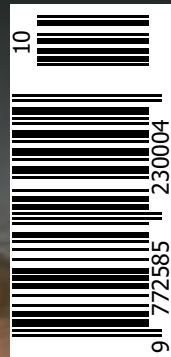


HOPS BEER, BRUNCH AND BURGERS



VOREIA ΑΠΟ ΤΙΣ ΣΕΡΡΕΣ ΜΕ ΑΓΑΠΗ

BEER & BRUNCH



ΤΕΥΧΟΣ
ISSN:
2585-2302

05

www.agronews.gr

10/18

ΔΩΡΕΑΝ ΜΕ ΤΗΝ AGREENDA ΚΑΙ ΣΤΗ ΣΥΝΕΧΕΙΑ ΑΥΤΟΤΕΛΩΣ ΜΕ 4 €

Τολοιόι & Αιαλάντη

Στα διδάγματα του Λέοντα Τολοιόι, η Ελληνική Ζυθοποιία Αιαλάντης βελτιώνεται και αμείβεται με μερίδια αγοράς

ΠΩΜΑ ΦΕΛΛΟΥ ΣΤΗΝ ΜΠΥΡΑ ΜΕΤΑΜΟΝΤΕΡΝΑ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΟ

THE GLOBAL GLANCE ΜΑΥΡΗ ΚΑΙ ΥΠΕΡΦΑΝΗ Η DELPHI DARK




www.grafix.gr

BREWED IN
LARISSA
ENJOYED
EVERYWHERE!



 www.lolabeer.gr

 [lolafreshbeer](https://www.facebook.com/lolafreshbeer)

 [lola_fresh_beer](https://www.instagram.com/lola_fresh_beer)

Η απελευθέρωση της αγοράς δικαιώνει τις πρωτοβουλίες μικρών και μεγάλων στη ζυθοποιία

Τα όσα συμβαίνουν τον τελευταίο καιρό στον κλάδο της ζυθοποιίας είναι ενδεικτικά των αναπτυξιακών δυνατοτήτων που μπορεί να αναδείξει ένας κλάδος, όταν αρχίσουν να αίρονται σιγά - σιγά οι περιορισμοί και οι αγκυλώσεις που συντηρούνται συχνά στην οικονομική λειτουργία ως αποτέλεσμα πολιτικών συμβιβασμών και πελαταιακών σχέσεων.

Σε λιγότερο από μια δεκαετία, η στοιχειώδης αντιμετώπιση της μονοπωλιακής κατάστασης που είχε διαμορφωθεί στον συγκεκριμένο κλάδο, σχεδόν από εποχής Όθωνα, έχει δώσει χώρο σε τρεις τουλάχιστον μεγάλες επιχειρήσεις παραγωγής μπύρας, ενώ επέτρεψε να θεμελιωθούν και περισσότερες από 35 μικροζυθοποιίες, με ό,τι αυτό μπορεί να σημαίνει για την τοπική ανάπτυξη και τη διαμόρφωση ενός νέου προφίλ της ελληνικής μπύρας.

Προφανώς και έχουν να γίνουν ακόμα πολλά, σίγουρα οι ρυθμοί με τους οποίους ανοίγει, θεσμικά τουλάχιστον, η συγκεκριμένη αγορά, είναι αργοί, ωστόσο τα μηνύματα που έρχονται είναι ιδιαίτερα ελπιδοφόρα και το όραμα που καλλιεργείται από μικρούς και μεγάλους παρουσιάζει σίγουρα ιδιαίτερο ενδιαφέρον.

Δεν είναι τυχαίο το γεγονός ότι, εκτός από την ανάπτυξη στον κλάδο της μπύρας, όπου οι νέες επικές βρίσκονται στην ημερήσια διάταξη και ακολουθούν η μία την άλλη, κίνηση φαίνεται να υπάρχει και στον τομέα της βυνοποίησης, ιδιαίτερα μετά τις θετικές εντυπώσεις που έχει αφήσει η συμβολιακή γεωργία στην παραγωγή συγκεκριμένων ποικιλιών κριθαριού για παραγωγή βύνης.

Σημειώτεον ότι επί σειρά ετών η Ελλάδα ήταν απολύτως ελλειμματική στον τομέα της βύνης, η οποία παραγωγή δεν είχε καμιά αναφορά στην εγχώρια καλλιέργεια κριθής, ενώ



οι εισαγωγές επιβάρυναν όλο και περισσότερο το εμπορικό ισοζύγιο της χώρας. Χρειάστηκε μεγάλος αγώνας και αρκετές προσφυγές στη δικαιοσύνη, προκειμένου να αφαιρεθεί χώρος σε επιχειρηματικές πρωτοβουλίες εγχώριων παραγωγών να χτίσουν παραγωγικό προφίλ στο πεδίο της παραγωγής βύνης, ενώ το τελευταίο διάστημα γίνονται συζητήσεις και για τη θεμελίωση μονάδων με κατ'εξοχήν εξαγωγικό χαρακτήρα.

Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι μέσα από την εμπειρία των τελευταίων ετών προκύπτουν και αστοχίες οι οποίες θα πρέπει το ταχύτερο να διορθωθούν. Η γρήγορη ανάπτυξη πολλών μικροζυθοποιεϊών κυρίως, μέσα από αναπτυξιακά προγράμματα με σημαία ευκαιρίας, έχει και τις αδυναμίες του. Οι διαχειριστές αυτών των μονάδων καλούνται σε κάποιες περιπτώσεις να ξεπεράσουν τις παιδικές ασθένειες, να επαναπροσδιορίσουν τη σχέση τους με την αγορά και να ενδιαφερθούν περισσότερο για τη δικτύωσή τους με την κατανάλωση τόσο στην εγχώρια αγορά όσο και διεθνώς. Σε κάθε περίπτωση, καλά παραδείγματα υπάρχουν. 88



ΓΙΑΝΝΗΣ ΠΑΝΑΓΟΣ



BEER & BRUNCH

Ιδιοκτησία

Green Box Εκδοτική ΑΕ
Νίκης 24, Σύνταγμα, 105 57
τηλ. 210 3232905
fax 210 3232967
e-mail: info@agronews.gr

Εκδότης - Διευθυντής

Γιάννης Πανάγος

Σύμβουλος έκδοσης

Λάζαρος Γατσέλος

Επιμέλεια έκδοσης

Ειρήνη Σκρέκη

Σύνταξη

Μαρία Γιουρούκλη
Μαρίνα Σκοπελίτου
Κώστας Λώνης
Χρ. Κανελλακόπουλος
Άρης Σικλαβενίτης
Βασίλης Κατσάρος
Ευάγγελος Τσιώνος
Θεόδωρος Μπίζιος
Γιώργος Κοντονής
Λεωνίδα Λιάμης
Πέτρος Γκόγκος
Βασιλική Πασχάλη

Δημιουργικό - Σελιδοποίηση

Βασιλική Κονόμου
Φανή Παπαπετροπούλου

Εμπορικός Διευθυντής

Παναγιώτης Αραβαντινός

Διαφήμιση - Μάρκετινγκ

Μωρίς Σιακκής
Νατάσα Στασινού

Διανομή

ΑΡΓΟΣ Α.Ε.

Εκτύπωση - Βιβλιοδεσία

NONSTOP

Απαγορεύεται η αναδημοσίευση, η αναπαραγωγή, ολική, μερική ή περιληπτική, κατά παράφραση ή διασκευή απόδοση του περιεχομένου της εφημερίδας με οποιονδήποτε τρόπο, μηχανικό, ηλεκτρονικό, φωτοτυπικό, ηχογράφησης ή άλλων, χωρίς προηγούμενη άδεια του εκδότη. Νόμος 2121/1993 και κανόνες Διεθνούς Δικαίου που ισχύουν στην Ελλάδα.



Για τον κολοσσό της AB InBev το πρωτόκολλο των σχέσεων με τους παραγωγούς κριθαριού αποτελεί μια διαχρονική προτεραιότητα. Σελ. 26



Ελληνική μύρα

08 Ταξιδέψαμε στην Αταλάντη

Ένα απολαυτικό press trip στην παραγωγική μονάδα της EZA με ξενάγηση στο εργοστάσιο και γευσιγνωσίες με μύρα

12 Μικροζυθοποιία ετών 18 και κάτι

Οικονομική μελέτη πολυεθνικού κολοσσού, που εξετάζει σε τελικό στάδιο να επενδύσει στη χώρα μας εντός διετίας, κλείνει το μάτι στην εγχώρια μικροζυθοποιία

17 Μύρα με μαστίχα

Μοναδική σε παγκόσμιο επίπεδο η νέα ετικέτα της Ζυθοποιίας Χίου

18 Μηλίτης ζυμώνεται επί ελληνικού εδάφους

Σε νέα γραμμή παραγωγής που στήνεται στο εργοστάσιό της στην Πάτρα η Αθηναϊκή Ζυθοποιία

19 Ζυθογνωσία τώρα

Στο Ζάππειο 13 και 14 Οκτωβρίου χτυπάει δυνατά η καρδιά της εγχώριας μικροζυθοποιίας

36 Μικροζυθοποιία Σερρών ή αλλιώς λαχτάρα για μύρα

«Πιστεύω στην έμπνευση και την σκληρή δουλειά» λέει ο Γιάννης Μαρμαρέλλης, η ψυχή της Siris

Κάτι βράζει...

14

Η Carlsberg νικάει το πλαστικό καταργώντας με νέα πατέντα το γνωστό περιτύλιγμα στις εξάδες με κουτιά μύρας. Έτσι γίνεται η πρώτη παγκοσμίως εταιρεία στη βιομηχανία ζύθου που περιορίζει κατά 76% τον αντίστοιχο όγκο πλαστικού

15

Κυριακάτικη προσευχή και κατανάλωση μύρας, γιατί «δεν αναγράφεται πουθενά στη Βίβλο ότι οι άνθρωποι δεν μπορούν να καταναλώνουν αλκοόλ με υπεύθυνο τρόπο», τονίζει ο πάστορας Chris VanHall από την Καλιφόρνια

24

Στο μικροσκόπιο των μεγάλων εταιρειών της βιομηχανίας μύρας έχει μπει η ταχέως αναπτυσσόμενη αγορά της κάνναβης, η οποία σήμερα στις ΗΠΑ υπολογίζεται στα 1,2 δις και αναμένεται να φτάσει τα 24 μέχρι το 2025. Ωστόσο κάποιοι προειδοποιούν για τη φούσκα...



30

Μετά τον Citra, τι; Τέσσερα «διαμαντάκια», που φιλοξενούνται στις σελίδες αυτού του τεύχους, δείχνουν απλά πως υπάρχει ένας απέραντος αμερικανικός γαλαξίας λυκίσκου προς εξερεύνηση εκεί έξω

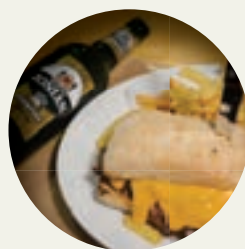
Παμε Brunch!

