середовища.

Для крафтових пивоварень середнього масштабу призначена серія Alex: моделі 301 та 501 з точністю 0,25–0,2 об. та з двома режимами – контроль бродіння та аналіз готового продукту (спирт, початковий і

дійсний екстракт, калорійність). Для вимірювання CO₂ та кисню безпосередньо на виробництві пивовари можуть використовувати портативний CboxQC Craft. А на великих виробництвах можливий безперервний онлайн-аналіз з датчиками та масовими витратомірами L-Cor на ефекті Коріоліса, що дають точні дані незалежно від температури продукту.

ДРІЖДЖІ НОВОГО ПОКОЛІННЯ: СУХИЙ ЛАГЕР, ФЕРМЕРСЬКЕ ПИВО ТА МАКСИМАЛЬНИЙ АЛКОГОЛЬ

Богдан ДЕМЧЕНКО, представник «Солод України» – головного технологічного партнера форуму від торгової марки Fermentis – представив чотири нових дріжджових продукти серії SafBrew із ферментами.

Fermentis входить до групи Lesaffre та нещодавно відкрила окремий пивоварний кампус для дослідження дріжджів – з бродильними чанами від 1 до 5 гл і лабораторіями мікробіологічного й сенсорного аналізу. Кожен третій батон хліба у світі, за даними групи, вироблено з використанням дріжджів Lesaffre.

Ключова технологічна ідея компанії полягає в тому, що суміш дріжджів з ферментом амілоглюкозидазою (глюкоамілазою) розщеплює декстрини до глюкози, і завдяки цьому дріжджі зброджують практично всі цукри.

– Фермент діє як ножиці. Він відрізає останню молекулу, і дріжджі її з'їдають. Тому цукру у готовому пиві фактично не залишається, – зазначив Богдан Демченко.

Під час свого виступу спікер охарактеризував учасникам форуму дріжджі з ферментами від Fermentis, які пропонує компанія «Солод України». Це, зокрема,



SafBrew LD-20 – ідеальний варіант для сесійних лагерів, брют-ейлів і паст-ейлів. SafBrew HA-18 – елевий штам із глюकोамілазою, що підходить для барлівайнів і пива з високою щільністю. SafBrew DA-16 – нейтральний штам дріжджів, який чудово посилює тілові хмелеві аромати та підходить для стилю IPA. А дріжджі SafBrew DW-17 мають найвищий рівень вінілгваяколу та виражені копчені й деревні тони, тому підходять для складних стилів пива.

КАРАМЕЛЬНІ СОЛОДИ НОВОГО ПОКОЛІННЯ ДЛЯ ПИВОВАРІННЯ ТА ДИСТИЛЯЦІЇ

Ірина КОЛОМІЄЦЬ, представниця компанії «Монукр», офіційного дистриб'ютора бельгійської солодовні Castle Malting в Україні, звернула увагу учасників Форуму на нові типи бельгійського солоду, представлені у 2025 році: ШІАТО Кара Ультра 60 та Кара Ультра 150. Це карамельні солоди Castle Malting нового покоління, унікальність яких полягає як в інновацій-

реклама



БЕЛЬГІЙСЬКИЙ СОЛОД ДЛЯ ОСОБЛИВОГО ПИВА



**Понад 100 типів базового
та спеціального солоду**

200+ типів хмелю

**Широкий асортимент сертифікованого
органічного солоду і хмелю**

Придбати наш солод в Україні
ви можете у ТОВ «Монукр»

www.monukr.com
info@monukr.com
 +38 050 330 97 78

ності технологічного процесу їх виготовлення, так і в ширшій сфері застосування: вони відкривають нові смакові горизонти не лише для пивоварів, а й для майстрів дистиляції.

– В основі цих продуктів лежить унікальна технологія, що базується на оцукрюванні зеленого солоду, тобто пророщених зерен ячменю, парю у спеціально розробленій установці. Прості цукри, які утворюються під час цього процесу, згодом перетворюються на складні сполуки вже в обсмажувальному барабані. Завдяки такому підходу досягається надзвичайно високий ступінь карамелізації, який надає напоям унікальних особливостей. Раніше таких типів солоду у лінійці Castle Malting не було, але тепер ми маємо можливість доповнити ними асортименти наших товарів, – розповіла Ірина Коломієць.

Спікерка наголосила, що компанія «Монукр» вже розпочала регулярні поставки цих нових солодів в Україну і запросила вітчизняних виробників звертатися за товарами Castle Malting і консультаціями щодо їх використання.

МІКС КУЛЬТУР: КОЛИ У ПИВО ПРИХОДИТЬ ВИНОГРАД

Лілія КОЛЕСНИК, технолог-консультант «Касті броварів», під час виступу презентувала практичний досвід застосування винних дріжджів EnartisFerm Perlage® Fruity в пиві Grape Ale від крафтової броварні Beermaster Brewery.

– Зазначений штам дріжджів входить до лінійки Enartis Perlage, розробленою італійською компанією «Enartis» для виробництва ігристих вин. Оскільки компанія «Еногруп» є ексклюзивним дистрибутором продукції Essec-Enartis в Україні, то ми отримали можливість оцінити потенціал дріжджів у новому для них для напрямі – пивоварінні», – зазначила Лілія.

Grape Ale від крафтової пивоварні Beermaster Brewery – це експериментальний сорт, створений на перетині пивоваріння та виноробства. Основою напою є вода, ячмінний солод, свіжовичавлений сік винограду Трамінер 50%, хміль, дріжджі. В результаті отримали елегантний, освіжаючий напій із делікатною кислотністю, фруктову м'якість та гармонійним балансом винних і пивних рис. А витримка на сухій виноградній лозі додала глибини та благородних відтінків. Інформація з сайту Silpo <https://silpo.ua/product>

– На мій погляд, штам EnartisFerm Perlage® Fruity бездоганно інтегрувався в концепцію стилю Grape Ale, підкресливши сортові особливості винограду Трамінер. Завдяки особливості дріжджів – β-глюкозидазній активності – вдалося посилити вивільнення ароматичних сполук і сформувати виразний фруктовий-квітковий профіль напою. Винні дріжджі продемонстрували свою ефективність як потужний інструмент розширення ароматичного спектру в пиві, – підсумувала Лілія Колесник.



Віталій САЗОНЕНКО та Лілія КОЛЕСНИК
(«Каста броварів»)

СТАБІЛІЗАЦІЯ ПИВА: ВЛАСНІ ІНЖЕНЕРНІ РІШЕННЯ ПИВОВАРНІ «ОПІЛЛЯ»

Євген БЛОХІН, директор з розвитку пивоварні «Опілля» (Тернопіль), коротко, але змістовно окреслив шлях підприємства до збільшення терміну придатності пива – питання, критично важливого для виходу на нові ринки:

– Коли наша команда вперше поїхала до Мюнхена, подолавши 1300 км, пиво просто випало в осад. Відтоді ми дуже ретельно працюємо над розв'язанням цієї проблеми: від терміну придатності у кілька тижнів ми дійшли до кількох місяців, а зараз розглядаємо навіть можливість терміну до одного року.

Одним із ключових кроків стало впровадження у 2024 році комплексу генерації азоту продуктивністю 550 м³/год: усі бродильно-лагерні відділення та лінії розливу тепер працюють під азотом у режимі 24/7.

Паралельно було введено в дію установку деаерації води, що знижує вміст розчиненого кисню. Її було розроблено та змонтовано фахівцями Opillia Engineering.

ДЕТАЛЬНІШЕ ПРО ІНЖЕНЕРНІ РІШЕННЯ «ОПІЛЛЯ» ЧИТАЙТЕ В ОКРЕМОМУ МАТЕРІАЛІ З БІЗНЕС-ТУРУ НА ПІДПРИЄМСТВО.

ПЕТ-кег: гнучкість логістики в умовах нестабільності

Андрій ТЕПЕС, регіональний менеджер PET Technologies у своєму виступі акцентував на практичному питанні: як зберегти дистрибуцію за логістичних ризиків воєнного часу?

Компанія з 27-річним досвідом виготовляє кеги власного виробництва – повний цикл від PET-крихти до готового виробу з автоматизованим закачуванням азоту та контролем герметичності без участі людини.

casta-of-brewers.com

Усе для броварства



КАСТА БРОВАРІВ

Найкращі європейські
матеріали та обладнання
для українських
броварів



Солод • Хміль • Дріжджі • Солодові екстракти
Набори для пивоваріння • Фільтрація
Інгредієнти • Ємності • Циліндро-конічні танки
Домашні пивоварні • Ферментери • Розлив • Пляшки
Закупорювання • Кронен-пробка

Україна, Одеса,
с. Лиманка,
вул. Будівельна, 35



Scan for details

+38 050 346 83 47
+38 050 468 99 69
info@casta-of-brewers.com
www.casta-of-brewers.com

– Щоб перевезти 30 літрів напою, можна використати 1 ПЕТ-кег вагою 0,5 кг або 91 скляну пляшку вагою 18 кг. Водночас ПЕТ-кег не іржавіє, не потребує мийки та підлягає переробці, – зазначив спікер.

За його словами, ринок ПЕТ-кегів зросте зі \$450 млн до \$700 млн до 2034 року. До речі, під час дискусійної панелі, про яку йдеться далі, компанія оголосила про переговори з «Донау Лаб» щодо спільних лабораторних досліджень збереження якості пива у кегах у часі, адже це критично важливо для виходу українського продукту на зовнішні ринки.

ОБЛАДНАННЯ, ЩО РАХУЄ КОЖЕН КІЛОВАТ

Юрій ВОЙТЮК, представник GEA Україна, представив рішення компанії для пивоварної галузі – зокрема сепаратори, насоси та клапани. GEA є одним зі світових лідерів у сфері харчового машинобудування з річним обігом понад 5 млрд євро; за допомогою обладнання GEA виробляється кожен другий літр пива у світі.

Натомість «Термо-Пак» пропонує лінії розливу від 3 000 до 10 000 пляшок/год. Ритейл вимагає групового пакування в термозбіжну плівку зі стікером, тому виробники дедалі активніше автоматизують цей процес. СТМ Україна забезпечує запасні частини і конвеєрні комплектуючі (System Plast, Rexnord), даючи змогу модернізувати наявне обладнання без повної його заміни.

А **Сергій БАРИЦЬКИЙ**, комерційний директор «СТМ Україна», наголосив:

– Не обов'язково мати лінію якихось конкретних виробників, адже ми можемо полагодити будь-яке обладнання або ж підібрати аналоги.

Анастасія МАКАРЕВИЧ, директорка з продажів компанії iSolar під час свого виступу запропонувала чотирикомпонентну енергетичну стратегію: сонячна електростанція, система накопичення (BESS), участь у ринку трейдингу й EMS, що керує всіма потоками автоматично.

Перемикання при відключенні мережі відбувається за доли мілісекунди, що непомітно для чутливого виробничого обладнання.

– Найдорожча електроенергія – та, якої немає. Проблема не в тарифі, а у її відсутності, – наголо-



Борис ГІЛЬДІН (пивоварня Mova (м. Дніпро), Богдан ДЕМЧЕНКО («Богданівська пивоварня») та Богдан ТОЧКА (пивоварня Mova (м. Дніпро))

сила спікерка і розповіла про реалізований кейс пивоварні, якій вдається економити близько 1 млн грн на рік.

За словами Анастасії Макаревич, EMS об'єднує всі джерела енергії та споживачів в єдину логіку роботи та керує ними як цілісною системою. У пікові години зменшує споживання з мережі, переключаючи його на накопичену енергію.

Олексій ГЛАДИШЕВ, CEO Levada Consulting, зазначив, що технологічна досконалість виробництва нічого не варта, якщо склад і логістика не встигають за виробником. За його словами, прихованих втрат на підприємствах значно більше, ніж здається: 50 % втрат у складських процесах – це просто нераціональне переміщення персоналу. Тому він запропонував два інструменти: точкову діагностику для швидкого виявлення «вузьких місць» без великих інвестицій і повноцінний логістичний аудит для системних змін.

Якість як спільна відповідальність

Завершальним акордом технологічного блоку стала дискусійна панель «Стійкість і якість пива», яку модерувала **Олена ДЕРІЙ**, головний технолог Varvar Brewery. До розмови долучилися **Тарас ФАЛИК** (броварня «Ципа»), **Богдан ДЕМЧЕНКО** («Богданівська пивоварня»), **Пршемисл БРОЖ** («Кант», Рівне), **Тетяна ВАЩУК** («Школа пивоваріння Beer Innovation School») і **Віктор ВОЛИВЕЦЬКИЙ** (MCT Company).

Спільна логіка виробників у роботі з сировиною – довгострокові контракти та фіксація партії. Богдан Демченко пояснив механіку на прикладі со-



Учасники Форуму під час дегустації пива

лоду: «Богданівська пивоварня» підписує контракти одразу з кількома солодовими заводами (у Славуті, Словаччині, Німеччині та Фінляндії) фіксує конкретний урожай і конкретне поле:

– Щоб пиво було завжди максимально однакове, варто користуватися такими великими контрактами: підписуєшся на партію, постійно її вибираєш – і вона максимально однакова.

Те саме стосується хмелю: навіть сорти з меншою альфа-кислотою можуть давати кращий аромат завдяки вищому вмісту бета-кислот, тому вибір поля має значення не менше, ніж вибір сорту. Тарас Фалик додав, що «Ціпа» свідомо не втручається у хімічний склад джерельної води – лише коригує рН під час застирання кислим солодом, довіряючи природній мінералізації свердловини.

Окрім того, на «Богданівській пивоварні» варниця повністю автоматизована: рецептура прошита в ПЛК, і пивовар фізично не може від неї відступити. Навіть під час відключення електрики процес продовжується на генераторі. Для нестандартних ситуацій (поломки, аварійного відключення, затримки) існує окремий протокол: такий продукт ніколи не маркується як стандартний сорт.

А Пршемисл Брож, який вже 20 років варить пиво в Рівному, будує автоматизацію на чеській філософії: варниця і фільтрація – автоматичні, але щільність сусла вимірюється вручну, бо «вагу її не навчиш». У «Канті» працюють лише відкриті бродильні чани – це спадщина чеської технології. А на пивзаводі «Рівень» паралельно використовують відкриті бродильні чани та стандартні ЦКТ. Власний 16-гектарний хмільник поблизу Дубна та рідкісні дріжджові культури, що щороку привозяться чистою культурою з Праги, дають пиву унікальне поєднання теруару та технології. Саме воно принесло «золото» на міжнародних конкурсах.

Віктор Волівецький із MCT Company підняв тему, яка жваво обговорювалася і в кулуарах: наскільки тара впливає на якість готового продукту. За результатами лабораторних досліджень, PET-кег зберігає органолептику не гірше, а в деяких параметрах навіть краще за металевий. Тому фахівець закликав галузь до спільних тестів: відстежувати залишковий O_2 і CO_2 у кегах через тиждень, місяць, три місяці й на основі реальних даних будувати аргумент для ринку:

– Від того, в чому поїхало пиво і як воно доїхало, його якість залежить не менше, ніж від того, яким його зварили.

Тетяна Ващук зі «Школи пивоваріння Beer Innovation School» максимально точно підсумувала дискусійну панель:

– Яка б автоматизація не була, найголовніше – це все-таки людина: пивовар, який все контролює і розуміє, що він робить. Тому сенсорний аналіз не менш важливий за лабораторний.

МІЖ «ЧИСТОТОЮ» І КРЕАТИВНОМ: ДЕ КЛАСИКА ПЕРЕТИНАЄТЬСЯ З ТРЕНДОМ

У сучасному пивоварінні баланс між традицією та інновацією дедалі виразніше визначає вектор розвитку галузі. Класичні стилі, перевірені часом, залишаються основою асортименту більшості броварень, формуючи впізнавану культуру споживання. Водночас динаміка ринку, поява нових інгредієнтів і зростання вимог аудиторії стимулюють виробників до постійного пошуку – нових смаків, форматів і підходів.

Саме цим тенденціям була присвячена дискусійна панель «Вічні класичні і нові тренди: еволюція стилів пива у світовому та українському пивоварінні». У центрі уваги – поєднання традиційних стилів з сучасними трендами, яке сьогодні визначає динаміку розвитку як світового, так і українського пивоваріння.

Модератор панелі, голова Асоціації «Незалежні броварні України» та засновник First Dnipro Brewery Дмитро НЕКРАСОВ наголосив, що українські броварні нині працюють у широкому спектрі стилів, активно реагуючи на нові можливості, які відкриває ринок сировини та технологій. Своєю чергою, пивовари, наголошують: поєднання перевірених класики з актуальними трендами є ефективним способом залучення нових споживачів й утримання уваги досвідчених поціновувачів пива.

– Досі дехто з колег вважає, що напої з різноманітними додатками – це не пиво, апелюючи до відомого німецького закону про чистоту пива. Але тримати баланс між класикою та експериментами цілком можливо. У кожній броварні є сорти-«локомотиви», що стабільно приносять прибуток. Натомість, варячи цікаві новинки з додатками, ми можемо спонукати людей спробувати щось нове й зацікавитися нашою продукцією. Однак для впровадження нових трендів важливі як ідея, так і професійний підхід до підбору компонентів. Скажімо, якщо йдеться про фруктові добавки, необхідно забезпечити високу якість процесу пастеризації. Водночас

реклама

BELGIAN HEART
est. 2010
MALLE
BREWERY

**Офіційний
постачальник
в Україні**
ФОП Виноградов В.В.

**08700 м.Обухів,
вул.Київська 132/2**

www.dingemansmout.be

Тел./Telegram/Viber:

067-960-12-54

packaging bag 25kg



	EBC	Смак	Засип
PILSEN MD	3	м'який солодовий	до 100%
Dextrin MD	3	підходить для слабоалк. та безалк. пива	до 25%
WHEAT MALT MD	3,5	Особливий тонкий пшеничний смак	до 70%
PALE ALE 9 MD	9	Надає золотистого кольору, солодового характеру	до 100%
MUNICH 15 MD	15	виражений солодовий	до 80%
Maris Otten MD*	3	з легким горіховим і бісквітним смаком	до 100%
Amber/Aromatic MD	50	дуже міцний солодовий	до 30%
Aroma 150 MD	150	підвищує стабільність смаку та повноту пива	до 20%
Melanoidin MD	70	Посилений солодовий аромат	до 25%
CARA 20 MD	20	легка карамель	до 30%
CARA 50 MD	50	насичений карамельний, солодкий медовий смак	до 25%
CARA 120 MD	120	Яскравий солодко-карамельний смак	до 25%
CARA 200 MD	200	Темна карамель	до 15%
SPECIAL B MD	300	Яскраво виражений карамельний смак	до 15%
Biscuit 50 MD	50	Теплий хліб і печиво	до 30%
Coffee Mroost 450 MD	450	Горіховий, Кавові зерна	до 5%
Mroost 900 MD	900	шоколад, какао-боби, кавові зерна	до 5%
Mroost 1400 MD	1400	міцна кави, капучіно і какао	до 5%
Pealed roasted barley MD	1200	кава в зернах, ірис	до 5%
Chocolate Rye 300 MD	300	Шоколад, какао-боби, тонка гострота	до 5%



На стенді компанії «Теплі моря»

напої, що сьогодні вважаються експериментальними, з часом можуть еволюційно стати класикою, – зазначає представник **LUCHAN BREWERY** з Луцька **Арсен ПОПОВИЧ**.

Чимало інновацій та цікавих нових ідей українські виробники переймають у країн з давніми традиціями пивоваріння. Деякі броварні успішно адаптують європейські стилі, доповнюючи їх власним баченням. Зокрема, броварню Malle brewery (м. Обухів, Київська обл.) її засновники позиціонують як «класичну бельгійську броварню з українською душею», розповідає головний пивовар-технолог Malle brewery **Валерій ВІНОГРАДОВ**.

– Ми обрали непростий шлях: варимо бельгійські сорти на бельгійській сировині та обладнанні. Розпочинаючи цей проєкт, ставили за мету працювати лише з класичними, перевіреними століттями стилями.

Крафтове пивоваріння в Україні нині розвивається за принципом «і чужому навчайтесь, й свого не цурайтесь», зазначає **СЕО ПрАТ «Хмельпиво» Аліна РАДЗІЄВСЬКА**, яка працює у галузі близько 20 років. За її словами, українські виробники успішно запозичують світовий досвід і формують власне бачення і стиль.

Саме оптимальний баланс між трендовими новаціями та класичними підходами є запорукою сталого розвитку галузі, переконаний **директор з виробництва компанії «Уманьпиво» Станіслав ОМЕЛЬЧУК**. Це підприємство, поряд з відомими лініями традиційних сортів, віднедавна активно розвиває нові напрямки нетрадиційних сортів пива.

– Щоб знайомити споживачів з новими сортами, ми переглядаємо асортимент. Позиції з низьким попитом поступово зніматимемо з виробництва, натомість будемо пропонувати новинки. Уважно стежимо за світовими тенденціями, переймаємо цікаві рішення. Хоч на великих пивоварнях впроваджувати експериментальні сорти складніше, ніж на малих. Проте я переконаний, що нетрадиційні сорти пива в Україні й надалі зростатимуть. Важливо популяризувати власний продукт, формувати унікальне обличчя пивоварної галузі України – зазначає **Станіслав Омельчук**.

Учасники дискусії зійшлися на думці, що баланс потрібен у всьому: як у формуванні асортименту, так і в реагуванні на запити ринку. Споживачів варто постійно знайомити з новими смаками, при цьому враховуючи їхні вподобання та запити. Зрештою, жвава

професійна дискусія навколо трендів лише підтверджує: українське пивоваріння перебуває у фазі активного розвитку. Адже, як слушно зауважив один з учасників панелі, «те, що ми сьогодні дискутуємо про пиво, означає, що пивоварна галузь України справді живе та розвивається».

ВЕКТОР – НА БЕЗАЛКОГОЛЬНІ ЕКСПЕРИМЕНТИ

Тематика ще однієї дискусійної панелі – «Нові експерименти на ринку напоїв» – органічно продовжила розмову про тренди, що визначають сучасний розвиток галузі. Одним з найпомітніших серед них є орієнтація на здоровий спосіб життя, що формує попит на безалкогольні напої та функціональні новинки. Попри те, що драйвером цих змін виступає передусім молоде покоління, українські виробники дедалі активніше інтегрують безалкогольні позиції у свої лінійки, розглядаючи цей сегмент як перспективний напрям розвитку.

Як зауважує модераторка панелі, технолог **пивоварні BeerMaster Brewery (Молдова) та заступниця директора Асоціації «Незалежні броварні України» Юлія КИРИЛЕНКО**, ця тенденція вже має чітке статистичне підтвердження:

– Протягом 2024–2026 років світовий ринок безалкогольних напоїв зріс на 9 %, тоді як виробництво традиційного пива скоротилося на 1 %. Цей тренд розвивається вже не перший рік і активно поширюється в різних країнах. Наприклад, у Німеччині кожне десяте пиво – безалкогольне. Молодь споживає менше алкоголю, і це позитивний сигнал. Тому безалкогольна продукція – це вже не додаток до асортименту, а повноцінна категорія. І великим, і малим виробникам варто оперативно адаптуватися та вчитися створювати якісний продукт у цьому сегменті, – зазначає **Юлія Кириленко**.

Цю тенденцію дедалі виразніше відчувають і українські броварні, роблячи ставку не лише на розширення асортименту, а й на якість продукту. Адже ключове завдання – максимально наблизити смакові характеристики безалкогольного пива до класичного, наголошує **співзасновник пивоварні Мова (м. Дніпро) Богдан ТОЧКА**.

– Спочатку ми просто ввели безалкогольне пиво в асортимент, а згодом воно стало дуже популярним. Сьогодні варимо близько 150 тонн пива на мі-



Партнери Форуму пивоварів та дистляторів – представники компанії MCT Company

сяць, з яких приблизно 50 тонн – безалкогольне. Враховуючи попит, вирішили зробити на ньому акцент. Для цього доведеться відмовитися від кількох традиційних сортів. Наразі маємо два види, світле і темне, та працюємо над третім. Наша мета – максимально відтворити смак алкогольного пива. У світле додаємо більше хмелю, щоб досягти характерної гіркоти, для приготування темного використовуємо палений солод. Звісно, у таких напоях ми відходимо від класичних стилів, але головне – смак, який подобається споживачеві. Тож плануємо й надалі розвивати цей напрям і формувати попит на якісне безалкогольне пиво. Тим паче що на ринку таких пропозицій зараз небагато, – розповідає Богдан Точка.

Та зміни у споживчих уподобаннях не обмежуються лише сегментом «нульового» пива. Як зазначає **головний пивовар BeerMaster Brewery та керівник проекту «Власні броварні “Сільпо”» Віктор ВАЩУК**, молоде покоління дедалі частіше обирає функціональні напої, що поєднують смак і користь для здоров'я.

– Ми розвиваємо лінійку лимонадів з адаптогенними грибами – їжовиком, кордицепсом. Це науково досліджені компоненти з доведеним позитивним впливом на організм. Цікаво, що цієї зими продажі таких напоїв перевищили літні показники минулого року. Загалом тренд на зменшення вмісту алкоголю є дуже відчутним у світі. Водночас класичні сорти поки що утримують позиції: у нашому рейтингу продажів лідирує пшеничне пиво, далі – томатне та IPA, стабільно продається й лагер. Проте сегмент безалкогольних напоїв зростає, і це, очевидно, впливає на зміну споживчих звичок. Тому важливо зберігати баланс між комерційною складовою та експериментами, – зазначає Віктор Ващук.

Попри зростання популярності нових форматів, класика залишається затребуваною. Це підтверджують і на пивоварні Malle brewery, що спеціалізується на бельгійських стилях. За словами **очільниці Malle brewery Світлани ДУБИНЮК**, у 2025 році серед лідерів продажів – бельгійський ель Malle № 1, пшеничне White та класичний Blonde. Зараз броварня також експериментує з безалкогольним сегментом.

– Наша пивоварня має специфічну конструкцію, тому варити безалкогольне пиво технічно складно. Втім, ми залучили додаткові виробничі потужності і вперше зварили безалкогольне охмелене пиво. Назву ще обираємо, але відгуки гостей ресторану при броварні дуже позитивні. Напій уже представлений на крані й має попит. Його також схвально оцінив власник броварні – бельгієць Вернер ван Ломмел. Загалом у Європі також спостерігається тенденція до зменшення вмісту алкоголю. Тому в перспективі плануємо створити дуже легке пиво з міцністю близько 1,25 %, – ділиться планами Світлана Дубинюк.

Учасники дискусії погоджуються: сегмент безалкогольних і функціональних напоїв уже сьогодні формує нову культуру споживання. Водночас ключовим викликом для виробників залишається пошук балансу – між класикою і новаціями, смаком і користю, комерційною доцільністю та творчим підходом.



Надія ЯЩУК (праворуч) (медіагрупа «Технології та Інновації») з представниками компанії Tарі

ЕКСПЕРИМЕНТИ ЯК СТРАТЕГІЯ

Потребу у впровадженні нових ідей пивовари активно обговорювали не лише в межах дискусійних панелей. Форум став для них майданчиком, де поєднуються технологічні знання та живий обмін досвідом – а отже, й джерелом натхнення для формування актуального асортименту.

Активно експериментувати найближчим часом планують на підприємстві «Канівське пиво». Як розповідає **директор ТОВ «Канівське пиво» Михайло КУЛЄШОВ**, такі плани пов'язані із запуском нового виробництва:

– Наразі ми завершуємо будівництво і готуємо до запуску завод потужністю 150 тонн пива на місяць, тому часу на експерименти поки що обмаль. Після старту виробництва плануємо використовувати нашу малу пивоварню саме як майданчик для нових ідей. Сьогодні стабільно варимо основну лінійку, яку нещодавно доповнили новим сортом – українським Golden Ale. Він вийшов дещо нестандартним, але має свій характер і смак. У планах також розвиток безалкогольного напрямку. Поки що пропонуємо натуральні лимонади, без хімії, без стабілізаторів, без ароматизаторів, підтримуючи тренд на здоровий спосіб життя, – зазначає Михайло Кулешов.

Не менш важливими експерименти є й для невеликих крафтових броварень, які працюють з обмеженим асортиментом, але прагнуть постійно оновлювати пропозицію. Саме тому для них особливо цінний досвід великих виробників та можливість переймати ефективні підходи до роботи з ринком, зауважує засновник Fichte'n Brewery (м. Ужгород) Борис СМЕРЕКА.

– Ми – сімейна броварня, працюємо з 2017 року. Варимо як класичні, так і експериментальні сорти, розробляємо також безалкогольні напої. Найпопулярнішими залишаються лагер і Helles – світлий лагер. Чимало споживачів обирають також IPA та пиво з фруктовими смаками. Як крафтовому виробнику нам цікаво спостерігати за підходами великих компаній. Адже незалежно від масштабу бізнесу всіх об'єднують базові завдання – підвищення якості продукції та залучення споживача, – говорить Борис Смерека.

Утім, українське пивоваріння сьогодні – це не лише про розвиток та експерименти, а й про стійкість



Катерина КОНЄВА (медіагрупа «Технології та Інновації») (в центрі) з учасниками Форуму пивоварів

у надзвичайно складних умовах. Показовою є історія херсонської пивоварні «Дрофа», заснованої у 2019 році, яка після початку повномасштабного вторгнення опинилася в окупації. За словами **технолога пивоварні «Дрофа та Люди» Тимофії ДРОЗДОВА**, підприємство не лише вистояло, а й продовжує працювати, попри всі виклики.

– У перші дні окупації ми допомагали місцевим жителям, зокрема розвозили молоко, розливаючи його в кеги. Після звільнення міста почали поступово відновлювати роботу. Це було непросто: постійно відбувалися обстріли, були влучання й на територію броварні. Власне, й зараз працювати складно, бо атаки не припиняються. Найбільша проблема – логістика: постачальники не готові їхати до нас через безпекову ситуацію. Проте ми тримаємося. Обсяги виробництва наразі становлять близько 20 % довоєнних. У нас 22 сорти пива, серед яких найпопулярніше – «Південне легке», також є високий попит на лагер «Степовий» і «Преміум Лагер» з довшою витримкою. Постійно експериментуємо, і ще з минулого року плануємо запуск безалкогольного напрямку. Попри всі труднощі, готуємо нові релізи на літо, – розповідає Тимофій Дроздов.

Тож експерименти для українських пивоварів – це не лише спосіб реагування на ринкові тренди, а й інструмент розвитку, адаптації та збереження конкурентоспроможності.

БЛАГОДІЙНИЙ АУКЦІОН: ПІДСУМКИ ТА ПАРТНЕРИ

На завершення Форуму, вже традиційно, відбувся 18-й **Благодійний аукціон** товарів і послуг, наданих партнерами та учасниками заходу, – на підтримку пивоварів, які нині захищають Україну в лавах ЗСУ. Аукціон провели **Дмитро НЕКРАСОВ**, виконавчий директор Асоціації «Незалежні Броварні України» – Головного Організаційного партнера Форуму, майстер-пивовар, технолог пивоварні First Dnipro Brewery (м. Дніпро) та **Віктор ВАЩУК**, керівник проектів **Beermaster Brewery**/«Власні броварні Сільпо».

У результаті аукціону вдалося зібрати 100 тис. грн. Усі виручені кошти буде спрямовано для відновлення техніки для підрозділу активних дій ГУР МО України, де служить пивовар Сергій, відомий за роботою у броварнях «Red Cat Brewery» у Харкові, «Drofa Brewery» у Херсоні та «Luchan Brewery» у Луцьку.

Висловлюємо величезну подяку компаніям-партнерам, які надали свої лоти для Благодійного аукціо-

ну. Найдорожчим став лот 10 тис. грн – карта України від ТЕРМО-ПАК, а серед унікальних лотів були набори міцних напоїв, вишиванки, одяг із логотипами компаній. **Серед партнерів, які долучилися до аукціону**, Beermaster Brewery представила унікальний набір витриманих сортів пива, iSolar, Castle Malting та First Dnipro Brewery – спеціальні набори, а «Полтавпиво» підготувало комплекти з футболками, бокалами та відкривачками. «Файна Фляшка», Varvar Brew, «Умань Пиво» та «Дрофа та Люди» запропонували подарункові набори пива, тоді як Fermentis долучив шкарпетки, кепки та відкривачки. Concept Glass надали набори бокалів, а GEA Україна, «Бюлер Сервіс Україна», «Опілля», «Теплі моря», Malle Brewery, «Монукр», PET Technologies та MCT Company підготували різні професійні та корпоративні подарунки. Микулинецький бровар вразив ексклюзивними напоями – 15-річним віскі, винами та пивом «Тернове поле» у унікальному пакуванні. Крім того, Вінницький пивзавод та Did Fess запропонували спеціальні аукціонні набори продукції.

2 квітня відбулася **масштабна виставка-презентація обладнання, технологій та матеріалів для пивоваріння й виробництва інших напоїв**.

Отож, учасниками конференції та виставки технологій стали компанії, які представляли різні сегменти галузі: виробники пива, серед яких Malle Brewery; постачальники сировини для пивоваріння, сидрів та виноробства – SOCIETE INDUSTRIELLE LESAFFRE / Fermentis, Levada Consulting, Castle Malting; компанії, що пропонують енергетичні рішення – iSolar; виробники обладнання та технологічних рішень – GEA Україна, ТЕРМО-ПАК, СТМ Україна, PET Technologies, Європром, SST, Bühler; комплексне забезпечення крафтового пивоваріння – Каста броварів; постачальники рішень для закупорювання – TAPI; дизайн – Concept Glass; а також фудпартнери – ТОВ «Теплі моря», ТОВ «Пивоварня «Опілля»», «Перша Подільська парова броварня» та «Перша крафтова мануфактура «Богданівська броварня»».

ПИВНА ПАНОРАМА УКРАЇНИ: РЕЗУЛЬТАТИ ВЕЛИКОЇ НАРОДНОЇ ДЕГУСТАЦІЇ

У перший день Форуму для учасників була організована **ВЕЛИКА народна дегустація пива – 2026**, а також дружня вечір. Гості мали змогу продегуштувати



широкий асортимент – від класичних лагерів до експериментальних сортів, фруктових та пряних стилів, кислих елів, стаутів, міцних бельгійських варіантів і безалкогольних новинок. Загалом було представлено десятки зразків пива, що демонстрували різноманіття українського крафту та технологічні можливості пивоварень із різних регіонів країни.

Серед учасників XVI Форуму, які презентували свої напої, були такі виробники:

Перша крафтова мануфактура «Богданівська броварня» («HELLES», «БОГДАНІВСЬКЕ МЕДОВЕ», «ПШЕНИЧНЕ – ГРЕПФРУТ», «ПРЕМІУМ», «Світла вежа», «BOGDANVSKE AMBER ALE», «BLANCHE», «BOGDANIVSKE PORTER», «ČESKÝ PILS»), **Malle Brewery** («Malle № 1», «Malle White», «Malle Light», «Malle Blonde», «Malle Amber», «Malle IPA», «TRIPEL», «BRUNE», «Ghost»), **Beermaster Brewery/«Власні броварні Сільпо»** («Zerobrew Moxito», «Zerobrew Herbal Vital», «Michelada», «Iconic № 3 Holiday Porter», «Top Hops», «Квас», «Grape Ale»), **«Правда»** («Double IPA», «Lviv Hoppy blonde», «Brut IPA», «Фацет»), **Varvar Brewery** («KALAMANSI», «BLANCHE», «GOLDEN ALE»), **Luchan Brewery** («Golden ale», «Баварське напівтемне», «German Pils», «Пшеничне темне фірмове», «Молочний стаут», «Індійський світлий ель», «Chocolate Porter», «Молочний стаут»), **Fanatic** («Cryo APA»), **«Одеська приватна пивоварня»** («Адмірал Де Рібас», «Самба», «Авіатор»), **ТМ «Fichte'n Brewery»** («Fichte'n HOP Lager», «Fichte'n porter», «Fichte'n helles»), **ТОВ «Рівень ЛТД» та пивна ресторація «Кант»** («Бергшлосс»), **«Перша Подільська парова броварня»** («Глібівське пшеничне», «Глібівське blanche», «Глібівське Premium», «Глібівське напівтемне», «Глібівське Лемківське», «Глібівське blanche Грейпфрут», «Глібівське Шляхетне», «Глібівське Pilsner», «Глібівське світле»), **Yuber Brewery**, **Житомирська броварня «Шульц 2.0»**, **MOVA Brewery**, **ТОВ «Пивоварня «Опілля»**, **Гуцульська крафтова броварня «Ципа»** («Ципа Петрос», «Ципа Квітка»), **Jager Brewery** («Франкель», «Солодка Юзефа», «Богемний Мічик», «МАРМУРОВА ДРАМА», «HAZY APA»), **Brew ELIT** («Dark Honey Lager», «Сидр Абрикос», «Апельсиновий лагер»), **Канівське пиво**, **Хмельпиво**, **First Dnipro Brewery**, **Уманьпиво**, **Теплі моря**, **ТОВ «Микулинецький бровар»**, **Barley & Hops (Вінниця)**, **Хмельпиво**, **та Асканія Бевєрджіз**.

Віктор Ващук, керівник проєктів **Beermaster Brewery / «Власні броварні Сільпо»** та фахівець, який присвятив усе своє професійне життя пивоварінню, поділився актуальними тенденціями розвитку ринку та змінами в уподобаннях споживачів:



– Нині спостерігаємо тенденцію до зниження вмісту алкоголю в напоях: споживачі, особливо молодь до 25 років, дедалі частіше обирають легші або безалкогольні варіанти. Це довгостроковий тренд, який і надалі впливатиме на ринок. Зростає інтерес і до адаптогенних напоїв – не класичних лимонадів, а продуктів, що мають додаткову функціональність для підтримки організму. Зокрема, ми розвиваємо лінійку напоїв з адаптогенними грибами, такими як їжовик, кордицепс і рейші, а також працюємо з чайними напоями. Як невелика броварня з обсягом виробництва близько 30 тисяч літрів, ми маємо можливість гнучко працювати з асортиментом і ціноутворенням завдяки мережі «Сільпо». Найбільший попит має пшеничне пиво, стабільно продаються також томатне пиво та класичні IPA, тоді як лагер зберігає свою позицію. Водночас безалкогольна лінійка Zerobrew демонструє стрімке зростання, що свідчить про зміну споживчих вподобань, зокрема серед молоді.

Світлана Дубинюк, директор пивоварні **Malle brewery**, яка спеціалізується на виробництві бельгійських сортів пива, зазначає:

– Ми є вузькоспеціалізованою пивоварнею, а також імпортуємо солод із Бельгії та займаємося його розповсюдженням. Найпопулярнішими серед нашої продукції наразі є «Malle № 1», «Malle White» та «Malle Blonde». Продукцію ми випускаємо як у кегах, так і в пляшках об'ємом 0,33 та 0,75 літра. Безалкогольне пиво вперше презентували 8 березня під час заходу з великою кількістю гостей – воно отримало позитивні відгуки і зараз добре користується попитом. Наразі попит зміщується в бік легших сортів пива з невисоким вмістом алкоголю, тоді як раніше популярністю користувалися більш міцні позиції, зокрема «Tripel» із вмістом алкоголю близько 8 %.



Учасники Форуму обговорюють актуальні питання галузі під час дискусійної панелі



«Підземне» пиво з луцьких надр:

як Luchan Brothers' Brewery
вибудовує культуру крафту на Волині

У волинській броварні Luchan Brothers' Brewery гостям розповідають дивовижну історію. Мовляв, свого часу у Луцьку знайшли справжнє родовище пива, тому хмільний напій тут добувають з-під землі за допомогою пивонапірної вежі. Що глибше залягає пласт, то цікавіший сорт вдається отримати. Ця дотепна легенда давно стала іміджевим складником луцької броварні, додаючи їй особливого шарму.

Утім, за красивою легендою стоїть цілком реальна історія родинної справи та любові до свого ремесла. Заснована у 2020 році Luchan Brothers' Brewery продовжила традиції сімейного бізнесу, який започаткував Василь Попович, що свого часу займався виробництвом безалкогольних напоїв. Нині його сини, Олексій і Валентин, не лише розвивають крафтове пивоваріння на Волині, а й відроджують напрям виробництва «безалкоголки». А нове покоління родини вже формує власну історію успіху: син Олексія Поповича Арсен активно розвиває виробництво комбучі, відкриваючи для сімейного підприємства нові можливості.