40 Πιο hot από το Κουκάκι δε γίνεται

Σε αμερικανικά «μονοπάτια» αλλά χωρίς να λείπουν οι ευχάριστες εκπλήξεις ελληνικών προϊόντων το Hops Beer and Burgers

41 Άρωμα & γεύση

Αρωματικό κότσι που δεν μπορείς να μην παραγγείλεις με μια ιστορική Weihenstephan Hefeweissbier, σε έναν πίνακα γευστικής πανδαισίας



43 Indian Pale Ale η νέα μεγάλη μόδα

Το ελληνικό κοινό αλλάζει αργά αλλά σταθερά τα γευστικά του πρότυπα και βάζει υψηλά στις προτιμήσεις τους τις πικρές αλλά αφάνταστα αρωματικές IPA

44 Απογειώστε μία Stout με ένα σουφλέ σοκολάτας

Το ταξίδι της σοκολάτας ξεκινά από έναν σπόρο κακάο, περνά από μακρινές τροπικές χώρες για να φτάσει στα ελληνικά σπίτια με ένα λαχταριστό σουφλέ

46 Το γαργαλιστικό παιχνίδι της γλύκας με την πικράδα

Πιο δύσκολες στην κατανόηση από τις ευκολόπιτες Ξανθιές, οι μαύρες μύρες υπόσχονται περισσότερες και μεγαλύτερες γευστικές συγκινήσεις για τα πιο έμπειρα «στόματα»



Η ΜΠΙΡΑ
ΟΠΩΣ ΠΡΕΠΕΙ
ΝΑ ΕΙΝΑΙ



Στην Αταλάντη φτιάχνουμε δύο μπίρες, τη μία καλύτερη από την άλλη:
την εζα Premium Pilsener και την εζα Fine Lager.

Ζυμωμένη στο σωστό χρόνο, με πλούσιο σώμα, άρωμα και ντελικάτη πικράδα η εζα Premium Pilsener.

Ευχάριστη, ευκολόπιση και δροσιστική, με απόλυτη αρμονία γεύσης η εζα Fine Lager.

εζα Premium Pilsener και εζα Fine Lager. Η μπίρα όπως πρέπει να είναι!

#οπωςπρεπει

ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ LABEL ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΑΝΑΖΗΤΕΙΤΑΙ;

*Νόημα και πραγματική δύναμη γαίρνει η ονομασία προέλευσης της μπίρας
οι διδάγματα των αοιτηρών ταγμάτων των Trappist μοναχών*



ΒΑΣΙΛΗΣ ΝΤΟΥΡΤΟΓΛΟΥ
ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ ΤΜΗΜΑΤΟΣ
ΟΙΝΟΛΟΓΙΑΣ ΠΑΔΑ



Αν προσπαθήσουμε να σκεφτούμε την έννοια της ονομασίας προέλευσης στη μπίρα, θα μπορούσαμε να πούμε ότι αυτό εφάπτεται στην αναφορά του είδους. Δεν υπάρχει «αστυνομία είδους» στην μπίρα και ο καθένας μπορεί να αποφασίσει να διεκδικήσει ένα είδος και ύφος όπως του αρέσει. Ο όρος «ale» είναι αρχαίος και προηγουμένως χρησιμοποιήθηκε για να χαρακτηρίσει ένα «αλκοολούχο ποτό που έχει υποστεί ζύμωση, από βύνη κριθαριού». Η ποικιλομορφία της μπίρας εξάλλου συγκαταλέγεται στα χαρακτηριστικά που την αναδεικνύουν ως ένα από τα πιο δημοφιλή αλκοολούχα. Οι βασικές κατηγορίες της είναι οι αφροζύμωτες (ale) και οι βυθοζύμωτες (lager), οι οποίες διαφέρουν ως προς το μικροοργανισμό ζύμωσης, τη θερμοκρασία και το χρόνο μεταζύμωσης. Ως τρίτη κατηγορία θεωρείται η μπίρα που προέρχεται από αυθόρμητη ζύμωση (lambic). Παρά τα βασικά χαρακτηριστικά των τριών αυτών ειδών, ο κάθε ζυθοποιός μπορεί να πολλαπλασιάζει τα διαφορετικά στυλ.

Τα τελευταία χρόνια στη ζυθοποιία εντάθηκε η έρευνα για τον αρωματικό χαρακτήρα. Κύριο αντικείμενο των ερευνών αυτών είναι και οι ζυμομύκητες, οι οποίοι μέσα από διαφορετικά μεταβολικά μονοπάτια είναι δυνατόν να παράξουν ένα πλήθος ουσιών που επιδρούν στο αρωματικό προφίλ της μπίρας. Ανάμεσά τους και οι non-Saccharomyces που στο παρελθόν είχαν αναφορές ως μικροοργανισμοί αλλοιώσης. Μελετώνται τόσο για τη δυνατότητά τους να μεταβολίσουν τα βασικά σάκχαρα του ζυθογλεύκου, όσο και για τα αρωματικά που τελικά παράγουν, με σκοπό να αντικαταστήσουν ή ακόμη και να δουλέψουν σε συνδυασμό με τις ζύμες *S. cerevisiae*. Οι non-Sac. ζύμες έχουν γενικά πιο αργούς ρυθμούς ζύμωσης, χαμηλότερη αντίσταση στην αιθανόλη, καθώς και απόδοση και διαφορετικές ιδιότητες κροκίδωσης. Αυτά όμως δεν είναι απαραίτητα περιοριστικοί παράγοντες για τα μικρά ζυθοποιεία που πειραματίζονται με αφιληράριστες μπίρες και παρέχουν στον καταναλωτή ειδικά προϊόντα εποχιακά, με νέες και πιο έντονες γεύσεις και αρώματα. Η καταχώρηση της ονομασίας είναι απαραί-

**Δώδεκα ζυθοποιίες
μόνο σε όλο τον
κόσμο μπορούν
να παράγουν
μπύρες Trappist**

τητη για έκδοση και εμπορία. Το προϊόν προστατεύεται από τη χρήση εμπορικού σήματος.