Зараз Luchan Brothers' Brewery – це місце, де якісний продукт поєднують з гостинністю, виробничу дисципліну – з творчістю, а повагу до традицій – з готовністю експериментувати. Представники медіагрупи «Технології та Інновації» побували на підприємстві, щоб на власні очі побачити, як народжується «підземне» волинське пиво, дізнатися більше про філософію луцьких пивоварів і, звісно, скуштувати

напої, за якими стоять родинна історія та щире захоплення своєю справою.

РЕСТОРАН ПИВА ТА ЕМОЦІЙ

Знайомство з філософією бренду Luchan Brothers' Brewery розпочали з відвідин нового закладу Luchan Beer & Gastro. Тут гостей зустріла співвласниця ресторації Наталія Попович, яка розповіла про історію створення проекту та його особливості.

Відкритий торік у листопаді Luchan Beer & Gastro став логічним продовженням розвитку броварні та ще одним кроком до популяризації культури споживання крафтового пива.

– Свого часу у цьому приміщенні також був паб, і люди його ще пам'ятають. Ми вирішили продовжити цю історію, однак по своєму. Перед відкриттям багато подорожували, придивлялися до різних дизайнів, меню, концепцій. Ми розуміли, що це має бути не просто заклад, а майданчик для комунікації як містян, так і пивоварів. Зрештою, свій задум відобразили в назві – «Ресторан пива та емоцій», – розповідає Наталія Попович.

Ресторація, розрахована на понад сто гостей, пропонує не лише широкий вибір напоїв від луцьких пивоварів, а й авторські страви, затишну атмосферу та простір для відпочинку і спілкування.

У закладі представлені фірмові сорти пива



Luchan, окремі позиції відомих світових брендів, зокрема легендарний Guinness, а також діє гостьовий кран для українського крафту. Ресторан не обмежується лише пропозицією власних сортів пива. Тут регулярно запрошують колеґ-броварів презентувати їх продукцію, знайомлячи лучан і гостей міста з багатогранністю українського крафтового пивоваріння.

– Наша мета – не просто пригощати відвідувачів пивом, а навчити його розуміти. І цей простір ми створили як місце знайомства з новими смаками і несподіваними поєднаннями. Ми раді, що наш задум про ресторан, як місце зустрічі лучан, куди можна прийти хоч з друзями, хоч самому, але обов'язково знайти компанію, втілюється в життя. Адже хороше пиво об'єднує хороших людей – зазначає співвлас-



ниці ресторації. Окрім пива гості отримують ще й позитивні емоції. По вихідних у закладі лунає жива музика, регулярно транслюються футбольні матчі. Там навіть є «дзвін емоцій», у який б'ють ті, кого емоції переповнюють настільки, що ними хочуть поділитися і пригостити всіх присутніх пивом. Тому Luchan Beer & Gastro – це атмосферне місце для цікавих зустрічей, нових знайомств і живої комунікації.

ВІД РОДИННОЇ СПРАВИ ДО СУЧАСНОЇ БРОВАРНІ

Назва Luchan Brothers' Brewery, як і концепція ресторації, народилася з бажання підкреслити зв'язок з рідним містом та його людьми. Вона стала не просто елементом брендингу, а відображенням цінностей, на яких будується родинний бізнес. Під час пошуку назви власники радилися із земляками та пропонували їм різні варіанти. У відповідь чули, що хотілося б бачити у назві щось близьке, зрозуміле й по-справжньому місцеве. Так з'явилися назва броварні та її гасло – «Luchan для лучан».

На виробничих потужностях гостей зустрів **співвласник підприємства Олексій ПОПОВИЧ**. Саме тут колись працював цех з виробництва безалкогольних напоїв. Від 2020 року на цій базі функціонує броварня, а два роки тому її виробничі потужності суттєво модернізували. Утім, на досягнутому в Luchan Brothers' Brewery зупинятися не планують.

– Колись ми працювали у безалкогольному цеху, допомагали батькові. Але згодом таки вирішили взятися за виробництво пива. Тим паче, що такий запит був і від друзів та знайомих. Але до цього бізнесу потрібно було дозріти – і морально, й економічно. Коли зрештою розібралися в особливостях цього напрямку, обрали обладнання, запустили пивоварню, провели ребрендинг і взялися до праці, – пригадує співвласник броварні.

Обираючи оснащення, пивовари зупинилися на обладнанні української компанії «Крафт Інновейшн», яка на той час пропонувала один з найкращих рівнів автоматизації серед вітчизняних виробників. Важливою перевагою став і комплексний супровід – від запуску до сервісного обслуговування. Це було особливо цінним для підприємства, яке лише робило перші кроки у новому для себе напрямі.

Зрештою на броварні вдалося вибудувати виробництво з високим рівнем автоматизації, що дозволяє оптимізувати робочі процеси та ефективно використовувати трудові ресурси.

– Звісно, наш пивовар не сидить удома на дивані, доки вариться пиво. Проте автоматизація системи дає нам змогу суттєво економити на трудовому ресурсі. Варильний порядок у нас обслуговує одна людина: цей працівник і солод подрібнює, і пиво варить. У бродильному відділенні завдяки компактному розміщенню обладнання з ним теж може впоратися один працівник. Навіть на менших пивоварнях до процесу залучається більше людей. А загалом меж автоматизації немає, тому будемо над цим працювати й надалі, – зазначає Олексій Попович.

Для виробництва постійних сортів пива на броварні використовують ЦКТ об'ємом 8 тонн. Натомість лімітовані та експериментальні сорти варять у ЦКТ об'ємом 2 тонни. Виробництво більших партій базових

сортів дозволяє оптимізувати процес, економлячи час і трудові ресурси, тоді як невеликі обсяги крафтових новинок закономірно мають вищу собівартість.

МІЖ КЛАСИКОЮ ТА ЕКСПЕРИМЕНТАМИ

У бродильному відділенні Luchan Brothers' Brewery відбувається, мабуть, найцікавіший етап виробництва – перетворення суслу на пиво. Цей процес триває щонайменше 21 добу. Саме тут майбутні сорти набувають характеру та смакових відтінків особливого крафтового пива.

Зараз на броварні варять одинадцять постійних сортів. Серед найпопулярніших – пшеничне пиво Вітбір, Німецький Пілс, APA, IPA, Баварське напівтемне та Голден ель. Останнім часом дедалі більше прихильників здобуває також пшеничне пиво Blanc «Холодне сонце» з фруктовими нотками.

Утім, у Luchan Brothers' Brewery не бояться виходити за межі звичних рецептів. Щомісяця тут варять один з лімітованих сортів, експериментуючи з інгредієнтами та поєднаннями смаків. Коли партія такого пива завершується, пивовари беруться за втілення нових ідей. Втім, найважливіші сезонні новинки згодом повертаються до асортименту на прохання споживачів.

– Інколи пиво виходить добре, а інколи – дуже добре. Поганого у нас немає, – жартує Олексій Попович, розповідаючи про сорти, що пропонує броварня. – Найкраще зазвичай продаються класичні сорти. Людям подобається куштувати щось нове, проте у великих обсягах вони обирають зрозумілі класичні смаки. Але все ж таки ми експериментуємо. Нещодавно варили пиво з абрикосом. Згодом плануємо знову зварити лімітований сорт Волинський Пілс, який вже був у нас торік. Він особливий тим, що робиться лише з української сировини. Потому хочемо робити Мексиканський лагер з кукурудзою. Це буде свіжий літній напій, який смачно пити з лаймом. Постійні сорти у нас вже повністю «відшліфовані», а от лімітовані від варки до варки можуть дещо різнитися.

Усе пиво від Luchan Brothers' Brewery – нефільтроване та непастеризоване. Термін зберігання більшості сортів становить 40 днів, що дозволяє максимально зберегти природні смакові характеристики напою.

Є у луцьких пивоварів і власні традиції. Щороку 28 серпня, у день народження броварні, тут варять томатне пиво, яке вже стало своєрідною візитівкою святкування. За роки роботи в асортименті з'явилися й інші незвичні сорти – наприклад, пиво з лохиною.

Утім, створення лімітованих позицій вимагає більше зусиль, ніж виробництво класичних сортів. Як правило, їх варять партіями не менше ніж 2 тис. літрів і реалізують через мережу фірмових магазинів. Нині під брендом Luchan працюють 18 таких крамниць у Луцьку та інших населених пунктах Волині.

Враховуючи сучасні споживчі тенденції, на броварні також виробляють безалкогольне пиво. Частина його розливають у скляні пляшки, решту – у кеги.

Саме кегова продукція становить основну частку реалізації Luchan Brothers' Brewery. Пиво поста-



чають у власні торгові точки, гуртовим клієнтам на Волині, а також у Рівне, Львів, Івано-Франківськ і Київ. Невелику кількість продукції надсилають замовникам поштою. Натомість пляшковий формат використовують переважно для промоційних заходів і дегустацій.

УЛЮБЛЕНА «БЕЗАЛКОГОЛКА» ТА ПЕРСПЕКТИВНА КОМБУЧА

У Luchan Brothers' Brewery активно розвивають і напрям безалкогольних напоїв. Поціновувачі продукції луцького підприємства добре знають місцеві мохіто, лимонад, тархун і комбучу. Найбільший попит має саме мохіто. Популярний також квас, який давно став одним з впізнаваних продуктів родинного бізнесу. Його готують з квасного суслу, яке дозріває протягом 30–40 годин. На виробництві зауважують: сировина для виготовлення квасу нині недешева. Утім, тут не ставлять собі за мету будь-що здешевити продукт. Натомість роблять ставку на якість і





смак, які забезпечують стабільний попит серед споживачів.

Споживчий інтерес став одним з головних аргументів на користь розвитку ще одного перспективного напрямку – виробництва комбучі. Цей безалкогольний напій виготовляють шляхом ферментації чайної основи з використанням культури чайного гриба. Комбуча має характерний кислувато-терпкий смак, добре освіжає, а головне – вона корисна для організму людини.

Виробництвом комбучі на родинному підприємстві займається син Олексія Поповича Арсен, представник уже третього покоління сімейної справи. Цей напрям почали розвивати два роки тому, і відтоді виробництво комбучі масштабували вже тричі. Невдовзі потужності планують модернізувати знову. Наразі обсяги виробництва становлять близько 300 літрів на добу, однак у компанії переконані: цей продукт має значний потенціал. Тому його прагнуть зробити не лише якісним і смачним, а й доступним для широкого кола споживачів.

– На відміну від більшості виробників, які пропонують комбучу у пляшках за досить високою вартістю, ми розливаємо напій у кеги. Тож у магазинах літр нашої комбучі коштує близько 75 гривень. А якщо розпочнемо масове виробництво цього напою, його собівартість стане ще нижчою, – зазначає Олексій Попович.

Виробництво комбучі на підприємстві почалося з невеликого експерименту, розповідає Арсен Попович. Якось до пивоварів потрапила культура чайного гриба, з якою вирішили спробувати приготувати новий напій. Перша партія комбучі обсягом 200 літрів швидко знайшла своїх покупців, після чого цей напрям почали послідовно розвивати.

– Спочатку випускали близько тонни напою на місяць та реалізували у власній мережі. А тим часом аналізували, наскільки людям «заходить» цей напій. Минулого літа робили тонну-півтори комбучі у місяць. А цього року у травні встановили нові ємності та плануємо з часом збільшити виробництво до 10 тонн на місяць. Близько 80 % напою розливаємо у кеги,

інші 20 % – у пляшки та банки, – розповідає Арсен Попович.

Окрім культури чайного гриба, для виробництва комбучі використовують чайну основу та цукровий сироп. Напій виготовляють у процесі двоетапного зброджування. Перший етап відбувається з доступом кисню, необхідного для розвитку оцтовокислих бактерій. Далі комбуча проходить доброджування у герметичних ЦКТ, де насичується вуглекислим газом. Після цього напій охолоджують, фільтрують і, залежно від рецептури, додають до нього фруктові компоненти. Загалом увесь технологічний процес триває 10–12 днів.

Упродовж виробництва постійно контролюють щільність і кислотність продукту, а на завершальному етапі – вміст вуглекислого газу. Саме це забезпечує стабільність смаку і високу якість напою.

Термін зберігання комбучі становить 90 днів. Водночас на підприємстві переконалися, що за належних умов зберігання у холодильнику напій може зберігати свої властивості до пів року. У перспективі тут планують удосконалити систему фільтрації, що дозволить збільшити термін придатності продукції.

– Людям наша комбуча подобається, попит зростає. Ми ж експериментуємо зі смаком, додаючи соки, екстракт імбиру. Зараз робимо чотири смаки комбучі: класичну, малиново-м'ятну, чорничну, а також манго-маракуя. І згодом продовжимо експерименти, – каже Арсен Попович.

НЕ ТІЛЬКИ СМАЧНО, А Й ПІЗНАВАЛЬНО

Luchan Brothers' Brewery пропонує своїм гостям не лише смачну продукцію, а й можливість глибше зануритися у світ пивоваріння. Для всіх охочих тут проводять екскурсії, під час яких знайомлять з історією підприємства, технологією виробництва та особливостями галузі. На початку екскурсії гостей частують влітку квасом, а взимку глибоком – гарячим пивом зі спеціями. Далі маршрут веде до так званого «пивного підземелля», пивонапірної вежі та виробничих потужностей броварні.

– Загалом маршрут триває близько двох годин. За цей час гості дізнаються багато нового. Адже пиво п'ють усі, а з чого та як його роблять, знає мало хто. У нас є кімнати, присвячені інгредієнтам, які використовують для виробництва, кожен з яких можна побачити, понюхати. Звісно, розповідаємо й нашу легенду, і про особливості сортів. Усе це – не просто екскурсія, а важливий крок до підвищення культури споживання пива, – вважає Олексій Попович.

Так у Luchan Brothers' Brewery поєднують виробництво, історію та емоції, перетворюючи броварню на простір, де пиво стає частиною культури спілкування та єднання.

Контакти:
+38 093 000 40 90
luchan.ua@gmail.com

Адреса:
провулок Граничний, 5
Луцьк, Волинська обл.,
43000

www.luchan.com.ua



реклама

Смак, атмосфера та експерименти

Чим живе та дивує львівська пивоварня «Правда»



Фестиваль Craft Beer & Vinyl Music Festival у Львові вже давно став чимось більшим, аніж звичайний «пивний» івент. Адже він поєднує крафтову культуру та музику, гуртуючи спільноту тих, хто цінує не лише смак, а й атмосферу. Цьогоріч фестиваль уже дванадцять зібрав на території креативного простору IFESTrepublic десятки українських броварень, музикантів й поціновувачів крафту з усієї країни.

Уже традиційно хедлайнером фестивалю стала львівська пивоварня «Правда». Для цієї відомої у Львові та за його межами броварні Craft Beer & Vinyl Music Festival давно став природним продовженням її філософії: поєднанням крафтового пивоваріння, міської культури та відкритості до експериментів.

КРАФТ ЯК ПРОСТІР ДЛЯ СПІЛКУВАННЯ ТА НОВИХ «ПИВНИХ» ІДЕЙ

– Ми давні поціновувачі класних форматів та ідей, – говорить **власник львівської пивоварні «Правда» Юрій ЗАСТАВНИЙ**. І справді, у цій броварні пиво давно сприймають не лише як продукт, а як частину ширшої культури – зі своїм настроєм, атмосферою, спільнотою та простором для спілкування.

Свого часу пивоварня працювала у самому центрі Львова, а згодом виробництво перенесли на іншу локацію. Втім, незалежно від адреси, незмінним залишився головний принцип роботи команди: створювати не просто напої, а емоції та досвід для людей, які ці напої куштують. Саме тому на броварні завжди багато уваги приділяли не лише рецептурам і технологіям, а й середовищу, у якому споживається крафтове пиво.

– Для нас важливо не просто варити смачне пиво, а й організовувати ті простори, де його споживають.

Ми пропонуємо дорогий продукт, і для того, щоб він добре продавався, навколо нього має бути певна історія. Тому простір – це дуже важливо, – розповідає Юрій Заставний.

У «Правді» переконані: сучасний крафт давно вийшов за межі класичного розуміння пивоваріння. Нині споживач очікує не лише якісного продукту, а й нових вражень, незвичних поєднань та цікавих форматів. Саме тому пивовари постійно стежать за світовими трендами та намагаються оперативно реагувати на зміни ринку. Особливо помітною останніми роками є тенденція до більш усвідомленого споживання алкоголю. Навіть у Німеччині, яку традиційно вважають однією з головних «пивних» країн світу, безалкогольне пиво вже кілька років входить до трійки найпопулярніших категорій.

Саме тому виробникам доводиться активніше працювати з новими форматами, легшими напоями та нестандартними смаковими поєднаннями, вважає Юрій Заставний. Одним з таких прикладів стало пиво What The Fruit – своєрідний гібрид пива та сидру, який здобув золоту медаль міжнародного конкурсу Brussels Beer Challenge International Awards. Це – лише один з прикладів пошуку нових рішень.

– У цьому напрямку можна експериментувати й далі: наприклад, спробувати поєднати солод та виноградний сік. Бо зараз споживач прагне отримувати новий досвід і нові смаки, – зазначає власник броварні.

Саме експерименти сьогодні стали одним з ключових елементів розвитку крафтового сегмента. На «Правді» переконані: здивувати сучасного поціновувача пива лише класичними сортами дедалі складніше. Крім того, постійне зростання собівартості продукції змушує виробників шукати шляхи, які доз-



волять створювати унікальний продукт і при цьому залишатися конкурентними на ринку.

Тому у львівській броварні регулярно тестують нові смаки та технології. Результати таких пошуків подекуди дивують навіть досвідчених поціновувачів крафту. Зокрема, спеціально для Craft Beer & Vinyl Music Festival на «Правді» зварили пиво з киселеподібною консистенцією. Інший сорт вирізняється надзвичайно гострим смаком. Такі продукти чудово демонструють можливості сучасного крафтового пивоваріння та привертають увагу нової аудиторії.

– Ми стежимо за трендами, адже маємо чітко розуміти природу змін і реагувати на них. Один з таких трендів – тяжіння до нетипових сортів. Наприклад, зараз дуже популярне томатне пиво. Ми варимо Tomato Garlic Gose з часником, томатний пейл ель «Том Ям» зі спеціями та перцем чилі, Правда Pickled Tomatoes зі смаком маринованих томатів і солоного розсолу, а також класичне томатне пиво, – каже Юрій Заставний.

Водночас львівські пивовари намагаються зберегти українську ідентичність власного продукту. На броварні працюють з українським хмелем, який вирощують на Житомирщині та Львівщині. Зокрема, свіжий зелений хміль використовують для сезонного сорту Fresh Hop Pilsner, який варять лише раз на рік у період збору врожаю.

Ще одним актуальним напрямком для ринку стає зміна форматів пакування. У країнах Європи дедалі більшої популярності набувають невеликі пляшки об'ємом 0,2 літра, особливо для напоїв з невисоким вмістом алкоголю. Такий формат відповідає сучасному тренду на помірне та усвідомлене споживання. Український ринок також поступово рухається у цьому напрямку.

Окрім розвитку в Україні, Pravda Brewery планує й надалі посилювати власну присутність за кордоном. Нині паби з українським крафтом львівської броварні працюють, зокрема, в окрузі Лісабон у Португалії. Іноземні відвідувачі цінують не лише сам продукт, а й оригінальний дизайн етикеток, атмосферу закладів та яскраву українську айдентіку, яка помітно вирізняє «Правду» серед інших крафтових проєктів.

– Плануємо й надалі рухатися у бік креативності та різноманітності сортів, активніше відображати у продукції українськість. А ще – обов'язково працювати над атмосферністю місць, де можна скуштувати наше пиво, – підсумовує Юрій Заставний.

ТЕХНОЛОГІЯ, КОНТРОЛЬ І ПРОФЕСІЙНИЙ ПІДХІД

За дванадцять років роботи команда Pravda Brewery сформуvala власне бачення того, що визначає якість сучасного крафтового пива. На броварні переконані: успіх кінцевого продукту ніколи не залежить лише від одного чинника. Важливими є всі складники – від якості сировини й точності рецептур до організації виробничих процесів та рівня відповідальності персоналу.

Кожен сорт пива потребує дотримання технології та постійного контролю на всіх етапах виробництва. Саме тому на «Правді» велике значення надають не лише сучасному обладнанню, а й ролі фахівців, які супроводжують процес варіння фактично від початку й до моменту розливу готового продукту.

Про особливості роботи виробничого «серця» броварні під час екскурсій відвідувачам розповідає **керівник ферментаційного відділу та відділу розливу пивоварні Євген КОРЧАК**. Фахівець працює на підприємстві з 2018 року та добре знає усі тонкощі процесів.

– Управління кожною варкою на нашій пивоварні відбувається під пильним контролем пивовара: на початку всі параметри виставляються відповідно до рецепта. У процесі контролюємо всі етапи перекачування – між чанами, а згодом з вірпула через теплообмінник у ЦКТ. Тому пивовари керують усіма процесами. Далі участь фахівців також дуже важлива, адже щодня потрібно контролювати бродіння, вимірювати рівень рН. Ми бували на деяких українських броварнях, де одна людина забезпечує кілька процесів – і підготовку, й безпосередньо варку. У нас же за кожен ділянку відповідає окремий працівник, – розповідає Євген Корчак.

Усі рецептури, які створювалися та вдосконалювалися на броварні протягом років роботи, зберігаються у комп'ютерній системі. Водночас навіть класичні сорти тут не вважають чимось остаточно завершеним. За словами пивоварів, у процесі роботи до рецептур періодично вносять невеликі зміни, коригують окремі параметри або вдосконалюють технологічні підходи. Саме такі нюанси часто формують унікальний характер пива, який добре відчувають постійні споживачі.

Важливу роль у виробництві відіграє й технічне оснащення підприємства. Поступово збільшуючи обсяги виробництва, на броварні розширювали й парк ЦКТ. Під час переїзду з площі Ринок на нову локацію команда перевезла дванадцять ємностей міст-

кістю по 2 тисячі літрів. Згодом на підприємстві встановили додаткові ЦКТ об'ємом 4 і 6 тисяч літрів від компанії «Крафт Інновейшн». А незадовго до початку повномасштабного вторгнення придбали сучасний сепаратор.

Окрему увагу на «Правді» приділяють роботі з водою, адже саме вона суттєво впливає на смаковий профіль майбутнього напою. Перед використанням воду очищають за допомогою системи зворотного осмосу, а її підготовка для кожного сорту пива відбувається окремо. Характеристики води є важливими для усіх сортів пива, адже навіть незначні зміни мінерального складу можуть вплинути на кінцевий результат. Частина досліджень сировини та готової продукції на browарні проводять у власній лабораторії, що дає змогу постійно контролювати якість виробництва.

При цьому кожен сорт пива має власні технологічні особливості. Кінцевий смак залежить від великої кількості чинників: інтенсивності кипіння, тривалості перекачування сусла, температурних режимів, роботи дріжджів та багатьох інших параметрів. Однак незалежно від стилю напою, незмінним правилом для команди залишається максимальна стерильність усіх виробничих процесів.

СТЕРИЛЬНІСТЬ ЯК ВАЖЛИВИЙ ПРИНЦИП

На «Правді» переконані: саме дотримання санітарних норм значною мірою визначає стабільність продукту та його здатність зберігати якість упродовж тривалого часу.

– Якщо під час варки чітко витримується технологія, пиво збродило за потрібної температури, і всі інші процеси відбулися вчасно, то таке пиво добре зберігатиметься і зможе стояти роками. Свого часу, ще під час пандемії, у нас залишилася партія пляшкового стауту. Через рік, коли термін зберігання вже минув, це пиво мали утилізувати. Але перед тим ми його скуштували, і воно було просто чудове. Витримане темне пиво, зварене в умовах повної стерильності, з часом стає навіть кращим, – зазначає Євген Корчак.

За словами фахівця, стерильність виробництва значною мірою залежить не лише від обладнання чи мийних засобів, а й від людського фактора – уважності, дисципліни та педантичності персоналу.

– Я вважаю, що краще взяти нову людину і навчити її наших стандартів, аніж брати працівника з



досвідом, який робитиме все по-своєму. Загалом стерильність визначають три показники – час, концентрація та температура, – пояснює фахівець.

Особливої уваги потребує виробництво кислих сортів пива, де працюють з молочнокислими бактеріями. Такі процеси вимагають суворого дотримання технологічної схеми та ретельного миття обладнання після завершення варіння.

– Після нетривалого кипіння перекачуємо сусло в ЦКТ і додаємо молочнокислі бактерії. Далі за температури 40 градусів сусло протягом 6–7 годин скидає. Після цього пиво потрібно повернути назад до кип'ятильника та ще раз прокип'ятити, щоб позбутися молочнокислих бактерій. А після варіння кислого пива дуже важливо ретельно помити ЦКТ. Для цього використовуємо розчин каустичної соди з хлором, – розповідає Євген Корчак.

Готову продукцію Pravda Brewery розливають у скляні пляшки, жерстяні банки та металеві кеги. Для пляшкового пива на browарні використовують технологію подвійної ферментації. Після розливу до пива додають невелику кількість інвертного цукру та дріжджів, завдяки чому вже безпосередньо у пляшці відбувається природне насичення пива вуглекислим газом.

Попри активні експерименти з новими смаками та інгредієнтами, на «Правді» переконані: справжній рівень пивоварні найкраще демонструють саме класичні сорти.

– Якщо хочемо оцінити пивоварню, потрібно продегустувати передусім класичні сорти пива, які зварили важче, аніж напої з добавками. Адже дефекти можна «прикрити» фруктами, хмелем чи іншими додатковими складниками. А от зробити якісне, чисте пиво значно складніше. Водночас споживачам зараз дуже цікаві саме сорти з добавками – томатом, екзотичними фруктами. Тому будемо й надалі пропонувати те, що зацікавлює та приваблює людей, – підсумовує фахівець.

На пивоварні Pravda Brewery також активно розширюють лінійку безалкогольного пива. До постійного сорту «Мудрий Страус» уже додалися п'ять сезонних новинок, і це лише початок. Зростання популярності безалкогольного пива серед споживачів, які прагнуть насолоджуватися смаком якісного напою без вмісту алкоголю, спонукає пивоварню й надалі експериментувати з рецептами та створювати нові смаки, щоб кожен міг знайти свій улюблений сорт.



Під повним контролем:

як компанія «АРЕОТЕК» будує пивоварні майбутнього



Комерційний керівник компанії «АРЕОТЕК» Олександр Янічко розповів журналу «Напої. Технології та Інновації», як автоматизація перетворює пивоваріння на точну науку, чому навіть невелика крафтова броварня може впровадити «розумне» виробництво та в яких ще галузях компанія готова застосувати свої інженерні компетенції.

«АРЕОТЕК»: НОВА СТОРІНКА ПРОМИСЛОВОЇ АВТОМАТИЗАЦІЇ

Компанія «Ареотек» – молода, але вже помітна на ринку інжинірингова компанія, що спеціалізується на промисловій автоматизації та електротехнічних рішеннях. Попри те, що підприємство працює лише два роки, воно вже реалізувало низку проектів і сформуло чіткий вектор подальшого розвитку. Очолює комерційний напрям компанії Олександр Янічко, який разом із командою розвиває сучасні рішення для автоматизації виробничих процесів.

– «Ареотек» – це українська компанія, створена нами у напрямку промислової автоматизації. Перші роботи здійснювали на заводах «Карлсберг» – авто-

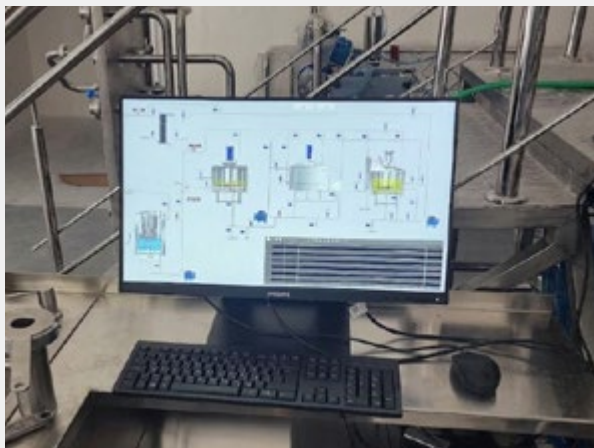
матизували як окремі лінії, так і підприємства повністю. У нас розроблена власна система візуалізації, все побудовано по блоках, – пояснює Олександр Янічко.

Ключовий реалізований проект «Ареотек» – повна автоматизація пивоварні «Канівське пиво». Фахівці компанії розробили PID-діаграму, зібрали шафу керування, написали програмне забезпечення, здійснили запуск системи та провели навчання персоналу – тобто взяли на себе весь цикл від технічного завдання до сервісного обслуговування. Наступний великий об'єкт – пивоварня «Дрофа». Крім того, на одному із заводів «Карлсберг» уже реалізований складний проект автоматизації лінії дозації.

МІНІМУМ ЛЮДСЬКОГО ВПЛИВУ – МАКСИМУМ СТАБІЛЬНОСТІ

Ключовий принцип «Ареотек» при розробці систем автоматизації – звести людський чинник до абсолютного мінімуму. Саме в цьому підході фахівці компанії вбачають запоруку стабільності продукту.

– Ми зацікнені на тому, щоби максимально мінімізувати людський фактор. Тому що особливо в пиві



він відіграє вирішальну роль. Там повинна бути стабільність, а стабільності можна досягти лише завдяки автоматизації. І тоді не буде жодних відхилень від рецептури, – наголошує Олександр Янічко.

Завдяки автоматизованій системі весь варильний процес відбувається без постійного втручання оператора. Система фіксує та відтворює технологічні параметри з точністю, недосяжною для ручного управління, забезпечуючи повноцінний контроль за дозами на кожному етапі. Як результат – пиво з ідентичними смаковими характеристиками від варки до варки.

Особливу увагу інженери приділяють мікробіологічній безпеці: герметичність устаткування та повна відсутність так званих застійних зон запобігають контакту продукту з повітрям та накопиченню бруду. Це дозволяє гарантувати високу якість і тривале зберігання пива протягом кількох місяців навіть на невеликих броварнях, де немає пастеризатора.

Під час виконання проекту на «Канівському пиві» команда «Ареотек» сформулювала технічні вимоги до виробника обладнання: які датчики мають бути встановлені, яка конфігурація клапанів потрібна, як побудована вся система. PID-діаграма була повністю розроблена фахівцями «Ареотек», і вже за нею виробник будував обладнання. Такий підхід – від технічного завдання до запуску – і є конкурентною перевагою компанії.

«Ареотек» – молода українська компанія у сфері промислової автоматизації, заснована Олександром Янічком. Фахівці компанії мають значний досвід автоматизації заводів харчової, сільськогосподарської та переробної галузей. «Ареотек» розробляє й впроваджує сучасні системи автоматизації для підприємств різних секторів економіки.

АВТОМАТИЗАЦІЯ – НЕ ПРИВІЛЕЙ ВЕЛИКИХ

Поширена думка, що автоматизація доступна лише великим заводам, є хибною. Компанія «Ареотек» свідомо руйнує цей стереотип, пропонуючи рішення для підприємств будь-якого масштабу.

– Це може собі дозволити навіть маленький крафтовий завод з варильним чаном на 500 літрів, який міг би й далі працювати вручну. Невеликими маніпуляціями, перестановками в PID-діаграмі та постачанням відповідного додаткового обладнання це можна реалізувати. І важливо, що для цього не треба якихось шалених фінансових вкладень, бо ми розуміємо, як зараз важко всім, розуміємо, що всі повинні працювати, – запевняє Олександр Янічко.



Компанія свідомо обрала гнучку цінову політику, орієнтуючись не на максимальний прибуток з одного замовлення, а на широку присутність у галузі. Клієнти дізнаються про «Ареотек» і виявляють зацікавленість – компанія готова брати підприємства на обслуговування та розробляти індивідуальні рішення під конкретне виробництво.

– Ми не націлені на те, щоб заробити всі гроші. Ми націлені на те, щоб їх заробляти по трохи, зате багатьма проектами. Тому ми відкриті до діалогу, відкриті до абсолютно всього, що потрібно замовнику, – наголошує Олександр Янічко.

МАСШТАБНІШЕ, НІЖ ПРОСТО ПИВО: НОВІ ГАЛУЗІ ТА ВЛАСНІ РОЗРОБКИ

До речі, сфера застосування систем автоматизації від «Ареотек» не обмежується пивоварнею. Фахівці готові до роботи в будь-якому секторі, де є потреба у точних і стабільних виробничих процесах.

– Це стосується й альтернативної енергетики, зокрема, ми можемо змонтувати обладнання й укомплектувати відповідною автоматикою, написати блоки програм. Деревообробна промисловість, переробка яблук на желе чи пюре, сублімовані продукти, швидке заморожування – ми можемо реалізувати все, – запевняє Олександр Янічко.

Окремим і важливим напрямом є власна розробка та виробництво пастеризаторів – як для цукру, так і для готового продукту. Це устаткування створюється в комплексі та пропонується замовникам як повноцінне рішення «під ключ».

Комплексний підхід «АРЕОТЕК» охоплює всі етапи реалізації проекту – від розроблення технічних рішень і проектування до монтажу, пусконаладжувальних робіт та подальшого сервісного супроводу. Це дає змогу забезпечити стабільність виробничих процесів, високу точність виконання технологічних операцій, енергоефективність і максимальну ефективність роботи підприємств.

У своїй діяльності компанія спирається на три ключові принципи: безкомпромісну якість технічних рішень, відкритість до діалогу та партнерства, а також орієнтація на реальні потреби кожного клієнта. Саме тому кожен проект в «АРЕОТЕК» розглядають не як типовий набір обладнання, а як індивідуальне інженерне рішення, адаптоване до виробничих завдань замовника.



реклама



AREOTEK
INDUSTRIAL AUTOMATION

ТОВ «АРЕОТЕК»

Львівська обл., Львівський р-н, с. Склинів,
вул. Окружна, будинок 21-А

Директор:

Янічко Олександр Володимирович

Контакти:

+380 63 691 35 91
www.aretetek.com.ua
info@aretetek.com.ua





Стабільність смаку крізь роки: як «Ізмаїльська пивоварня» працює у воєнний час

На XVI Форумі пивоварів, дистильаторів та виробників напоїв Beer&Craft Drink Forum 2026, що відбувся у квітні, з'їхалися пивовари та представники галузі з різних куточків нашої країни. Попри те, що в останні роки воєнні реалії стали випробуванням для всього українського бізнесу, і для галузі пивоваріння зокрема, її представники успішно долають труднощі. Серед іншого, учасники форуму спілкувалися й про нові рішення, які доводиться шукати в умовах нестабільності ринку. Вони дають змогу зберегти виробництво та колектив й продовжувати працювати навіть в умовах постійних обстрілів та логістичних труднощів, зазначає **комерційна директорка ТОВ «Ізмаїльська пивоварня» Тетяна ПОНОМАРЬОВА**, яка також долучилася до участі у Форумі.

Ця броварня працює на Одещині вже понад шістнадцять років. Після початку повномасштабного вторгнення підприємство було змушене скоригувати географію збуту та оптимізувати штат, однак не зупинилося. Як команді вдається втримувати виробничі процеси в умовах війни, долати щоденні виклики та водночас планувати розвиток – про це Тетяна Пономарьова розповіла нашим читачам.





СОРТИ, ЩО ФОРМУЮТЬ ВПІЗНАВАНІСТЬ

Перші чотири сорти пива в «Ізмаїльській пивоварні» зварили 12 березня 2010 року. Відтоді асортимент броварні суттєво зріс і продовжує розширюватися, однак окремі сорти пінного незмінно залишаються у лінійці підприємства вже 16 років поспіль, формуючи її основу та впізнаваність. Пивоварня пропонує нефільтроване непастеризоване пиво, добре відоме споживачам під торговою маркою «FEST». Незалежно від стилю чи рецептури, пивовари Півдня Одещини приділяють особливу увагу якості та стабільності продукції, адже саме це є запорукою довіри споживачів. Тому пиво від ТОВ «Ізмаїльська пивоварня» завжди має звичний для поціновувачів колір, смак і аромат, що не змінюються з року в рік.

– Нішу, у якій працюємо й досі, ми зайняли ще на початку діяльності. Відтоді багато що змінювалося: з'являлися нові сорти й нові назви. Але й сьогодні стабільно варимо 8–9 основних сортів пива, які вже добре знають поціновувачі наших напоїв. У лінійці броварні є лагери, світлі сорти, пиво віденського типу та інші класичні позиції, – зазначає Тетяна Пономарьова.

Нині «Ізмаїльська пивоварня» виготовляє сорти пива, створені за традиційними українськими та німецькими рецептурами. Чимало з них у різні роки ставали переможцями й призерами професійних дегустаційних конкурсів, що вкотре підтверджує стабільно високу якість напоїв.

Серед улюблених споживачами сортів – пиво верхового та низового бродіння, зварене в різних стилях. Найпопулярніші серед них – світле «Чеське», «Мюнхенське», «Bohemia», напівтемне «Баварія» та інші сорти. Пиво «FEST» – нефільтроване та непастеризоване, виготовляється без додавання консервантів і барвників. Саме тому виробники звертають увагу споживачів на можливу наявність природного дріжджового осаду, що є ознакою «живого» про-

дукту. У процесі виробництва пивовари використовують високоякісну сировину: зокрема, солод і компоненти з Німеччини від компанії Weyermann, а також українські інгредієнти від Malteurop Ukraine та Славутського солодового заводу. Уся сировина проходить ретельний вхідний контроль, а якість продукції перевіряється на кожному етапі виробництва. Окрему увагу приділяють і водопідготовці: воду очищують та готують за допомогою сучасного обладнання компанії «Jurby WaterTech», що дозволяє досягати стабільності смаку в кожній партії пива.

РОБОТА ПІД ТИСКОМ ОБСТАВИН: ЛОГІСТИКА, ЕНЕРГЕТИКА ТА ІНШІ ВИКЛИКИ

На підприємстві пиво розливають виключно у кеги, які згодом постачають до торгових точок. Саме спеціалізовані магазини з продажу пива на розлив нині залишаються основними каналами реалізації продукції «Ізмаїльської пивоварні». Водночас реалії воєнного часу суттєво вплинули на структуру збуту:



сегмент HoReCa значно скоротився. Постійні повітряні тривоги та загальна нестабільність не сприяють повноцінній роботі закладів громадського харчування, які частково активізуються лише влітку, з початком курортного сезону.

– Особливості та географія постачання нашої продукції суттєво змінилися після повномасштабного вторгнення. До 2022 року ми реалізовували пиво у низці сусідніх областей – на Запоріжжі, Херсонщині, у Донецькій та Дніпропетровській областях. Зараз частина цих територій перебуває під окупацією. Але й в інші регіони доїхати практично неможливо. Режим переміщення Одещиною нині дуже суворий, тому ми вимушені отримувати багато дозволів, щоб мати змогу виїжджати за межі області. Тому наразі реалізуємо пиво лише в Одеській області. Як наслідок, загальні обсяги виробництва скоротилися приблизно на 20 %, – розповідає представниця пивоварні.

Логістика стала однією з ключових проблем, що подекуди перешкоджає безперебійному функціонуванню броварні. Прикметно, що з огляду на географічне розташування Ізмаїла, доставка імпортованої сировини з-за кордону інколи відбувається навіть простіше, ніж транспортування необхідних компонентів територією України. Внутрішня логістика залишається дорогою і складною в організації, що створює додаткове навантаження на виробничі процеси та планування.

Попри зменшення обсягів виробництва, яке свого часу змусило підприємство частково скоротити персонал, нині роботу вдалося стабілізувати. До виробничих процесів активно залучають молодь – зо-



крема студентів, яких на Одещині чимало. Вони охоче долучаються до роботи, поєднуючи навчання з практичним досвідом на підприємстві.

Зважаючи на виклики сьогодення та ризики, пов'язані з енергозабезпеченням, на підприємстві заздалегідь подбали про автономність виробництва. Це стало важливим кроком для забезпечення стабільної роботи в умовах постійних відключень електроенергії та нестабільної напруги в мережі.

– На жаль, у наш регіон «прилітає» дуже часто, тому маємо постійні відключення електропостачання. А якщо електрика і з'являється, то напруга в мережі вкрай нестабільна, і працювати за таких умов практично неможливо. Тому свого часу ми встановили сонячні панелі, придбали необхідне обладнання і тепер працюємо майже незалежно від загальної мережі. Звісно, на виробництві ще є що вдосконалювати. Тож працюємо над цим і чекаємо на обладнання, яке має надійти найближчим часом, – каже Тетяна Пономарьова.