Δεν φτάνει όμως το σήμα και το στυλ. As δούμε τις μοναστηριακές μπίρες. Το όνομά τους προέρχεται από τις μοναχές της Cistercien de la Stricte Observance. Οι μοναχές ονομάζονται Trappistines. Το έμβλημα αυτού του τάγματος είναι «να προσεύχεστε και να δουλεύετε». Η μπίρα παράγεται μόνο από τους μοναχούς (όχι τις μοναχές). Οι Trappist αναγνωρίζονται από το λογότυπο ATP, δηλαδή Authentic Trappist Product. Για να δοθεί η ονομασία Trappist, η μπίρα θα πρέπει να παρασκευάζεται μέσα ή κοντά σε τραπεζικό αββαείο, να υπάρχει σχέση εξάρτησης μεταξύ της μονής και της ζυθοποιίας, η εμπορία να γίνεται από τους μοναχούς ή υπό τον έλεγχό τους, η εταιρική φιλοσοφία να αποτελεί μέρος του έργου της μοναστηριακής ζωής και τα κέρδη να προορίζονται για τους μοναχούς και τις φιλανθρωπικές οργανώσεις.

Η πραγματική δύναμη του προϊόντος Trappist είναι μεγαλύτερη από το σήμα ATP. Το δεύτερο λογότυπο ATP είναι ο έλεγχος της κατασκευής, ο οποίος πρέπει να τεθεί σε εμπορική εκμετάλλευση και να γίνει δεκτός από την ένωση των Trappist. ☞



ΕΙΠΑ ΜΟΝΑΔΙΚΕΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΜΠΥΡΕΣ: ΜΙΑ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΗ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ

Στην Μικροζυθοποιία Septem σας προσφέρουμε την ευκαιρία να ξεφύγετε από τα καθιερωμένα. Ο διαρκής πειρατισμός και η αναζήτηση μοναδικών ποικιλιών ρυκίσκου, μας δίνει την δυνατότητα να δημιουργούμε ιδιαίτερα, καινοτόμα προϊόντα. Απολαύστε μια φρέσκια, μη παστεριωμένη Septem και μοιραστείτε μαζί μας το πάθος μας για έντονα αρωματικές και γευστικές μπύρες.





Να διπλασιάσει το μερίδιό της από το 8% που υπολογίζεται σήμερα με βάση τα στοιχεία της Nielsen, είναι ο στόχος της ΕΖΑ για τα επόμενα χρόνια.

«Δεν χρειαζόμαστε τις συνταγές της μαμάς»

Είναι η ευτυχισμένη η μαγιά μας, λένε στην ΕΖΑ



ΜΑΡΙΑ ΓΙΟΥΡΟΥΚΕΛΗ



ΓΕΩΡΓΙΑ ΚΑΡΑΜΑΛΗ

“Θέλουμε να μεταφέρουμε την Ελλάδα, με ένα μπουκάλι μπύρας, σε όλο τον κόσμο” ανέφερε μεταξύ άλλων ο Αθανάσιος Συριανός.



Ολοι οι άνθρωποι σκέφτονται να αλλάξουν τον κόσμο, αλλά κανείς δεν σκέφτεται να αλλάξει τον εαυτό του, έγραψε ο Λέων Τολστόι. Παραφράζοντας τον Ρώσο συγγραφέα, εμείς στην Ελληνική Ζυθοποιία Αταλάντης αλλάζουμε με επιτυχία τον εαυτό μας, βελτιώνοντας το χώρο της μπύρας στην Ελλάδα». Με αυτά τα λόγια ο πρόεδρος και διευθύνων σύμβουλος της Ελληνικής Ζυθοποιίας Αταλάντης, Αθανάσιος Συριανός, υποδέχθηκε τους προσκεκλημένους της ΕΖΑ στις εγκαταστάσεις της στην Αταλάντη τη Δευτέρα 8 Οκτωβρίου.

Η πρόκληση έκανε λόγο για ένα «απολαυστικό Press Trip», που θα αποκάλυπτε στους ταξιδιώτες την ιστορία και τα μυστικά της μπύρας της Ζυθοποιίας. Όπερ και εγένετο...

«Σε μία μακρά περίοδο οικονομικής ύφεσης, κοινωνικής αβεβαιότητας, η πορεία της ΕΖΑ δίνει ένα παράδειγμα των δυνατοτήτων του χώρου και μεγέθυνσης των ελληνικών βιομηχανιών επωνύμων προϋφόντων σε έναν κλάδο η ιστορία του οποίου συμβαδίζει με εκείνη του ελληνικού κράτους» ανέφερε μεταξύ άλλων ο κ. Συριανός και συνέχισε: «Από την εποχή του Όθωνα, η εξέλιξη της ζυθοποιίας χαρακτηρίζεται από κρατικές παρεμβάσεις και αστοχίες στην κρατική οικονομική πολιτική, αθέμιτες πρακτικές ανταγωνισμού και μακρά περίοδο προγραμματικής εγκατάλειψης. Ως αποτέλεσμα όλων αυτών θυμηθείτε ότι στην μπύρα τη δεκαετία του '80 επενδύθηκαν πάνω από 500.000.000 σημερινά ευρώ από σημαντικούς επενδυτές, που πήγαν χαμένα» σημείωσε.