Паралельно на підприємстві працюють і над підвищенням якості продукції. Зокрема, планують оновити лабораторне обладнання, ретельно підбираючи рішення, що оптимально відповідатимуть потребам виробництва за функціональністю, обсягами та вартістю. Також поступово модернізуватимуть інші виробничі потужності. Проте змінювати основний напрям діяльності тут не планують, хоча уважно стежать за ринковими тенденціями. З огляду на попит, у перспективі розглядають можливість запуску виробництва безалкогольного пива.

Тож попри всі труднощі, бессарабські пивовари зберігають репутацію виробників якісного українського продукту та налаштовані на подальший розвиток.

Комерційна директорка ТОВ «Ізмаїльська пивоварня» Тетяна Пономарьова:

«Приємно, що ми відновили традицію участі у професійних форумах та конференціях, яку були змушені призупинити після початку повномасштабного вторгнення. Із задоволенням взяла участь у Beer&Craft Drink Forum 2026. Вважаю, що це чудова можливість і для пивоварів з досвідом, й для початківців, адже на таких зустрічах ми маємо змогу побачитися з колегами та предметно поспілкуватися, почути корисну інформацію про реалії й тенденції ринку, придивитися до технологічних новинок. А це дуже важливо для успішного розвитку».



Українські ПЕТ-кеги для європейського пивоваріння: досвід MCT Company у Польщі та Чехії



На європейському пивоварному ринку конкурують не лише виробники пива. Важливу роль відіграють також постачальники технологій, обладнання й пакувальних рішень, від яких залежить, чи збереже напій свої органолептичні властивості під час зберігання і транспортування.

Українські компанії поступово інтегруються в цей ринок. Одна з них – MCT Company, виробник одноразових ПЕТ-кегів. Співпраця з броварнями Польщі та Чехії стала для компанії важливим етапом міжнародного розвитку та підтвердила, що українські пакувальні рішення можуть відповідати вимогам європейських виробників.

Про особливості роботи з польськими й чеськими броварнями, технічні вимоги клієнтів і значення випробувань для розвитку продукції читачам журналу «Напої & Пиво. Технології та Інновації» розповідає директорка з маркетингу MCT Company Дар'я ГРУЗДЕВА.

ВІД ПЕРШИХ ПОСТАЧАЇ ДО ДОВГОСТРОКОВОЇ СПІВПРАЦІ

Чотири роки тому MCT Company розпочала співпрацю з броварнею ReCraft, розташованою у Свентохловіце у Верхній Сілезії. ReCraft – один із найбільших крафтових виробників Польщі. Броварня має 34 ферментаційні танки та повністю автоматизовану виробничу лінію.

Асортимент ReCraft охоплює класичні й сучасні стилі: лагери, пшеничне пиво, IPA, кислі елі, фруктові сорти та пиво, витримане в бочках. Продукцію броварні можна знайти як у спеціалізованих магазинах і крафтових барах, так і в найбільших торговельних мережах Польщі.

– На момент початку співпраці з ReCraft наша компанія лише формувала свою присутність у країнах Європейського Союзу, а польський ринок став одним із ключових напрямів розвитку міжнародних партнерств. Спільно з нашим дистриб'ютором DENI TRADE нам вдалося закріпитися в Польщі. Сьогодні ми продовжуємо розширювати присутність продукції MCT на цьому ринку, – розповідає Дар'я Груздева.





За чотири роки окремі постачання переросли у стабільну співпрацю. Для MCT Company це стало джерелом практичного досвіду та глибшого розуміння вимог європейських виробників до тари, її сумісності з обладнанням, стабільності характеристик і надійності під час транспортування.

ПОЛЬЩА: РОБОТА З РІЗНИМИ МОДЕЛЯМИ БРОВАРЕНЬ

Сьогодні серед партнерів MCT Company – відомі польські броварні PINTA, AleBrowar, Funky Fluid, Brokreacja, Inne Beczki, Wielka Sowa та ReCraft. Вони представляють різні сегменти ринку: від піонерів польської крафтової революції до нового покоління виробників, які активно працюють із такими стилями, як New England IPA, Sour Ale, Pastry Sour і Barrel Aged.

– Особливо показовою є співпраця з Funky Fluid, яка постачає свою продукцію до майже 30 країн. Для експортно орієнтованих виробників стабільність тари й передбачуваність логістики мають критичне значення, адже пиво нерідко долає сотні або тисячі кілометрів, перш ніж потрапити до споживача, – зазначає Дар'я Груздева.



Funky Fluid – одна з найдинамічніших крафтових броварень Польщі. Її заснували 2018 року у Варшаві. Броварня відома серією Gelato, сучасними IPA, фруктовими й десертними сортами та постійними експериментами з новими рецептурами. Крім постійного асортименту, команда створює близько 200 нових сортів пива на рік.

Важливе місце серед партнерів MCT Company посідає PINTA – один із піонерів сучасного польського крафтового пивоваріння. Її Atak Chmielu, вперше зварений у березні 2011 року, став першою комерційною American IPA у Польщі та одним із символів польської крафтової революції.

– Сьогодні PINTA має власне сучасне виробництво та експортує пиво до 21 країни. Для нас співпраця з виробниками такого рівня є не лише комерційним партнерством, а й підтвердженням відповідності нашої продукції очікуванням розвиненого європейського ринку, – наголошує Дар'я Груздева.

AleBrowar також належить до засновників польської крафтової сцени. Одним із найвідоміших продуктів броварні є Rowing Jack – American IPA, яка стала класикою асортименту бренду та добре відома польській крафтовій спільноті.

Brokreacja, заснована 2015 року у Кракові, нині має власне виробництво в місті Затор. Броварня працює із сучасними IPA, міцними темними сортами, копченим пивом і серіями, витриманими в бочках.

Wielka Sowa – незалежна броварня в регіоні Нижня Сілезія, названа на честь найвищої вершини Совиних гір. У її асортименті представлені як класичні регіональні сорти, так і сучасні інтерпретації популярних пивних стилів.

Ще один партнер MCT Company – Inne Beczki, польська крафтова броварня, відома широким асортиментом IPA, лагерів, кислих, фруктових і безалкогольних сортів.

– Співпраця з такими різними виробниками дає нам змогу бачити, як змінюються вимоги до тари залежно від масштабу виробництва, географії продажів, стилю пива й моделі дистрибуції. Це важливий зворотний зв'язок для подальшого вдосконалення продукту, – пояснює Дар'я Груздева.





ЧЕХІЯ: ТРАДИЦІЇ, ЩО ВИСУВАЮТЬ ВИСОКІ ВИМОГИ

Чеський пивний ринок виділяється сформованою культурою споживання та високими очікуваннями щодо стабільності смаку, карбонізації й загальної якості напою. Тому для постачальників тари важливо відповідати не лише нормативним вимогам ЄС, а й технічним очікуванням самих броварів.

У Чехії MCT Company співпрацює вже з десятком броварень, зокрема, з Nová Paka та Horácký pivovar.

Nová Paka – броварня з понад 150-річною історією, розташована на північному сході Чехії. Виробництво на її нинішньому майданчику розпочалося 1872 року. Броварня спеціалізується на традиційних чеських лагерах і спеціальних сортах, поєднуючи історичні рецептури із сучасними виробничими технологіями. Її продукція представлена на внутрішньому ринку та експортується за кордон.

– Співпрацю з Horácký pivovar, продукція якого виходить під брендом Horác – pivo Vysočina, ми розпочали після участі у виставці Drinktec. Команда броварні шукала альтернативну тару для розширення дистрибуції своєї продукції в Чехії. Для нас це ще один приклад того, як участь у профільних міжнародних виставках перетворюється на довгострокове партнерство, – розповідає Дар'я Груздева.

Horácký pivovar працює в Іглаві, у краї Височина. Основу його асортименту становлять традиційні чеські лагери, доповнені сезонними, фруктовими та сучасними сортами. У виробництві використовують, зокрема, чеський хміль і моравський солод.



ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ОСНОВА ДОВІРИ

Співпраця з броварнями Польщі та Чехії для MCT Company – це не лише експорт ПЕТ-кегів, а й постійний обмін досвідом, спільні випробування та адаптація продукції до потреб конкретних виробництв.

– Досвід роботи з польськими й чеськими партнерами показав, що європейські броварні дедалі більше уваги приділяють вимірюванню технічним показникам і результатам випробувань. Саме тому MCT Company розвиває тестування вмісту розчиненого кисню, моніторинг втрат CO₂ і стабільності карбонізації, а також оцінювання якості напою протягом заявленого терміну зберігання, – зазначає Дар'я Груздева.

Окремим напрямом є перевірка сумісності ПЕТ-кегів із різними типами обладнання для наповнення та розливу. Конструкція фітинга, робочий тиск, параметри лінії й особливості технологічного процесу можуть відрізнятися залежно від підприємства та типу обладнання для наливу. Тому перед початком системних поставок важливо провести випробування у виробничих умовах клієнта.

– Досвід останніх років підтверджує, що українські виробники здатні інтегруватися в європейські виробничі ланцюги й конкурувати завдяки якості, гнучкості та готовності адаптувати продукцію до потреб клієнта. Для нас довіра починається не з рекламних тверджень, а з технічних показників, результатів випробувань і стабільної роботи продукту в реальних виробничих умовах, – підсумовує Дар'я Груздева.

реклама

 **MCT.Company**

 Україна, м. Київ,
просп. Степана Бандери, буд. 21,
офіс 416

 www.mct.company



Від виробництва до інженерії:

що вразило гостей бізнес-туру на «Опіллі»



Бізнес-тур на пивоварню «Опілля» став однією з ключових подій XVI Форуму пивоварів, дистиляторів і виробників напоїв Beer&Craft Drink Forum 2026, який відбувся 2–3 квітня у Тернополі.

Для учасників форуму це була можливість побачити не презентацію чи виставковий стенд, а реальне виробництво в роботі. Саме тому щороку медіагрупа «Технології та інновації» включає до програми відвідування підприємств, які формують сучасну харчову промисловість України.

Однак цього разу гостей чекало дещо більше, ніж знайомство з одним із найбільших пивоварних підприємств країни.

Вони побачили виробництво, яке протягом багатьох років навчилося створювати власні технологічні рішення і фактично будувати себе самостійно.

НЕ ПРОСТО МОДЕРНІЗАЦІЯ

Коли говорять про розвиток підприємства, зазвичай мають на увазі інвестиції в нове обладнання, нові цехи чи виробничі лінії.

На «Опіллі» цей процес відбувався дещо інакше.

На початку модернізації у 2013–2014 роках підприємство перебувало зовсім в іншій точці розвитку. Виробництво становило близько 150 тисяч декалітрів пива на рік, а подальше зростання вимагало кардинальних змін.

Саме тоді було прийняте рішення, яке багато хто вважав ризикованим: паралельно з модернізацією створювати власну інженерну компетенцію.

Замість того щоб повністю залежати від сторон-

ніх виробників обладнання, підприємство почало формувати команду, здатну проектувати, виготовляти, монтувати та запускати виробничі системи власними силами.

Сьогодні результат цього рішення видно практично в кожному цеху підприємства.

– Починаючи з 2014 року на пивоварні було створено підрозділ, який почав виготовляти обладнання для виробництва пива. За ці роки ми розвинули наші можливості настільки, що у 2025 році цей підрозділ став окремою компанією – «Опілля Інжиніринг», – розповів директор з розвитку пивзаводу «Опілля» Євген Блохін.

Саме ця історія стала одним із найбільших відкриттів для учасників бізнес-туру.

ЗАВОД УСЕРЕДИНІ ЗАВОДУ

Під час екскурсії гості відвідали варильне відділення, лагерні підвали, фільтраційний комплекс, сучасні лінії розливу та нові виробничі об'єкти, частина яких продовжує розвиватися навіть сьогодні.

Масштаб підприємства справді вражає.

Сучасна потужність «Опілля» становить близько 6 мільйонів декалітрів на рік. Однак найбільше уваги гостей привертали не самі цифри.

Практично на кожному етапі маршруту виникало одне й те саме питання: «Це теж зроблено власними силами?»

У багатьох випадках відповідь була ствердною.

– Більшість об'єктів, які сьогодні працюють на території підприємства, пройшли через нашу власну інженерну команду – від ідеї та проектування до виготовлення, монтажу, автоматизації й введення в експлуатацію, – зазначив Євген Блохін.





Особливо показовою є історія розвитку виробничих площ.

Нові лагерні підвали вводилися поетапно. Частина сучасних виробничих приміщень з'явилася там, де ще кілька років тому була вулиця. Над новими підвалами згодом були побудовані додаткові виробничі площі з лініями розливу.

ІНЖЕНЕРІЯ ЯК ЧАСТИНА ВИРОБНИЦТВА

Одним із головних висновків бізнес-туру стало розуміння того, що інженерія на «Опіллі» не існує окремо від виробництва.

Будь-яке рішення проходить перевірку в реальних умовах роботи пивоварні.

Саме так з'явився комплекс генерації азоту продуктивністю 550 м³ на годину, який забезпечує роботу технологічних процесів підприємства.

Саме так була створена система термічної деаерації води, що дозволяє досягати рівня розчиненого кисню близько 5 ppb – показника, який має критичне значення для стабільності смаку продукції.

Саме так сьогодні тестуються рішення з мембранної фільтрації на керамічних мембранах.

Для гостей форуму важливо було побачити не лише готове обладнання, а й логіку його створення.

Спочатку рішення вирішує конкретне виробниче завдання на власному підприємстві. Лише після цього воно може стати окремим продуктом для ринку.

Саме цей підхід сьогодні лежить в основі роботи компанії Opillia Engineering.

РЕЗУЛЬТАТ, ЯКИЙ МОЖНА ВИМІРЯТИ

Технологічні рішення мають сенс лише тоді, коли дають практичний результат.

На «Опіллі» це добре видно через конкретні показники.

Завдяки впровадженню систем рекуперації тепла та інших енергоефективних рішень підприємство щороку економить близько 30 млн грн на енергоносіях.

Проте не менш важливим результатом є можливість контролювати власний розвиток.

Коли підприємство самостійно проектує виробничі системи, воно отримує значно більшу гнучкість у модернізації, масштабуванні та адаптації технологій до власних потреб.

Саме це сьогодні дозволяє «Опіллю» не просто нарощувати виробництво, а системно розвивати власні компетенції.

ЩО НАЙБІЛЬШЕ ЗАПАМ'ЯТАЛИ ГОСТІ

Для учасників бізнес-туру цінність відвідування полягала не лише у можливості побачити сучасне виробництво.

Багатох вразив сам підхід до розвитку підприємства.

Аліна РАДЗІЄВСЬКА, генеральна директорка ПРАТ «Хмельницьке пиво»:

– Я вже вдруге відвідую пивзавод «Опілля». Вісім років тому я була тут це на стадії будівництва того, що зараз уже працює на повну потужність. Тоді це були тільки стіни, плани та надзвичайна амбітність команди. А зараз це готові цехи, лінії розливу та власне інжинірингове підприємство. За вісім років відбувся колосальний обсяг роботи. Я пи-





шаюся, що в Україні взагалі є виробництва, які можуть так масштабуватися, давати робочі місця, розвивати себе й Україну. Це справді надихає.

Борис СМЕРЕКА, пивоварня Fifteen Brewery (м. Ужгород):

– Мені дуже сподобався бізнес-тур, адже ми змогли побачити роботу такого національного виробника зсередини: зрозуміти масштаби, оцінити рівень автоматизації, стратегічні напрямки розвитку тощо. Такі великі виробники фактично задають тон для всієї галузі. І для малих крафтових пивоварень подібні тури теж дуже корисні, бо розуміння того, куди рухається ринок, допомагає правильно планувати власний розвиток. Комунікація між виробниками різного масштабу завжди корисна для всіх учасників галузі.

Арсен Попович, пивовар LUCHAN BREWERY (м. Луцьк):

– Я, мабуть, вперше був на заводі такого масштабу, і це справді вражає. Нам дуже детально все розказали та показали, відповіли на всі запитання, і ми жодного разу не почули, що «це комерційна таємниця». Власний конструкторський підрозділ «Опілля» справді побудував завод усередині заводу. Рівень автоматизації – немов космічний корабель: одна людина може керувати величезними обсягами, сидячи в офісі та не бігаючи між цехами.



Й особисте відкриття цього бізнес-туру – неймовірно смачний чорний квас. Я не очікував, що безалкогольна продукція може так вразити на пивному заводі.

Владислав ЗЕЛЕНЬКО, пивовар Barley&Hops (м. Вінниця):

– Бізнес-тур на пивзавод «Опілля» був дуже цікавим і пізнавальним. Вразило те, наскільки злагоджено все працює: великі обсяги, складні технологічні процеси, і при цьому все чисто й організовано. Особливо запам'яталась дегустація свіжого пива просто з танка – це зовсім інший досвід порівняно з пивом із полиці. І, звісно ж, незабутня атмосфера справжнього пивоваріння, яку відчуваєш фізично, коли стоїш поруч із варильним чаном.

Для багатьох гостей саме ця особливість стала головним відкриттям поїздки.

За сучасними цехами, новими виробничими лініями та високими обсягами виробництва вони побачили те, що не завжди помітно з першого погляду – багаторічну інженерну школу, яка дозволила підприємству не лише модернізувати себе, а й створити окремий напрямок розвитку для всієї галузі.

Сьогодні Opillia Engineering виросла з внутрішньої потреби одного заводу. Але її історія показує значно більше: українське виробництво здатне не лише купувати технології, а й створювати їх самостійно.



Пивоварня як простір вражень

Учасники бізнес-туру побували у «САМОГОНній ресторації “Ковчег”»



Смачне крафтове пиво нині є не єдиним аргументом у боротьбі за увагу споживача. У світі, де вибір стає дедалі ширшим, перемагають виробники, які пропонують не лише якісний продукт, а й атмосферу, історію та емоцію, що залишаються з гостем довше, ніж післясмак напою. Саме тому сучасні броварні все частіше виходять за межі класичного виробництва, поєднуючи пивоваріння з гастрономією та креативними концепціями закладів.

«САМОГОНна ресторація “Ковчег”» з Тернополя – яскравий приклад саме такого підходу. У цьому просторі крафтове пиво органічно доповнюється авторською кухнею, а кожна деталь інтер'єру працює на створення унікальної атмосфери. Тому ця броварня – не лише місце варіння пива, а й точка тяжіння для тих, хто цінує автентичність.

Такий підхід змогли оцінити учасники XVI Beer&Craft Drink Forum 2026, які під час бізнес-туру відвідали «Ковчег». Під час візиту вони ознайомилися з особливостями технологічного процесу, поспілкувалися з командою та побачили ті «родзинки», що формують лояльність гостей і перетворюють випадкових відвідувачів на постійних поціновувачів.

ВІД ПЕРШИХ КРОКІВ ДО СТАБІЛЬНОГО ВИРОБНИЦТВА

Перед запуском пивного бізнесу власники броварні «Ковчег» приділили багато часу вивченню галузі: відвідували профільні виставки обладнання, аналізували ринок і активно спілкувалися з досвід-

ченими пивоварами. Не менш ретельно вони підійшли до формування концепції закладу. В основі ідеї – поєднання сімейного затишку, гармонії з природою, екологічності та натуральності продукту. Саме ці принципи стали фундаментом для створення унікального формату ресторації-пивоварні.

Як саме вдалося реалізувати цей амбітний задум, учасникам бізнес-туру продемонстрував **головний технолог ресторану-пивоварні «САМОГОНна ресторація “Ковчег”» Павло ГОЛОВАТИЙ**. Він провів змістовну екскурсію, детально розповівши як про





особливості підприємства, так і про ключові технологічні процеси. На тонкощах цієї справи фахівець знається дуже добре, адже працює на броварні від часу її відкриття – з 2012 року.

– Тоді ми почали працювати на новому обладнанні для пивоварні від словацької компанії PSS Svidnik, яку виготовили спеціально на наше замовлення. На старті до нас приїжджав чеський пивовар Зденек Реска. Він пояснив базові принципи та показав, як працює обладнання. Після його від'їзду ми вже самостійно поступово розбиралися і з устаткуванням, і з технологією пивоваріння. Крок за кроком сформувалося розуміння всіх процесів. Спочатку нас було шестеро, згодом команда скоротилася до чотирьох, а нині я фактично сам забезпечую всі виробничі етапи. Умови роботи були різними: на початку ми встановили шість ЦКТ, а варіння пива часто відбувалося вночі – це було економічно доцільніше з огляду на вартість енергоресурсів, – пригадує Павло Головатий.

На броварні «Ковчег» виготовляють нефільтроване та непастеризоване пиво за класичною чеською технологією, використовуючи виключно натуральну сировину. Такий підхід дозволяє зберегти природний аромат і повноту смаку напою без застосування консервантів. Виробництво оснащене сучасним обладнанням, що забезпечує стабільність процесів, контроль параметрів і незмінно високий рівень якості.

Технологічний комплекс броварні включає варильний блок із заторним котлом місткістю 500 літрів, фільтр-чан і варильний котел. Система також оснащена теплообмінником та ефективною системою охолодження. Вода, яка використовується у виробництві, проходить попередню підготовку та очищення від домішок, що є критично важливим для успішного кінцевого результату.

На підприємстві реалізовано повний цикл пивоваріння із застосуванням двох типів бродіння – верхового та низового. Усі процеси відбуваються у закритій системі, без контакту з повітрям, що мінімізує ризики стороннього впливу та сприяє стабільності продукту. Важливо й те, що «Ковчег» частково забезпечений незалежними джерелами енергії, завдя-

ки чому виробництво може функціонувати навіть під час тимчасових перебоїв з електропостачанням. А це фактор, що в сучасних умовах набуває особливого значення.

ЯКІСНА СИРОВИНА ТА УЛЮБЛЕНІ СОРТИ

Гості закладу мали змогу продегустувати сорти пива, яким пишуться у «Ковчегу». Кожен з них вирізняється власним характером: унікальними смаковими нотками, виразним ароматом і тривалим післясмаком. На броварні використовують якісну сировину як українського, так і закордонного походження. Зокрема, застосовують німецькі солоди Weyermann (Pilsner, Münchener, Carafa), а також дріжджі французького виробника Fermentis.

Для варіння класичного лагера «Слава Україні» використовують солод української компанії «Канів-Солод», а також німецький і чеський хміль, який формує приємну, збалансовану гіркоту та чистий аромат напою. Під час створення темних сортів, пшеничного пива та IPA з його характерною насиченою хмелевою складовою пивовари комбінують дріжджі Fermentis, солоди Weyermann і кілька різновидів хмелю, досягаючи складного й багатогранного смакового профілю.

Виразний карамельний відтінок темного лагера формується завдяки використанню німецького хмелю Tradition та ароматного чеського жатецького хмелю. Ці ж сорти хмелю входять і до рецептури пшеничного елю, який варять з пророщеного німецького пшеничного солоду. Завдяки цьому напій набуває ніжного пшеничного аромату з легкими фруктовими нотками, що особливо цінують поціновувачі цього стилю.

Натомість американський ель IPA варять з німецького солоду та трьох видів американського хмелю – El Dorado, Citra та Mosaic. Завдяки такому поєднанню броварі отримують помірно гіркий, насичений і ароматний напій з характерними цитрусово-тропічними відтінками та глибоким смаком.



– Зазвичай найдовше вариться пшеничне пиво, хоча загалом процес варіння триває близько 6–7 годин. Більшість операцій на пивоварні відбувається у напівавтоматичному режимі. За ці роки обладнання працює стабільно, лише періодично регулюємо клапани. Обсяги виробництва, звісно, залежать від сезону: якщо взимку у закладі реалізується 2–3 тонни пива, то влітку попит настільки зростає, що гостям інколи доводиться чекати, поки дозріє темне або пшеничне пиво. Загалом процес визрівання триває від 21 до 25 діб. Ми суворо дотримуємося рецептури, тому пиво обов'язково проходить повний цикл бродіння, і лише після цього ми пропонуємо його гостям, – розповідає фахівець.

Літо – особлива пора для «Ковчега»: саме 7 серпня відзначають день народження закладу. З цієї нагоди пивовари традиційно варять спеціальний сезонний сорт – бурштинове пиво. До його складу входять карамельний солод, цедра апельсина, кориця та гвоздика, що створює теплий, пряний аромат і м'який, гармонійний смак. Цей сорт має відданих шанувальників, тому розходиться дуже швидко. А на зимові свята на броварні варять темне насичене різдвяне пиво, що зігріває навіть у холоди.

Стабільність кожної варки забезпечується завдяки системному контролю всіх етапів виробництва. Пиво зберігають у бродильних і лагерних танках, а також у форфасах, звідки під тиском напій подається безпосередньо на бар. Окрім цього, продукцію реалізують у пляшках, банках і кегах.

ОРИГІНАЛЬНА АРХІТЕКТУРА ТА ЦИРА ГОСТИННІСТЬ

Скуштувати крафтове пиво від тернопільських броварів можна безпосередньо у «САМОГОННІЙ ресторації “Ковчег”», а також придбати його в інших закладах мережі чи у невеликій фермерській крамничці. Тут гостям пропонують не лише широкий вибір напоїв, а й різноманітні закуски, зокрема фірмове сало з власної ферми, яке вже стало впізнаваною гастрономічною візитівкою закладу. Відвідувачі рес-



торації також мають змогу оцінити асортимент м'ясних виробів власного виробництва та страви грузинської кухні, що гармонійно поєднуються з пивною картою. У закладі функціонує власний тандир, у якому випікають традиційний грузинський хліб шоті. Його подають гостям як приємний комплімент.

Не менше враження на учасників бізнес-туру справила й оригінальна архітектура та інтер'єр «Ковчега». Приміщення ресторації сконструйоване у формі корабля – своєрідної метафори Ноевого ковчега. Свого часу будівлю зведено за спеціальною технологією з міцного, але водночас легкого дерева – різновиду кипариса. Ресторація має три поверхи, що символічно відсилають до трьох палуб біблійного ковчега. Загалом концепція закладу занурена у біблійний сюжет про Ноя та всесвітній потоп, який знаходить відображення як у загальній ідеї, так і в деталях оформлення.

Символом «Ковчега» є «видимий знак невидимої ласки» – вирізьблена на скам'янілій деревині долоня Ноя з голубом, що уособлює надію та відновлення. У теплу пору року особливу увагу привертає подвір'я закладу, де розташовані топіарії – ландшафтні скульптури тварин, сформовані з кущів. Усередині ж гості можуть побачити численні тематичні елементи декору, які підсилюють атмосферу та завершують цілісність концепції.

У ресторації приділяють велику увагу постійним гостям, пропонуючи їм не лише якісний сервіс, а й особливий формат взаємодії. Наслідуючи світові традиції гостинності, у закладі створили клуб постійних клієнтів. Його учасники отримують іменні бокали – своєрідний знак приналежності до спільноти «Ковчега». Надалі пиво для таких гостей подають виключно в їхніх персональних келихах, які зберігаються безпосередньо у ресторації. І це створює додаткове відчуття персоналізованого підходу.

– Ми рухаємося вперед, попри виклики сьогодення. Нам вдалося адаптуватися до нових реалій, і вже п'ятнадцятий рік поспіль стабільно працюємо, незмінно пропонуючи нашим гостям якісне пиво, – підсумовує Павло Головатий.

Crossflow-фільтрація:

контрольований процес фільтрації напоїв



У виробництві напоїв фільтрація є одним із ключових етапів підготовки продукту до зберігання або розливу. Її завдання не обмежується лише отриманням прозорого зовнішнього вигляду. Для пива, вина, сидру та інших напоїв важливими є стабільність продукту, повторюваність результату, контроль втрат і збереження органолептичних властивостей.

Crossflow-мембранна фільтрація є одним із технологічних рішень для таких завдань. Вона дозволяє працювати з продуктом у контрольованому режимі, знижувати кількість компонентів, що впливають на прозорість і стабільність, та одночасно автоматизувати сам процес фільтрації.

Opillia Engineering розглядає цей напрям як перспективний для виробництва напоїв, особливо у випадках, коли для підприємства важливі відсутність витратних фільтрувальних матеріалів, зменшення кількості відходів і стабільність технологічного режиму.

ПРИНЦИП РОБОТИ

Принцип crossflow-фільтрації полягає в тому, що продукт рухається вздовж поверхні мембрани. Через мембрану проходить пермеат – очищена частина потоку, тоді як затримані компоненти залишаються в циркуляційному контурі та концентруються у вигляді ретентату.

На відміну від фільтрації через сформований фільтрувальний шар, мембрана в такій системі працює як селективний бар'єр із заданим рейтингом. Саме рей-

тинг мембрани визначає, які компоненти будуть переважно затримуватися, а які залишаться у складі продукту.

У виробництві напоїв crossflow-фільтрація зазвичай застосовується на завершальних етапах технологічного процесу – перед зберіганням, стабілізацією або розливом.

ЩО ДАЄ CROSSFLOW-ФІЛЬТРАЦІЯ

Практична перевага crossflow-системи полягає у можливості вести процес без використання кізельгуру, картонних пластин або інших витратних фільтрувальних матеріалів. Це зменшує кількість підготовчих операцій, спрощує запуск фільтрації та знижує залежність виробництва від регулярної закупівлі таких матеріалів.

Відсутність витратного фільтрувального шару також впливає на поводження з відходами. Затримані компоненти концентруються у вигляді ретентату, а не змішуються з відпрацьованим фільтрувальним матеріалом. Це спрощує подальше поводження з осадом і може зменшувати навантаження на каналізаційну систему.

Для виробника важливим є й рівень керованості процесу. Crossflow-фільтрація дозволяє контролювати тиск, трансмембранний тиск, температуру, швидкість циркуляції, продуктивність і режими мийки. Саме ці параметри визначають стабільність роботи мембран і повторюваність результату від партії до партії.

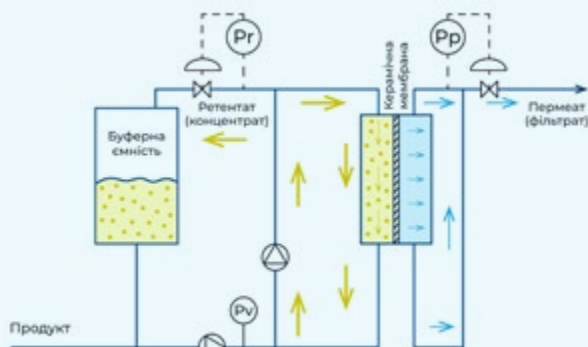


Рис. 1. Спрощена технологічна схема crossflow-мембранної фільтрації.

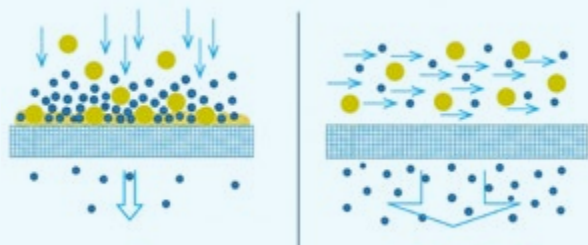


Рис. 2. Порівняння принципів фільтрації: а) класична фільтрація; б) тангенціальна crossflow-фільтрація.

ВИБІР РЕЙТИНГУ МЕМБРАНИ

Одним із головних рішень під час проєктування crossflow-системи є вибір рейтингу фільтрації. Він впливає не лише на рівень освітлення продукту, а й на продуктивність, втрати, ресурс мембран, тривалість циклу та органолептичні властивості готового напою.

Мембрана з рейтингом 1 мкм переважно використовується для роботи з дріжджовими клітинами та крупними завислими частинками. Рейтинг 0,45 мкм забезпечує глибший рівень мікрофільтрації та може знижувати мікробіологічне навантаження продукту. Мембрана 0,2 мкм працює з дрібнішими включеннями, але потребує уважнішої оцінки впливу на продуктивність і характеристики напою.

Тонша фільтрація не завжди є кращим рішенням. Зі зменшенням рейтингу мембрани зазвичай знижується питома продуктивність, зростає навантаження на мембранний контур, збільшується тривалість процесу та мийки. У деяких продуктах це також може впливати на тіло напою, повноту смаку, ароматичний профіль або піностійкість.

Тому рейтинг мембрани потрібно підбирати під конкретний продукт і конкретне технологічне завдання. Оптимальне рішення – це баланс між прозорістю, стабільністю, продуктивністю, втратами та властивостями готового напою.



ВІД ЧОГО ЗАЛЕЖИТЬ ПРОДУКТИВНІСТЬ

Продуктивність crossflow-системи не можна оцінювати лише за загальною потужністю установки. Реальна швидкість фільтрації залежить від властивостей продукту, кількості завислих речовин, температури, рейтингу мембрани, трансмембранного тиску та швидкості циркуляції.

Для напоїв орієнтовна питома продуктивність може становити 50–100 л/м²·год. На різних продуктах одна й та сама мембранна площа може показувати різний результат.

Під час оцінки обладнання варто звертати увагу на такі параметри:

- рейтинг фільтрації;
- площа мембран;
- питома продуктивність, л/м²·год;
- робочий тиск;
- трансмембранний тиск;
- швидкість циркуляції продукту;
- допустимі режими CIP-мийки;
- рівень автоматизації процесу.

Важливо оцінювати не тільки максимальну продуктивність, а й стабільність потоку протягом усього циклу фільтрації. Для промислового виробництва саме стабільність режиму часто є важливішою за короткочасне досягнення високого показника.

ВИПРОБУВАННЯ ТА ПІДБІР КОНФІГУРАЦІЇ

Напої зі схожими характеристиками можуть по-різному поводитися під час мембранної фільтрації. На результат впливають рецептура, ступінь зброджування, залишкова кількість дріжджів, колі́дний склад, температура, попередня обробка та вимоги до кінцевого продукту.

Саме тому правильний підбір системи бажано виконувати на основі випробувань конкретного продукту. Такі випробування дозволяють визначити оптимальний рейтинг мембрани, очікувану питому продуктивність, необхідну площу фільтрації та конфігурацію установки.

У crossflow-системах Opillia Engineering використовуються керамічні мембрани. Вони мають високу механічну міцність, стійкість до хімічного впливу, стабільно працюють у технологічному режимі та добре піддаються CIP-мийці. Це важливо для виробництва, де обладнання має працювати не епізодично, а в регулярному промисловому циклі.

АВТОМАТИЗАЦІЯ ПРОЦЕСУ

Crossflow-фільтрація потребує постійного контролю параметрів. Під час роботи система має підтримувати заданий тиск, трансмембранний тиск, температуру, швидкість циркуляції, режими фільтрації, промивки та CIP-мийки.

Автоматизація дозволяє зменшити вплив людського фактора, стабілізувати роботу мембран і забезпечити повторюваність результату. Для оператора це означає зрозумілий контроль процесу, фіксацію відхилень і можливість швидко реагувати на зміну умов роботи.

Окреме значення має автоматизована мийка.

Правильно підібрані режими CIP впливають на відновлення продуктивності мембран, ресурс обладнання, витрати води, хімії та час простою між циклами фільтрації.

ЕКОНОМІЧНИЙ ТА ЕКОЛОГІЧНИЙ ЕФЕКТ

Економічний ефект crossflow-фільтрації пов'язаний насамперед зі зменшенням витрат на фільтрувальні матеріали, їх зберігання, підготовку та утилізацію. Також скорочується час підготовки до процесу, оскільки немає потреби наливати фільтрувальний шар або готувати картонні елементи.

Екологічний ефект полягає у зменшенні кількості твердих відходів і потенційному зниженні навантаження на каналізацію. Ретентат залишається окремим концентрованим потоком, з яким простіше працювати, ніж із сумішшю продуктового осаду та використаного фільтрувального матеріалу.

Для підприємства це не лише питання економії. Більш чистий і контрольований процес спрощує експлуатацію, зменшує кількість ручних операцій і робить результат фільтрації більш прогнозованим.

МОЖЛИВІСТЬ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ

Crossflow-системи можуть проєктуватися з урахуванням подальшого розширення. Якщо базова конфігурація передбачає можливість додавання мембранних модулів, продуктивність установки можна нарощувати без повної заміни обладнання.

Такий підхід важливий для виробництв, які планують поступове збільшення обсягів або хочуть спочатку оцінити роботу технології на певній групі продуктів. У цьому випадку система може розвиватися разом із потребами підприємства.

Водночас доцільність впровадження завжди має оцінюватися індивідуально. На рішення впливають тип продукту, потрібний рівень фільтрації, обсяги виробництва, вимоги до стабільності, очікувані втрати, витрати на мийку та економіка процесу в цілому.

ВИСНОВОК

Crossflow-фільтрація є сучасним інструментом для контрольованої фільтрації напоїв. Вона дозволяє поєднати освітлення продукту, автоматизацію процесу, відсутність витратних фільтрувальних матеріалів і можливість точного підбору режимів під конкретний продукт.

Найважливішими чинниками ефективності такої системи є правильний вибір рейтингу мембрани, достатня площа фільтрації, стабільний режим роботи, якісна CIP-мийка та розуміння властивостей продукту. Саме поєднання цих факторів визначає не лише технічний результат, а й економічну доцільність впровадження.

Для виробника напоїв crossflow-фільтрація може бути корисним рішенням тоді, коли потрібен контрольований, автоматизований і повторюваний процес із прогнозованими параметрами роботи та можливістю подальшого масштабування.

ТЕХНІЧНІ ПАРАМЕТРИ УСТАНОВКИ

Параметр	Значення
Принцип фільтрації	Crossflow / тангенціальна мембранна фільтрація
Рейтинг фільтрації	1 мкм
Площа мембран	6,8 м ²
Орієнтовна питома продуктивність	50–100 л/м ² ·год
Номінальна продуктивність установки	3,4–6,8 гл/год
Робоча температура продукту	5–25 °C
Максимальна робоча температура	до 85 °C
Максимальна швидкість зміни температури	не більше 10 °C/хв
Максимальний робочий тиск мембранного контуру	10 бар
Максимальний трансмембранний тиск	3 бар
Допустимий робочий тиск буферної ємності	3 бар
Матеріал виконання	AISI 304
Об'єм буферної ємності	0,6 м ³
Насос циркуляції	7,5 кВт
Насос подачі продукту	4 кВт
CIP-мийка	повністю автоматизована
Габаритні розміри	2079 × 1465 × 2342 мм

реклама



Україна, м. Тернопіль,
вул. Лозовецька, 15

+38 067 350 83 07
www.opillia.tech



Надійні чилери для пивоварень будь-якого масштабу



Температура супроводжує пиво на кожному етапі виробництва: від охолодження сула після варіння до ферментації, дозрівання та підготовки до розливу. Саме тому вибір чилера для пивоварні не можна зводити лише до потужності обладнання.

Компанія EVROPROM понад 12 років працює у сфері промислового охолодження, за цей час реалізувала сотні проєктів для підприємств харчової промисловості, зокрема для провідних пивоварень України.

Підприємство працює по всій Європі, фахівці активно реалізують проєкти в країнах Близького Сходу, Африки та Південної Америки. «Зрештою, чилер працює за однаковими законами фізики і в Києві, і в Мілані, і в Каїрі. Звісно, український ринок ми знаємо дуже добре. Розуміємо, як працюють підприємства, чого очікують замовники і як тут ухвалюються рішення. Але приблизно те саме ми можемо сказати й про європейський ринок. За роки роботи в нас сформувалася мережа локальних менеджерів і партнерів у Польщі, Італії, Німеччині, Греції, країнах західної та східної Європи. Завдяки цьому ми постійно перебуваємо всередині ринку, а не будемо гіпотези», – каже СТО компанії EVROPROM Сергій Стафійчук.

Фахівці компанії щодня відстежують доступність обладнання на місцевому ринку, маркетплейсах, знають національні особливості, свята та багато іншого.

– Наприклад, італійці рідко починають розмову одразу з бізнесу: спочатку обговорять родину й каву, а вже потім перейдуть до чилера. Під час відрядження до Барі перед самою зустріччю на виробництві нас повели до бару пити пиво й говорити про футбол, – ділиться Сергій Стафійчук.

ТЕНДЕНЦІЇ ТА ЗМІНИ НА РИНКУ

Як наголошує Сергій Стафійчук, головна тенденція останніх років пов'язана не з технологіями, а з економікою. Адже на перший план дедалі частіше виходить енергоефективність, і промисловість стала значно уважніше рахувати гроші.

– Бізнес бореться за кожен кіловат електроенергії. Ще кілька років тому багато компаній обирали чилери переважно за потужністю та вартістю. Сьогодні дедалі частіше розглядають системи із free cooling, рекуперацією тепла й тепловими насосами. Зростає інтерес до інверторних чилерів, які здатні плавно регулювати продуктивність і споживати рівно стільки електроенергії, скільки потрібно в конкретний момент. Ми дедалі частіше пропонуємо зв'язку чилера та драйкулера. Такий дует чудово працює разом і допомагає суттєво знизити енергоспоживання та експлуатаційні витрати, – каже фахівець.