Σύμφωνα με τον ισχυρό άντρα της Ζυθοποιίας, η ΕΖΑ έκανε τη διαφορά: «Με εμπειρία που συσσωρεύτηκε από τον Οκτώβριο του 1998, όταν και ανέλαβε η σημερινή διοίκηση, και με την είσοδο του στρατηγικού επενδυτή, το 2013, καταστρώσαμε το σχέδιο που καθορίζει με σαφήνεια ρεαλιστικούς αλλά φιλόδοξους στόχους. Αναλαμβάνοντας επιτυχημένα πρωτοβουλίες σε διάφορα επίπεδα της αγοράς, διευρύνουμε τα προηγούμενα χρόνια τον κύκλο εργασιών μας σημαντικά, από 10.000.000 ευρώ και αναμένεται να ξεπεράσει το 2018 τα 36.000.000 ευρώ και το ΕΒΙΤΔΑ να φτάσει τα 4.000.000 ευρώ» τόνισε ο κ. Συριανός λίγο πριν ξεκινήσει η επίσκεψη των δημοσιογράφων στις παραγωγικές εγκαταστάσεις ενώ προανήγγειλε το food pairing με τρεις μπύρες της ΕΖΑ που θα ακολουθούσε κάτω από την μπαγκέτα του Γιάννη Κοροβέση. Κλείνοντας μάλιστα ο κ. Συριανός συνόψισε τη



φιλοσοφία της εταιρείας του: «Έχουμε πάθος για την μπίρα. Στην ΕΖΑ είμαστε ευτυχισμένοι γιατί η μαγιά μας είναι ευτυχισμένη. Δεν βάζουμε πρόσθετα, βάζουμε νερό από τον Παρνασσό. Δεν θολώνουμε τα νερά, αλλά ξεθολώνουμε την μπίρα. Δεν παίρνουμε τις συνταγές της μαμάς, αλλά φτιάχνουμε τις δικές μας μοναδικές. Δοκιμάζουμε τις μπίρες μας και δεν τις δοκιμάζει το μηχάνημα» τόνισε με σημασία.

Μετά τον κ. Συριανό, τα νηία της ξενάγησης ανέλαβε ο Γιώργος Παπαδόπουλος, Διευθυντής Ποιοτικής Διασφάλισης, ο οποίος έδωσε και τα στοιχεία της μονάδας. Με παραγωγική δυνατότητα που υπερβαίνει τα 80.000.000 λίτρα το χρόνο, από τα οποία καλύπτονται τα 35.000.000 λίτρα, τρεις γραμμές παραγωγής, εμφιάλωση, εγκυτώση και πλήρωση βαρελιών, πρόκειται για μια συνολική επένδυση που ξεπερνάει τα 15.000.000 ευρώ, με κυριότερη τη γραμμή του κουτιού, η οποία στοίχισε 5.500.000 ευρώ και είναι η πιο σύγχρονη στα Βαλκάνια. Σε ό,τι αφορά τα επόμενα επενδυτικά σχέδια της ΕΖΑ, προβλέπεται μία νέα παραγωγική γραμμή φιάλης της τάξης των 8.000.000 ευρώ, μέχρι το τέλος του 2019, και η ανανέωση της γραμμής του βαρελιού της τάξης του μισού εκατομμυρίου ευρώ. «Έχουμε λοιπόν εδώ στις πρώτες ύλες, δύο φυτικά υλικά, κριθάρι και λυκίσκο, έχουμε τη μαγιά που είναι ένας βιολογικός παράγοντας, έχουμε μηχανήματα και έχουμε και ανθρώπους. Όλοι λοιπόν αυτοί οι παράγοντες θα πρέπει να συντονιστούν ώστε να παράγεται μπίρα σταθερών προδιαγραφών, διότι η σταθερότητα είναι μέρος της ποιότητας» σημείωσε μεταξύ άλλων στο πλαίσιο της συστηματικής ξενάγησης ο κ. Παπαδόπουλος. 88





Τα προϊόντα που παράγει είναι οι βραβευμένες EZA Pilsener και EZA Lager, η Alcohol Free, η οποία σύμφωνα με τη Ζυθοποιία είναι η πιο γευστική μπίρα alcohol free της αγοράς, η Pills Hellas, η οποία προτιμάται από τον καταναλωτή ήδη από το 1996, η Blue Island που και αυτή απέσπασε βραβείο το 2018 και οι μπίρες της κατηγορίας Οδυσσέας, Κόκκινη, Weiss και Μαύρη.



Σε εφηβικό βρασμό η μικροζυθοποιία

Σχεδιασμός, επιμονή και καινοτομία φαίνεται να είναι τα τρία δυναμικά στοιχεία που θα εδραιώσουν τα επόμενα χρόνια την ελληνική μικροζυθοποιητική σκηνή, εντός κι εκτός συνόρων

 ΛΑΖΑΡΟΣ ΓΑΤΣΕΛΟΣ

Μιλώντας με μαζικούς όρους, η ιστορία της μικροζυθοποιίας στην Ελλάδα δεν έχει να επιδείξει περισσότερα από 18 χρόνια συνεχούς παραγωγικής καταγραφής και ιστορίας. Θα μπορούσε λοιπόν κάλλιστα να πει κανείς πως βρίσκεται σε εφηβικό βρασμό και εξέλιξη.

Ωστόσο δεν ήταν λίγοι αυτοί που έβλεπαν με αρνητικό μάτι την όποια ενδεχόμενη άνθηση του κλάδου, αλλά και όσοι δεν μπορούσαν να αντιληφθούν ούτε τα πρώτα βρεφικά χαρακτηριστικά του. Αλυσμόντο παραμένει το περιστατικό, όπου πριν από οκτώ χρόνια ένας καθηγητής του Γεωπονικού Πανεπιστημίου Αθηνών επι-

κοινωνούσε, σε έκθεση οινικού εξοπλισμού, ως άκαιρη τη δημιουργία μεταπτυχιακού προγράμματος σπουδών ζύθου από το Πανεπιστήμιο Δυτικής Αττικής (πρώην Α.Τ.Ε.Ι Αθηνών).