Також змінилося ставлення до відновленого обладнання. Сергій Стафійчук наголошує, що раніше чилер, який уже був в експлуатації, часто сприймали як компромісне рішення. Сьогодні ж ринок сприймає його зовсім інакше. Кошти, які компанія економить на





придбанні вживаного чилера, можна реінвестувати в розвиток виробництва або інші інвестиційні проекти, пояснює фахівець.

– По суті, ринок стає більш зрілим. І це, мабуть, третя тенденція. Сьогодні вже не достатньо знати лише необхідну холодопродуктивність. Якщо говорити, наприклад, про пивоварні, потрібно розуміти кількість ЦКТ, обсяги варок, температурні режими для різних сортів пива й десятки інших технологічних параметрів, – ділиться Сергій Стафійчук.

ПЕРЕВАГИ ВІДНОВЛЕНОГО ОБЛАДНАННЯ

Компанія EVROPROM опосередковано вплинула на український ринок, адже вона показала, що відновлені чилери справді не гірші, ніж нові, а в окремих випадках – навіть кращі. Чому ринок обирає відновлене обладнання? Причин декілька. Насамперед підприємства прагнуть знижувати капітальні витрати й утримувати собівартість продукції на конкурентному рівні.

– Але є й друга причина. Багатьох дивує, коли ми говоримо, що відновлений чилер іноді виявляється більш передбачуваним, ніж новий. Річ у тім, що нове обладнання не застраховане від заводських дефектів. У нас був випадок, коли на абсолютно новому Systemair потужністю 214 кВт під час запуску виявилася проблема з однією з фреонових магістралей. На щастя, обладнання ще перебувало під азотом, тому ситуацію вдалося швидко усунути. А ось чилер, який уже відпрацював кілька тисяч мотогодин, як правило, встигає проявити всі свої особливості ще в попереднього власника. У холодильній галузі існує поняття «обкатки» обладнання. Для багатьох нових агрегатів це перші кілька тисяч годин роботи. Відновлені чилери цей етап уже пройшли, – пояснює Сергій Стафійчук.

Багато чилерів, вироблених 10–15 років тому, створювали з великим запасом міцності. Фахівці компанії EVROPROM досі бачать обладнання кінця 1990-х і початку 2000-х років, яке надійно працює на підприємствах. Наприклад, підприємству «Радомишль» компанія EVROPROM поставила чилер 1999 року випуску. До речі, один із найперших роликів на ютуб-каналі EVROPROM присвячений саме цьому проекту. Цей чилер працює досі.

– Це така класична бойова машина: сів і поїхав. Вона не примхлива, передбачувана, зрозуміла в експлуатації та ремонті. Фахівців, які вміють працювати з таким обладнанням, на ринку достатньо. Водночас не варто думати, що відновлений чилер – це обов'язково обладнання двадцятирічного віку. У наших поставках регулярно є моделі 2018, 2019 і 2020 років випуску. Вони вже мають певне напрацювання, наприклад, 3–7 тисяч мотогодин, тому належать до категорії обладнання з пробігом, – ділиться Сергій Стафійчук.

УСПІШНІ ПРОЄКТИ В УКРАЇНІ

Серед клієнтів компанії EVROPROM в Україні – пивоварні GAVA, Good Brewery, «Гуцульське», Volynski Browar, Bierwelle, Remeslo Brewery, Luchan Brothers' Brewery, Hott's, «Радомишль», Pivnoy Gnom, «Перша приватна броварня», «Дрофа», «Опілля», «Уманьпиво».

– Сподіваюся, тепер ви не запитаете, чиє пиво ми обираємо на вихідні. Це може коштувати нам кількох контрактів. А ми любимо всіх своїх клієнтів, – сміється Сергій Стафійчук і продовжує: – Усі проекти для нас знакові. Кожне підприємство, з яким ми працюємо, – як окрема дитина. У нас практично не буває проектів за принципом «продали й забули». У кожному випадку потрібно розібратися з технологічним процесом, температурними режимами, системою охолодження, електромережею підприємства, графіком його роботи. Потім на пусконаладжувальні роботи обов'язково виїжджає наш технік. І майже завжди з кожним проектом пов'язані цікаві життєві історії знайомства, партнерства чи співпраці. Звісно, є підприємства, з якими нас пов'язують роки спільної роботи. Наприклад, пивоварня «Радомишль». Ми й сьогодні консультиємо команду підприємства та беремо участь у розвитку його холодної інфраструктури.

Компанія EVROPROM співпрацює з різними за масштабом виробництва клієнтами.

– Для Luchan Brothers' Brewery ми поставили чотиритрубний чилер, який одночасно забезпечує і холод, і тепло. Найцікавіше те, що він фактично нагріває воду без додаткових витрат енергії. Є пивоварні, які через кілька років повертаються до нас за наступним обладнанням. Це, зокрема, «Опілля», «Гуцульське» та «Радомишль», – зазначає Сергій Стафійчук.

Відмінностей у підходах до роботи українських і закордонних замовників значно менше, ніж прийнято вважати. Коли йдеться про промислове підприємство чи пивоварню в Україні, харчове виробництво в Італії чи завод із виробництва пластмас у Німеччині, власники бізнесу хвилюють приблизно одні й ті самі питання, наголошує Сергій Стафійчук.

– Українські підприємства, можливо, більш гнучкі й практичні. Дуже часто рішення ухвалюються швидше, а головним критерієм стає співвідношення вартості та результату. Водночас рівень технічної підготовки українських інженерів і механіків часто не поступається європейському. Є ще один цікавий момент. У Європі багато підприємств звикли працювати за чіткими регламентами оновлення обладнання. Досить часто чилер продають не тому, що він вийшов з ладу, а тому, що настав час планової модернізації. В Україні до обладнання ставляться інакше: якщо агрегат надійно виконує своє завдання, його будуть експлуатувати доти, доки це економічно виправдано, – ділиться фахівець.

ПЕРЕДОВІ РІШЕННЯ – ДЛЯ БУДЬ-ЯКОЇ ПИВОВАРНІ

За словами фахівця, пивоваріння потребує дуже точного контролю температури. Якщо в одних процесах необхідно швидко охолодити продукт, то в інших температура повинна знижуватися поступово й дуже плавно. Тому велике значення мають автоматика, контролери та можливість точно керувати режимами роботи обладнання.



– Ми можемо запропонувати рішення практично для будь-якої пивоварні: від невеликих крафтових виробництв до великих промислових підприємств. Підбір починається з розуміння самого виробництва. Наприклад, ми завжди запитуємо, скільки на підприємстві ЦКТ і який об'єм кожного танка. Дві пивоварні можуть виробляти однаковий обсяг пива на тиждень, але одна працює з трьома ЦКТ по 2 тонни, а інша – з одним танком на 6 тонн. Для системи охолодження це зовсім різні завдання, – пояснює Сергій Стафійчук.

Далі фахівців компанії EVROPROM цікавить обсяг варки та її інтенсивність: скільки суслу необхідно охолодити за один цикл, скільки варок відбувається на добу або на тиждень. Саме завдяки цьому фахівці правильно визначають пікове навантаження на систему.

– Важливо розуміти, які сорти пива виробляє підприємство. Різні стилі потребують різних температурних режимів і різної тривалості бродіння. Якщо одночасно варяться лагери й елі, система охолодження повинна забезпечувати кілька незалежних температурних режимів. Ми обов'язково запитуємо і про форфаси, тому що про них часто забувають. А готове пиво також потрібно охолоджувати й підтримувати в стабільній температурі, – каже Сергій Стафійчук.

Ще один важливий момент – як саме охолоджується сусло: чи використовується пластинчастий теплообмінник, які температурні графіки передбачає технологія, чи потрібне швидке охолодження, чи плавне зниження температури.

– Окрім самого технологічного процесу, велике значення мають і умови експлуатації. Яка температура всередині приміщення, чи утеплені трубопроводи, які тепловтрати системи – іноді саме ці, на перший погляд, дрібниці стають причиною нестачі потужності. Якщо говорити про сам чилер, то для пивоварного виробництва ми зазвичай рекомендуємо обладнання, розраховане на річну роботу впродовж цілого року. Як правило, це температура теплоносія близько -3°C , наявність зимового комплексу, інверторного керування вентиляторами або ЕС-вентиляторів, підігрівачів картера компресора та якісної автоматики. Ми також рекомендуємо використовувати гідромодуль із насосом і розширювальним баком. А ось вбудована буферна ємність потрібна далеко не завжди. У багатьох проектах значно ефективніше працює окремий буферний бак, який розраховується під конкретну систему. Загалом, наше завдання –

розібратися в технології виробництва так, щоб після запуску в технолога не виникало запитань, а в пивовара завжди виходило саме те пиво, яке він задумав зварити, – пояснює фахівець.

НЕЗМІННІ СТАНДАРТИ ЯКОСТІ – КЛЮЧ ДО УСПІХУ

Фахівці компанії EVROPROM дотримуються досить простого принципу: не продають обладнання, роботу якого не готові підтвердити власними випробуваннями.

– Кожен чилер проходить кілька етапів перевірки – до того як потрапить на склад і після надходження на склад. Потім обладнання повторно тестують безпосередньо перед відвантаженням клієнту. За останні роки ми пішли ще далі. Якщо раніше тестування проводили переважно на воді, то сьогодні ми можемо відтворювати реальні умови експлуатації конкретного підприємства. Наприклад, якщо йдеться про пивоварню, де потрібна робота за температури теплоносія -3°C , ми можемо протестувати обладнання саме в такому режимі ще до його відправлення замовнику, – каже Сергій Стафійчук.

Другий важливий стандарт компанії EVROPROM – інженерний підхід до підбору обладнання. Особливо це важливо для пивоваріння. Адже фахівцям компанії доводиться враховувати обсяги варок, кількість ЦКТ, температурні режими різних сортів пива, графіки ферментації, систему охолодження суслу та безліч інших чинників.

Фахівці компанії EVROPROM незмінно надають підтримку клієнтам після продажу.

– Ми супроводжуємо клієнта не лише на етапі вибору обладнання. Наші спеціалісти беруть участь у пусконаладжувальних роботах, консультують з питань експлуатації та допомагають вирішувати технічні завдання вже після запуску системи, – наголошує Сергій Стафійчук.

реклама

 **EVROPROM**

 **evroprom.com**
 **+38 (073) 093 83 23**
 **info@evroprom.com**



He-Saccharomyces:

як нетрадиційні дріжджі змінюють сучасне пивоваріння



Дріжджі, що не належать до роду *Saccharomyces* (*ne-Saccharomyces*, *ne-Sacc*), давно перестали сприйматися виключно як контамінанти. Сьогодні вони дедалі активніше використовуються для виробництва безалкогольного та низькоалкогольного пива (NOLO), створення складніших ароматичних профілів і розширення стилістичних можливостей пивоваріння.

Традиційно промисловість покладалася на *Saccharomyces* завдяки їхній високій здатності ферментувати цукри з утворенням алкоголю. Проте розвиток сегмента NOLO та попит на нові сенсорні рішення відкрили шлях для використання *ne-Saccharomyces*. Розширення портфолію таких культур, зокрема поява нового штаму SafBrew™ LA-02, підтверджує зростання їхнього значення для сучасного пивоваріння.

ПЕРСПЕКТИВНІ *ne-SACCHAROMYCES* ШТАМИ

Родина *ne-Saccharomyces* надзвичайно різноманітна, однак лише окремі роди демонструють поєднання придатної ферментаційної активності та перспективних сенсорних характеристик.

Одним із таких рішень є **SafBrew™ LA-02** – штам *Torulaspora delbrueckii*, розроблений для виробництва пива NOLO. Він доповнює SafBrew™ LA-01, розширюючи лінійку Fermentis для цього сегмента.

Як і **SafBrew™ LA-01**, новий штам є **мальтозо-негативним**, однак має нижчу **атенуацію** та є **POF-negative**, що усуває ризик появи фенольних тонів – димних або гвоздичних нот – у готовому пиві. При цьому він характеризується нейтральним перебігом ферментації.

He-Saccharomyces давно використовуються й у виноробстві, де їхні вторинні метаболіти підвищують ароматичну складність вина, а окремі культури виконують функції біозахисту. Зокрема, *Metschnikowia pulcherrima*, представлена продуктом **SafCeno™ Bioprotect MP-72**, дозволяє зменшити використання сірки завдяки антимікробній та антиоксидантній дії.

ЧИМ *ne-SACCHAROMYCES* ВІДРІЗНЯЮТЬСЯ ВІД *SACCHAROMYCES CEREVISIAE*

Основна відмінність полягає у характері утворення вторинних метаболітів – ефірів, фенолів та органічних кислот, які формують сенсорний профіль готового продукту.

Крім цього, *ne-Saccharomyces* можуть суттєво відрізнитися від *Saccharomyces cerevisiae* за

температурними та pH-вимогами, рівнем **атенуації**, **флокуляції**, швидкістю ферментації та стійкістю до алкоголю. Це вимагає точного налаштування технологічного процесу.

Більшість таких дріжджів характеризуються нижчою ферментаційною активністю та меншою толерантністю до алкоголю. Особливо це стосується **мальтозонегативних** штамів, які ферментують значно менше цукрів, ніж *Saccharomyces*, що робить їх одним із ключових інструментів виробництва пива NOLO.

ПЕРЕВАГИ ТА ТЕХНОЛОГІЧНІ ВИКЛИКИ

Головною перевагою мальтозонегативних не-*Saccharomyces* є природне обмеження утворення алкоголю, що дозволяє виробляти безалкогольне та низькоалкогольне пиво без значних змін рецептури.

Додатковою перевагою є ширший спектр вторинних метаболітів, зокрема ефірів, фенолів і органічних кислот, які забезпечують складніший ароматичний та смаковий профіль. Використання не-*Saccharomyces* окремо або в поєднанні зі штамми *Saccharomyces* дозволяє оптимізувати перебіг ферментації та створювати нові стилістичні рішення.

Водночас застосування цих культур потребує більш жорсткого технологічного контролю. За неправильного ведення процесу вони можуть продукувати сторонні присмаки, а змішані ферментації підвищують складність керування процесом і ризики контамінації. Тому необхідні ретельний моніторинг та дотримання рекомендованих технологічних режимів.

ФОРМУВАННЯ НОВИХ СЕНСОРНИХ ПРОФІЛІВ

Сенсорні властивості значною мірою визначаються конкретним видом і штамом дріжджів. Відмінності виникають через різний рівень синтезу ефірів, сивушних спиртів та відновлення альдегідів.

Деякі штами *Torulaspora delbrueckii* здатні продукувати ефіри та терпени, що формують більш складний ароматичний профіль із фруктовими, квітковими та трав'янистими нотами.

Іншим прикладом є **SafBrew™ BR-8** – штам *Brettanomyces*, спеціально відібраний для вторинного бродіння. Він продукує характерні фенольні сполуки, які формують класичний «бретті»-профіль із нотами кінського запаху, шкіри та хліва. Під час витримки такі культури поступово розвивають складні фруктові, дикі та нетрадиційні ароматичні характеристики.

ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ У ВИРОБНИЦТВО

Попри поширені побоювання, ризик перехресного забруднення традиційного пива не-*Saccharomyces* є відносно невеликим. Через довшу лаг-фазу, повільніше бродіння та нижчу стійкість до алкоголю вони зазвичай поступаються конкурентною перевагою штамам *Saccharomyces*.

Для ефективної роботи з не-*Saccharomyces* необхідно коригувати температуру ферментації, режими

перемішування та систему технологічного моніторингу відповідно до особливостей конкретного штаму.

Ключове значення також має санітарія виробництва. Непористе обладнання легко піддається очищенню та повторному використанню, тоді як дерев'яні бочки й пластикові шланги значно складніше стерилізувати, тому саме вони потребують особливої уваги.

ВПЛИВ НА СТАБІЛЬНІСТЬ ПИВА

Нижча **ступінь зброджування** не-*Saccharomyces* може впливати на довготривалу стабільність продукції. Крім того, підвищене утворення вторинних метаболітів здатне змінювати смаковий профіль під час тривалого зберігання, якщо процес не контролюється належним чином.

Для виробництва пива NOLO ця проблема добре відома. Незалежно від того, використовуються мальтозонегативні штами *Saccharomyces* чи не-*Saccharomyces*, залишкові цукри можуть спричинити подальше бродіння та додаткову карбонізацію під час зберігання. Саме тому критично важливими залишаються пастеризація або точний температурний контроль, які забезпечують мікробіологічну стабільність продукції.

БЕЗПЕЧНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ

Виведення нових не-*Saccharomyces* на ринок передбачає повний цикл оцінки безпечності. Штами проходять тестування на наявність потенційних токсинів, алергенів і патогенних властивостей, після чого повинні отримати схвалення для використання у харчовій промисловості відповідно до вимог чинного законодавства.

Усі комерційні продукти Fermentis проходять комплексну перевірку та відповідають вимогам безпечного використання у виробництві пива.

Сьогодні не-*Saccharomyces* уже не є екзотикою чи винятком із правил. Вони стали повноцінним технологічним інструментом, що відкриває пивоварам нові можливості для виробництва NOLO, створення складніших ароматичних профілів і розвитку нових стилів пива. З розширенням асортименту штамів, зокрема **SafBrew™ LA-02**, **SafBrew™ BR-8** та **SafCEno™ Bioprotect MP-72**, їхнє значення для сучасного пивоваріння лише зростатиме.

реклама



www.fermentis.com



SOLOD UKRAINA

ТОВ «СОЛОД УКРАЇНА»
www.solodukraina.com

+38 067 500 79 97
+38 067 444 78 00

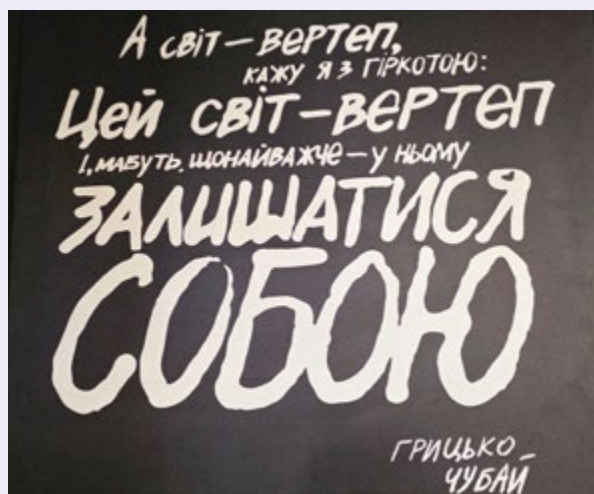
Craft Beer & Vinyl #12 у Львові:

понад 40 броварень, музика
і нові смаки крафту

У Львові на території !FESTrepublic з 15 по 17 травня відбувся Craft Beer & Vinyl Music Festival #12 – одна з найбільших українських подій, що поєднує крафтове пиво, вінілову музику та живі виступи. Протягом трьох днів фестиваль об'єднав понад 40 пивоварень, музичні сцени, вініловий і пивний ярмарки, ретроавтошоу, дартс-турніри, дитячі зони та благодійні ініціативи на підтримку Сил Оборони, у межах яких зібрано 1,3 млн грн. Інформаційним партнером події виступив журнал «Пиво. Технології та Інновації». Медіагрупа «Технології та Інновації» відвідала фестиваль, де виробники представили новинки, поділилися досвідом і технологічними рішеннями, а також баченням розвитку крафтової індустрії.

CRAFT BEER & VINYL FESTIVAL #12: ПІДСУМКИ ПОДІЇ

Цієї весни організатори фестивалю підготували низку доповнень до фестивалю та розширили програму трьохденної події. У перший день Craft Beer & Vinyl Music Festival #12 відвідувачі мали насичену програму з виступами артистів, вініловими сетами, тихою вечіркою, дитячими активностями та турніром з дартсу в категорії GOLD. Наступний день розпочався зі спортивного забігу PRAVDA Hangover Run. Протягом дня працювали пивний ярмарок, фудкорти, вініловий ринок і виставка ретроавто, відбувалися концерти й DJ-сети. У клубі проходив Півний



лекторій за участі Асоціації «Незалежні броварні України», на якому говорили про розвиток крафтового ринку та сучасні виклики галузі. У неділю відбулася легка сімейна програма з музикою, дартс-турніром і вечіркою HULIGAN biker beer party.

Тарас Маселко, PR-директор Холдингу емоцій !FEST та співорганізатор **Craft Beer & Vinyl Music Festival #12**, підсумовуючи цьогорічний фестиваль, наголосив на масштабі події та результатах, яких вдалося досягти:

– До нас приїхали понад 40 пивоварень, а під час фестивалю ми провели благодійний забіг від пивоварні PRAVDA. За три дні нам вдалося зібрати 1,3 млн грн на підтримку Сил Оборони, зокрема на безстроковий проєкт «Рій Помсти», який передбачає закупівлю 400 денних FPV-дронів та 25 FPV-літаків. Також відбулися Національні змагання з дартсу, де визначили переможців CRAFT BEER & VINYL DARTS OPEN | UDL LVIV. Окрім цього, ми організували одну з наймасштабніших електронних вечірок у Львові разом із формацією TANØK – її відвідали близько 2 тисяч гостей.



Дмитро Некрасов, один із засновників асоціації «Незалежні броварні України», майстер-пивовар, технолог пивоварні First Dnipro Brewery з менеджерками медіагрупи «Технології та Інновації» на фестивалі Craft Beer & Vinyl Music Festival #12

КРАФТОВА СЦЕНА: НОВІ СМАКИ ТА ЕКСПЕРИМЕНТИ

Крафтова зона фестивалю об'єднала десятки пивоварень, які презентували нові смаки, експерименти та авторські інтерпретації класичних стилів.

Під час фестивалю представник пивоварні **Jager (Івано-Франківськ) Всеволод Гриньов** розповів про нові експериментальні напої та представлені цього разу позиції.

– Пивоварня Jager представила класичні сорти пива та експериментальні напої, зокрема «желе IPA» з характерною гіркотою в желейній текстурі, ожино-вий Melomel і карпатський саур із подвійною ферментацією на основі чорниці та груші, що формує кисло-солодкий смаковий профіль. Окремо представлений карпатський саур, виготовлений на основі натуральних соків чорниці та груші. Цього року компанія зосереджується на класичних стилях пива – легких лагерях і традиційних сортах, а також активно розвиває безалкогольну лінійку, яка вже запущена. Окремо ми маємо власну розливну лінію, що дозволило розширити виробництво квасу та напоїв типу кола, зокрема з вишневими варіаціями. Наразі продукція реалізується переважно локально, однак підприємство поступово виходить на ширший ринок України.

Менеджер з продажів київської пивоварні **2085 Brewery Андрій Пасічний** поділився баченням розвитку бренду та представив фестивальну лінійку напоїв:

– Наша основна класична лінійка – крафтова українська відповідь світовому масмаркету. Серед позицій – пілснер у чеському стилі, бельгійський wit, лагер у стилі мексиканської Corona та сухий ірландський стаут. Окремо розвиваємо лінійку UA – світлий і темний лагер та пшеничне пиво, з використанням

українського солоду. Попри зменшення споживання алкоголю серед молоді, крафтова культура продовжує розвиватися. Окремо ми активно працюємо з безалкогольними напоями – фруктовими водами без цукру, ароматизаторів і добавок, лише на основі води та фруктів. Також розвиваємо лінійку функціональних вод у п'яти смаках – для підтримки імунітету, травлення, тону, очищення організму та відновлення після фізичної активності.

Тарас Фалик, пивовар Гуцульської крафтової броварні «Ципа» розповів про розвиток напрямків і нові експерименти бренду на фестивалі:

– Сьогодні на фестивалі ми презентуємо безалкогольну IPA у склі 0,33 л. Бачимо зростаючий попит на безалкогольне пиво, тому активно розвиваємо цей напрям. Також продовжуємо співпрацю в межах проєктів і лінійок. Це стандартні сорти, що реалізуються під різними форматами партнерств, але з повною нашою відповідальністю за виробництво та всі процеси. Окремо цього року розробили низку продуктів під різну HoReCa. Серед них – «Каліфорнія», лагер у стилі steam beer, «італійський пілснер» із додаванням базиліку, еспreso стаут, а також абрикосовий milkshake. На крані також буде пиво з кукурудзою – «Ципа-Милай», де використано українську солодку кукурудзу сорту «Джамала». Це експеримент із частковою заміною солоду несолодженою сировиною. Крім того, на стенді представили близько восьми кранів різних стилів – від томатного пива до варіацій із часником.

Про нові сорти пива, які компанія привезла на фестиваль, а також про плани розвитку виробництва повідомила представниця львівської крафтової пивоварні «**Шифр**» **Вікторія Козак**:

– Ми представили на фестивалі дуже цікаву та частково лімітовану лінійку, яку можна спробувати лише тут. Серед новинок – New England IPA, Tomato Cucumber Gose, Milkshake IPA, DIP, а також марципановий стаут. Окремо маємо кокосовий стаут, а



також фруктові варіації з маракуєю, кавуном, манго та персиком. Саури із чорницею, лохиною та полуницею – це експериментальні сорти, які ми готували спеціально до фестивалю, знаючи, що тут цінують нові смаки. Є й козацький мед – напій, який ми зробили у стилі сухого ігристого вина, щоб він мав легкий, шампанський характер. Наразі наша основна ціль – розвиток та запуск банкової лінії розливу. Ми невелика крафтова пивоварня, але поступово розвиваємося і рухаємося вперед.

Харківська броварня «Пивна легенда» на фестивалі Craft Beer & Vinyl Music Festival #12 у Львові представила низку авторських і класичних сортів пива. Особливу увагу відвідувачів привернув ексклюзивний Yellow Mood Milkshake – банановий саур із додаванням вершків, який мав досить цікаву та незвичну подачу. Також у фестивальній лінійці були представлені фруктові кислі елі, зокрема Kilimanjaro Sour з додаванням пюре манго та маракуї, а також Banana & Pear Vanilla Smoothie Sour – пшеничний смузі-саур що містить пюре банану та груші, натуральну ваніль зі стручків та має м'яку кислинку, яка освіжає, а не перебиває. Поряд із експериментальними новинками броварня запропонувала традиційні стилі – бланші, лагери та темні сорти, демонструючи збалансований підхід до формування асортименту. За словами представників броварні, найбільше увагу гостей фестивалю привернув фірмовий Kharkiv Blanche. Це авторська інтерпретація бельгійського бланшу, створена пивоварами «Пивної легенди» з акцентом на локальний характер та якісні натуральні інгредієнти. В основі пива – пшеничний солод, пряні ноти коріандру та цедра свіжих помаранчів, яку на броварні додають вручну.

Представник харківської пивоварні **Red Cat Данило Надточій** розкрив асортимент напоїв, представлених на фестивалі.

– На розлив були представлені класичний Red Cat Tomato, а також його варіація з табаско. У ліній-



ці також присутні два NEIPA: LavA Jump та ще один ексклюзивний сорт, який нещодавно був запущений у виробництво. Серед інших позицій – New Zealand Pilsner, Trempe IPA з вираженою гірчинкою, безалкогольний Greenwich, темний Dublin Milk Stout, а також пшеничні сорти – Brugge Blanche, Munich Weissbier та класика Prague Pilsner. Окремий напрям становлять томатні пива, зокрема варіанти з базиліком та чіпотле. Останній відрізняється підвищеним рівнем гостроти. Також представлено десертні сорти пива зі солодким профілем, серед яких варіації з бананом і маракуєю, а також поєднання банану, груші, полуниці, малини та маршмеллоу, орієнтовані на споживачів, які віддають перевагу м'яким і солодким смакам».

Про фестивальні новинки та ексклюзивні сорти пива, які цього року представляє київська броварня **VARVAR**, розповіла технолог пивоварні **Олена Дерій**:

– Цього року ми привезли на фестиваль рисовий ель із японським хмелем сорту Ibuki. Для його створення використали екстракт ефірних олій цього хмелю, привезений спеціально з Японії. Пиво має квітково-трав'яний аромат і цікаві морські відтінки у смаку. Ще один сорт – Sugar Moon – це колаборація з мічиганською пивоварнею Saugatuck brewing Company. Зварений він у стилі Imperial Milk Stout із додаванням кленового сиропу. Цей сорт вирізняється насиченим ароматом і солодкуватим смаком. Також вже випустили традиційний City Cake до Дня Києва. Цього року він створений із лісовим горіхом, ваніллю та дрібкою солі для підкреслення асоціації зі знайомим нам десертом. Крім того, гості можуть скуштувати Spice Siren Spicy Mango Sour – нашу жіночу варку з манго та гострим перцем.

Постійний учасник Craft Beer & Vinyl, домашній пивовар із Рівного **Денис Деркач**, який бере участь у фестивалі ще приблизно з 2018 року, поділився досвідом участі у фестивалі та представив нові сорти пива.

– Варимо різне пиво – від класики до стаутів і портерів. Цього разу представили кисле пиво на бреттах та фландрійських дріжджах.

Витриманий на дубовій щепі вимочений в бурбоні. Також є багато темного пива: Pumpkin Doppelbock із гарбузом, витриманий на бурбонній щепі, портер із какао-бобами, кокосом і ваніллю, а ще копчений портер із торф'яним солодом. Усе невеликими партіями, але з великою кількістю експериментів і на-тхнення.

«ГРЕБУЧЕ ЯБКО»: НОВІ СМАКИ ТА РОЗВИТОК КРАФТОВОГО СИДРУ

На фестивалі були представлені виробники різних напоїв – від крафтового пива та сидру до авторських безалкогольних новинок.

Роман Сливінський, представник львівської крафтової сидрерії «Гребуче ябко», ознайомив із новими смаками продукції та напрямками розвитку бренду:

– Сьогодні ми представляємо шість смаків крафтового сидру. Серед них – манголайм, охмелене ябко – інноваційна позиція, якої немає на ринку, адже ми свідомо створюємо унікальні рецептури. Частина наших напоїв може нагадувати пиво за стилістикою, але це саме сидр. Також маємо смузі-сидри – зокрема абрикос-маракуя, який вирізняється солодкуватою текстурою та більш густою консистенцією. Окремо представлені варіанти з малиною та чізкейком, а також яблучне просекко. Працюємо на ринку близько семи років і активно розвиваємося: лише за останні два місяці створили шість нових смаків, і надалі плануємо продовжувати цю практику – кожна нова варка буде з новим експериментальним сидром. Ми багато подорожували, відвідували заклади в Україні та за кордоном, зокрема в Польщі, брали участь у дегустаціях і формували власне бачення крафтового сидру. Сьогодні це вже сформований продукт із власною філософією. Наразі маємо три заклади «Гребуче ябко» та починаємо розвивати власну дистрибуцію нашого продукту



Катерина КОНЄВА, співзасновниця медіагрупи «Технології та Інновації» та Марко ЧЕРВЕТТІ, бренд-шеф рестораних проєктів холдингу Fozzy Group та мережі «Сільпо»

ІТАЛІЙСЬКИЙ ШЕФ МАРКО ЧЕРВЕТТІ ОЦІНИВ CRAFT BEER & VINYL

У коментарі для медіа італійський шеф-кухар **Марко Черветті**, бренд-шеф рестораних проєктів холдингу Fozzy Group та мережі «Сільпо», поділився своїми враженнями про Craft Beer & Vinyl Music Festival #12, наголосивши на високому рівні події та її значенні для галузі у воєнний час:

– Ми зараз стоїмо біля броварні «Ципа» – це одна з моїх найулюбленіших броварень у світі. І цей фестиваль теж один із найулюбленіших. Можливо, навіть найулюбленіший. Тут усі броварі України зустрічаються хоча б раз на рік. Це дуже гарно. І я бачу, що нині це, мабуть, головний фестиваль пивної культури в Україні. Тут відчувається прогрес усієї країни. У час війни організувати такий масштабний фестиваль – це неймовірно. Люди за кордоном не вірять. Я всім кажу: приїжджайте на фестиваль у Львові. «В Україні? Але ж там війна». І саме тому те, що ви робите фестиваль у такий час, – це найкраще, що може бути. Я італієць, народився в П'ємонті – на північному заході Італії, а виріс у Венеції. В Італії дуже гарне пиво, можливо, одна з найкращих пивних культур у світі. А от на питання про найкраще поєднання їжі та пива відповісти нелегко – усе залежить від стилю пива. Наприклад, кукурудзяне пиво, яке я дуже добре зрозумів у Мексиці, ідеально поєднується з мексиканською кухнею. Вони створили його так, щоб його пили саме під час мексиканського обіду – і це працює ідеально.

Не просто келих: як мерч стає частиною бренду



КОЛИ КЕЛИХ МОЖЕ НАВЧАТИ

Келих може не лише розповідати про бренд. Він може передавати його філософію.

Саме з таким запитом до нас звернулася волинська крафтова броварня «Блукач». Їхній бренд побудований навколо образу качки-блукачки, яка мандрує світом у пошуках нових смаків.

Перед нами постало завдання: як через келих передати ідею, що пиво – це нове вино?

Так з'явилася концепція келиха, який буквально навчає дегустувати пиво. На ньому ми створили інструкцію з правильної дегустації: звернути увагу на аромат, оцінити смак і відчути післясмак.

А ще додали простий, але важливий жест: щоб повною мірою розкрити аромат і смак пива, його потрібно прокрутити в келиху.

У результаті келих став не сувеніром із логотипом, а інструментом, який допомагає дивитися на пиво по-новому.

Логотип на келиху ще не робить його мерчем.

Мерч починається там, де предмет стає чимось більшим за носій бренду. Коли він розповідає історію, викликає емоцію, допомагає відчути приналежність до спільноти або навіть дає людині можливість сказати щось про себе.

Сьогодні люди купують не просто предмет. Вони купують історію, емоцію та зв'язок із брендом. Саме тому мерч дедалі частіше стає продовженням бренд-стратегії, а не просто нанесенням логотипа на готовий продукт.

Ми переконані, що келих може бути набагато більшим, ніж поверхня для логотипа. Він може продовжувати айдентику, передавати філософію бренду, жартувати, навчати та навіть створювати власну спільноту.

КОЛИ АЙДЕНТИКА ВИХОДИТЬ ЗА МЕЖІ ЛОГОТИПА

Для крафтової броварні з Івано-Франківська «Гонір» ми вирішили не обмежуватися логотипом на келиху. Замість цього взяли ключовий елемент айдентики бренду – коня – і розтягнули його на всю поверхню келиха.

Здавалося, ніби кінь мчить у польоті, огинаючи його форму. Так звичайний келих перетворився на незвичний, трохи химерний і дуже помітний об'єкт, який привертає увагу до бренду.

У цьому випадку келих став продовженням самої айдентики: не просто носієм логотипа, а ще одним способом розповісти, яким є «Гонір».





КОЛИ БРЕНД ПРОДОВЖУЄ ЖАРТУВАТИ НА КЕЛИХУ

Ще один приклад – наша робота з львівською броварнею «Правда».

Їхня комунікація завжди була сміливою, прямою та без зайвих прикрас. Але ми не хотіли, щоб історія бренду закінчувалася на пляшці. Тому продовжили її на келиху.

Так з'явився келих із лозунгом до політичної лінійки пива.

Для безалкогольного пива на етикетці був зображений мудрий страус. Ми вирішили повернути його голову на 360 градусів. Так з'явилася метафора безалкогольного пива: від нього голова не крутиться – тож нехай хоча б крутиться у страуса.

Але головною особливістю стали спеціальні мітки, розташовані під кутом – саме так, як правильно наливати пиво, щоб сформувати красиву піну.

Так келих «Правди» став одночасно функціональним, дотепним і характерним. Таким самим, як і сам бренд.

КОЛИ МЕРЧ ДОПОМАГАЄ РОЗПОВІСТИ ЩОСЬ ПРО СЕБЕ

Ще один приклад – наша власна колекція Beer Passion.

Ми створювали її не як набір келихів із нанесеним логотипом, а як окремий світ навколо любові до пива.

Саме слово *Passion* стало відправною точкою для ідеї: у кожного є свої маленькі пристрасті, а пиво може бути однією з них.

Тому кожен келих колекції говорить не лише про те, що в нього наливо. Він говорить про людину, яка ним користується: її характер, звички та ставлення до пива.

Гумористичні ілюстрації, короткі фрази та впізнавані ситуації перетворюють келих на спосіб самоідентифікації – майже як футболка з улюбленим гуртом чи значок певної спільноти.

Beer Passion – це приклад того, як мерч може створювати власну культуру навколо продукту.

Людина купує не просто келих для пива. Вона обирає свою «пристрасть», впізнає в ній себе і стає частиною більшої спільноти людей, які так само люблять пиво.

Саме в цьому, на нашу думку, і полягає сила хорошого мерчу: він не просто нагадує про бренд – він дає людині можливість розповісти щось про себе.



КОЛИ КЕЛИХ ХОЧЕТЬСЯ ПОКАЗАТИ ІНШИМ

Але хороший мерч працює не лише на рівні особистої ідентифікації. Він може почати працювати і на аудиторію навколо свого власника.

Ми живемо у світі, де майже кожен досвід може стати контентом. Поділитися своїм днем у Stories – така ж звична частина повсякденності, як випити каву чи келих пива.

І тут незвичайний келих стає не просто посудом, а повноцінним маркетинговим інструментом.

Люди фотографують не лише те, що п'ють, а й те, з чого вони це п'ють. Цікавий дизайн келиха може стати частиною фотографії, приводом для Stories або навіть головним об'єктом кадру.

Особливо якщо це лімітована серія, авторська ілюстрація, фестивальна колекція чи дизайнерська колаборація.

Так келих починає працювати далеко за межами бару чи фестивалю. Один яскравий предмет може з'явитися в десятках Stories, дописів і фотографій відвідувачів.

Кожна така публікація – це органічна рекомендація бренду, яка виникає не через рекламне повідомлення, а через бажання людини поділитися цікавим досвідом.

Для крафтової броварні це додаткові точки контакту з аудиторією без необхідності купувати кожен рекламний показ.

Людина приходить за пивом, фотографує келих, відмічає броварню – і в цей момент сама стає частиною комунікації бренду.

Саме тому сьогодні дизайн келиха варто розглядати не лише з точки зору того, як він виглядатиме в руці. Важливо подумати і про те, як він виглядатиме в кадрі.

Чи захочеться його сфотографувати? Чи буде зрозуміло, чий це бренд? Чи стане він достатньо цікавим, щоб ним захотілося поділитися?

Хороший келих може прожити набагато довше, ніж один вечір у барі. Він може потрапити додому, стати частиною колекції, з'явитися в Instagram або просто залишитися в пам'яті людини. І разом із ним продовжує жити історія бренду.

Саме в цьому і полягає сила хорошого мерчу: він не просто нагадує про бренд. Він допомагає людині відчувати його, розповісти про нього іншим – і навіть сказати щось про саму себе.



CONCEPT GLASS

ДІЗНАТИСЬ БІЛЬШЕ



реклама

ПІВОВАРНІ ПІД КЛЮЧ



- Від Івано-Франківська до Одеси
- 10 років на ринку України
- Надійний партнер та самобутній бренд
- Інноваційні проекти
- Відкритість на всіх етапах реалізації задуму замовника



STAINLESS TECHNOLOGIES LLC



с. Мошни,
Черкаська обл.
Пивоварня на 500 л,
у комплекті ЦКТ 1000 л



с. Глібів,
Глібівський пивзавод
6-посудний варильний порядок,
5000 л/варка.
Класичний метод бродіння



м. Івано-Франківськ
Пивоварня на 3000 л,
укомплектована ЦКТ
на 6000 л



смт Вишково
Пивоварня ресторанного
типу на 1000 л,
укомплектована ЦКТ на 2000 л



Пивоварня «Блукач».
с.Рожиське, Волинська обл. Двопосудний
варочний порядок об'ємом 500 л/варка
з повним автоматичним керуванням.
Укомплектовано ЦКТ на 1000 л
з автоматичним контролем тиску.



м. Одеса
Пивоварня на 500 л,
укомплектована ЦКТ
на 1500 л та на 2000 л

Stainless Steel Technologies: забезпечимо кожне українське місто можливістю варити і пити смачний крафт

ТЗОВ «Нержавіючі технології», Львівська обл., м. Новояворівськ, вул. Шевченка, 10, +38 098 802 11 78, +38 067 886 34 66

brewerysst@ukr.net | stainless-technologies.biz