Το ελληνομπορνοτολέζικο, με καναδέζικες ανταύγειες, επιχείρημα δεν ήταν άλλο από το ακράδαντο: «Μα, καλά, και πόσες νομίζετε πως θα ανοίξουν». Στην ερώτηση συναδέλφου του που δραστηριοποιείται στο εξωτερικό αν θεωρούσε επαρκές το επιστημονικό και τεχνολογικό επίπεδο των ανθρώπων που διαχειρίζονταν τις παραγωγικές διαδικασίες εκείνη την περίοδο αλλά και με μιά δεκαετία προοπτική τουλάχιστον, η απάντηση ήταν δωρικά αφοπλιστική με απόλυτο χαρακτήρα και αρνητικό πρόσημο. Οκτώ χρόνια μετά ο αγαπητός μας κ. καθηγητής, όπως και πολλοί άλλοι, δραστηριοποιείται σίγουρα έμμεσα και πολύ πιθανά άμεσα στο χώρο της ελληνικής μικροζυθοποιίας.

Σίγουρα πέρασε πολύς καιρός από τότε, ιδιαίτερα δεχόμενος κάποιος τη σχετικότητα του χρόνου και την υποκειμενικότητα της μέτρησής του, καθώς αναμφίβολα οκτώ χρόνια είναι πάρα πολλά για τους μετασχηματισμούς που έχουν συντελεστεί αλλά και τη δυναμική που έχει δημιουργήσει ο χώρος της μικροζυθοποιίας στην Ελλάδα. Επιπλέον το νομικό πλαίσιο, προηγούμενο και υπάρχον, σε καμία περίπτωση δεν μπορεί να χαρακτηριστεί αρωγός στην προσπάθεια για περαιτέρω θεμελίωση αλλά και ανάπτυξη της μικροζυθοποιίας της χώρας. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το αναχρονιστικό και εισπρακτικό καθεστώς που ισχύει γύρω από τις «φήρες».

Δίχως καμία αμφιβολία, δεν είναι μόνο άκαιρο και εισπρακτικά κατευθυνόμενο αλλά επιπλέον συνεχίζει να ταλαιπωρεί όσους θέλουν να συμβάλουν στη δημιουργία νέων προϊόντων με ιδιαίτερα οργανοληπτικά χαρακτηριστικά και μοναδικότητα χαρακτήρα, που μπορούν να αποτελέσουν σημείο αναφοράς για τη συνολική εξέλιξη του κλάδου σε συνάρτηση με το παγκόσμιο στερέωμα.

Οσόσο παρ' όλα τα έντεχνα εμπόδια που αντιμετωπίζει ο κλάδος της μικροζυθοποιίας, οι αριθμοί δείχνουν πως από τη μία έχει βρει το βηματισμό του κι από την άλλη δείχνει έτοιμος και να επιταχύνει. Η οικονομική μελέτη πολυεθνικού ζυθοποιητικού κολοσσού, ο οποίος μεταξύ άλλων εξετάζει σε τελικό στάδιο να επενδύσει στη χώρα εντός της επόμενης διετίας, κλείνει το μάτι στη μικροζυθοποιία για περαιτέρω κινητικότητα.

Κατά την τριετία 2015 -2017 η μικροζυθοποιία δείχνει μιά σταθερότητα συνολικού όγκου παραγωγής, με ελαφρά ανοδικές τάσεις από χρονιά σε χρονιά, η οποία κυμαίνεται στα 90 χιλιάδες (hl) εκατόλιτρα. Το αμέσως προηγούμενο διάστημα (2011-2014) οι ανοδικές αλλά και επικίνδυνες διαχειριστικά ακροβασίες έδειχναν διψήφια επί τοις εκατό νούμερα ανόδου για να φτάσουμε το 2014 στα 77 χιλιάδες εκατόλιτρα. 88

Η ΠΕΝΤΑΕΤΙΑ 2017 - 2022 ΕΙΝΑΙ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΓΧΩΡΙΑ ΜΙΚΡΟΖΥΘΟΠΟΙΙΑ ΚΑΘΩΣ ΘΑ ΦΑΝΕΙ ΑΝ ΕΧΕΙ ΑΥΤΟΝΟΜΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΤΗΤΑ



ΕΛΛΗΝΙΚΗ
ΜΙΚΡΟΖΥΘΟΠΟΙΙΑ

77.000
ΕΚΑΤΟΛΙΤΡΑ

2014

90.000
ΕΚΑΤΟΛΙΤΡΑ (ΕΤΗΣΙΩΣ)

2015 -2017

ΕΤΣΙ ΑΠΛΑ

Αυτό που ξεπερνά κάθε προσδοκία ωστόσο είναι η πρόβλεψη της εν λόγω μελέτης που μιλά για συνολική άνοδο, την επόμενη δεκαετία, που μπορεί τόσο να προσεγγίσει όσο και να ξεπεράσει σε ορισμένα είδη και στυλ μπίρας το 30%. Ξεκάθαρα όσο ποτέ άλλοτε λοιπόν, τα επόμενα βήματα θα πρέπει να είναι η καταγραφή των πραγματικών παλμών της αγοράς, η δημιουργία μοναδικών προϊόντων που συγχρονίζονται με τους παλμούς της παγκόσμιας γεύσης, αλλά και η πίεση για τη δημιουργία ενός νομικού πλαισίου που θα ενθαρρύνει κι όχι θα καταψύχει την ανάπτυξη του χώρου.



Με το Snap Pack μάχεται το πλαστικό

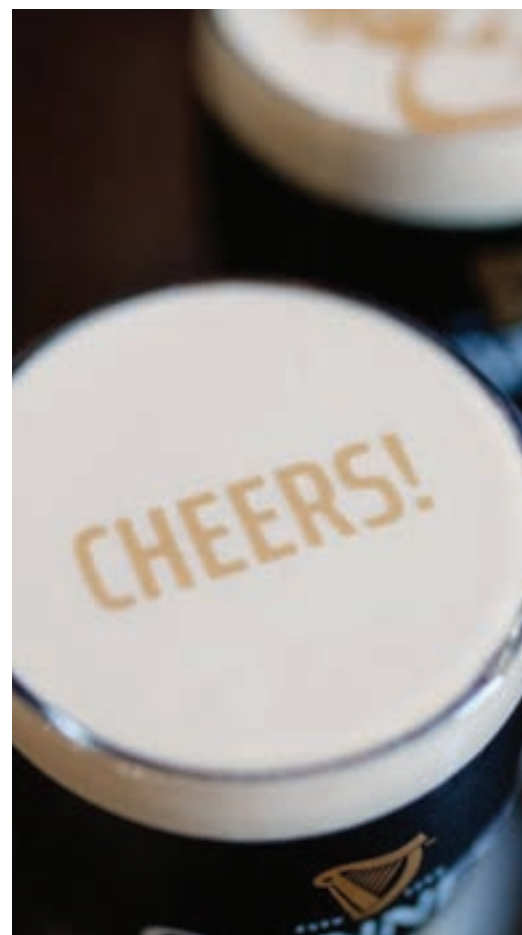
Όγκος πλαστικού, που αναλογεί σε 60 εκατ. σακούλες, θα εξοικονομηθεί με τη νέα μέθοδο συσκευασίας των εξάδων

Η Carlsberg καταργεί το γνωστό πλαστικό περιτύλιγμα στις εξάδες με κουτιά μπίρας και στρέφεται σε μια νέα τεχνολογία που τα κολλάει μεταξύ τους, για να γίνει η πρώτη παγκοσμίως εταιρεία στη βιομηχανία ζύθου που περιορίζει κατά 76% τον όγκο πλαστικού που χρησιμοποιείται για τον σκοπό αυτό. Η μέθοδος αυτή θα εφαρμοστεί πρώτα στο brand-σήμα κατατεθέν της εταιρείας, ενώ όλη η επένδυση γίνεται στα πλαίσια της νέας πολιτικής της «Together Towards Zero». 88



Έχεις μήνυμα, στο ποτήρι σου...

Ένα σύστημα 3-D εκτυπωτή που μπορεί να εκτυπώσει προσαρμοσμένες εικόνες και μηνύματα σε μπίρες, κοκτέιλ και καφέδες σε μπαρ, καταστήματα, εστιατόρια και ξενοδοχεία σε όλο τον κόσμο ανέπτυξε η εταιρεία Ripples. Όπως ισχυρίζεται η εταιρεία, αυτή η τεχνολογία μπορεί να μετατρέψει μία, κατά τα άλλα συνηθισμένη, εμπειρία σε μοναδική, ειδικά για τους νεαρούς καταναλωτές. Σημειώνεται ότι η Ripples προσφέρει μαζί με τον εκτυπωτή και το πρόγραμμα Chatbot με το οποίο κάθε πελάτης μπορεί να στείλει μέσω του Messenger του Facebook κατευθείαν την εικόνα που θέλει να εκτυπώσει. 88





Τόπος λατρείας αλλά και ζυθοποιίας



Μια θρησκευτική κοινότητα στις ΗΠΑ έχει εντάξει την κατανάλωση μπύρας στην κυριακάτικη προσευχή της. «Δεν αναγράφεται πουθενά στη Βίβλο ότι οι άνθρωποι δεν μπορούν να καταναλώνουν αλκοόλ με υπεύθυνο τρόπο», αναφέρει ο πάστορας Chris VanHall και έτσι αυτός και το ποιμνιό του πίνουν μπύρα καθώς διαβάζουν τη Βίβλο και επιδίδονται σε θρησκευτικές συζητήσεις. «Για την ακρίβεια, μετά από μία-δύο μπυρίτσες, το κήρυγμά μου είναι καλύτερο», σημειώνει αστείευόμενος ο ίδιος. Τα σχέδια βέβαια του πάστορα δεν σταματούν εδώ, καθώς ήδη έχει ξεκινήσει τη μετατροπή ενός βιβλιοπωλείου στο κέντρο της Σάντα Κρουζ στην Καλιφόρνια σε ζυθοποιία με την επωνυμία Greater Purpose Brewing Company, μέρος των εσόδων της οποίας θα διατεθούν σε φιλανθρωπικά ιδρύματα. ☪

Ευκαιρίες σε όλο τον κόσμο, ψάχνει ο CEO της Carlsberg

Ο Cees t' Hart εφ' όλης της ύλης από την Κοπεγχάγη

Πρόθυμος να προχωρήσει σε περισσότερες εξαγορές δηλώνει ο CEO της Carlsberg, Cees t' Hart, σε συνέντευξή του στα κεντρικά της εταιρείας στην Κοπεγχάγη. «Είναι δίκαιο να πούμε ότι όταν ανέλαβα στην εταιρεία δεν υπήρχαν τα χρήματα. Τώρα υπάρχουν» σημειώνει ο ίδιος, ενώ, σύμφωνα με το Bloomberg, παρόλο που ο Hart περιόρισε τα έξοδα και βελτίωσε το κέρδος από το 2015, δεν έχει ενισχύσει τα έσοδα. «Θέλουμε να προχωρήσουμε αλλά στο χώρο της μπύρας δεν υπάρχουν τόσες πολλές εταιρείες προς πώληση. Χάσαμε την ευκαιρία της εδραίωσης την περίοδο 2010-2015. Η AB Inbev το πέτυχε, η Heineken το ίδιο. Ελπίζουμε ότι σε τρία με πέντε χρόνια θα μπορείτε να δείτε ότι όπου κι αν αγωνιζόμαστε η θέση μας θα είναι πιο ισχυρή και τα περιθώρια κέρδους μας βελτιωμένα» συμπλήρωσε ο ίδιος.

Σήμερα μόλις 25 χώρες σε Ευρώπη και Ασία απαρτίζουν το 75% των πωλήσεων της Carlsberg. Σε αντίθεση με τους ανταγωνιστές της, δεν έχει

μεγάλες εγκαταστάσεις στην Αφρική, την Αυστραλία ή τη Βόρεια και Ν. Αμερική. Από τη στιγμή που ανέλαβε ο Hart, έχει κάνει τρεις μέτριου μεγέθους εξαγορές. Δύο απ' αυτές έλαβαν χώρα φέτος και αφορούσαν αύξηση μεριδίου σε ζυθοποιίες στην Ελλάδα (Ολυμπιακή Ζυθοποιία) και στην Καμπότζη. «Τώρα επιδιώκουμε να αποκτήσουμε επιχειρήσεις με το που θα παρουσιάζονται οι ευκαιρίες, αλλά χρειάζονται δύο για να χορέψει κανείς τάνγκο. Όταν δεν μπορούμε να το επιτύχουμε αυτό, θα προβαίνουμε σε εξαγορά ιδίων μετοχών ή επιπλέον μερίσματος», είπε μεταξύ άλλων.

Νέος Οικονομικός Διευθυντής στην Ολυμπιακή Ζυθοποιία

Καθίκοντα Finance Director στην Ολυμπιακή Ζυθοποιία ΑΕ ανέλαβε, από την 1η Ιουνίου, ο Bent Plougmand Andersen, σύμφωνα με ανακοίνωση του Ομίλου. Προέρχεται από τα κεντρικά, όπου κατείχε τη θέση του

Finance Director Western Europe από το 2017. 88



«Θέλουμε να προχωρήσουμε αλλά στο χώρο της μπύρας δεν υπάρχουν τόσες πολλές εταιρείες προς πώληση» ανέφερε μεταξύ άλλων ο CEO της Carlsberg, Cees t' Hart.

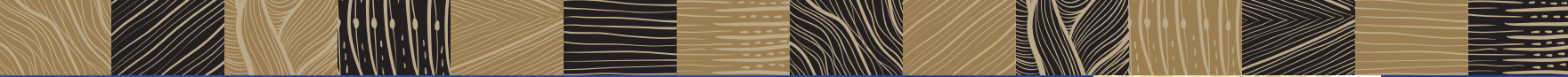
ΜΕΡΙΔΙΟ ΕΠΙ ΤΩΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΝ ΝΕΩΝ ΛΑΝΣΑΡΙΣΜΑΤΩΝ



Σπιντάρει η Ευρώπη στο λανσάρισμα νέων craft ετικετών

Ήταν το 2013 όταν η Βόρεια Αμερική ευθυνόταν για το 52% των νέων ετικετών μπύρας μικροζυθοποιίας αφήνοντας στην Ευρώπη το 29% της παγκόσμιας πίτας. Σήμερα, πέντε χρόνια μετά, η εικόνα έχει πλήρως αντιστραφεί και το ποσοστό της Βόρειας Αμερικής αγγίζει μόλις το 19% με την Ευρώπη να κρατά το ισχυρό 54%. «Η έρευνά μας λέει ότι οι Ευρωπαίοι καταναλωτές αγκαλιάζουν την craft επειδή ψάχνουν κάτι καινούργιο, ιδιαίτερα σε χώρες όπως η Γερμανία όπου η παραγωγή μπύρας προσφέρει τα ίδια προϊόντα εδώ και αιώνες» ανέφερε χαρακτηριστικά ο Jonny Forsyth, Associate Director της Mintel. 88

Σύμφωνα με τα στοιχεία της Mintel, η Βραζιλία έχει ανέβει στη δεύτερη θέση των πιο δημιουργικών χωρών σε ό,τι αφορά την craft μπύρα.



**Μοναδική σε
όλο τον κόσμο
η μύρα
με μαστίχα**

Μια νέα γυναίκα, η Στέλλα Δημητριάδου, που βρέθηκε να πραγματοποιεί την πρακτική της άσκηση στη Ζυθοποιία Χίου κρύβεται πίσω από τη συνταγή της μοναδικής σε παγκόσμιο επίπεδο μύρας με μαστίχα Χίου. Με τη χρήση βύνης από σιτάρι και σε συνδυασμό με την αυθεντική μαστίχα Χίου, η νέα αυτή ετικέτα δίνει την αίσθηση ότι «έχουμε βουτήξει ένα κουτάλι υποβρύχιο μαστίχας μέσα στην μύρα μας», όπως περιγράφουν εύγλωττα στο site τους οι ιδρυτές της Ζυθοποιίας, Ιάκωβος Αμύδαλος και Μάνος Ναζλίδης. 88



Μηλίτης τώρα made in Greece



Μια νέα γραμμή παραγωγής στο εργοστάσιό της στην Πάτρα σπίνει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία, για την παραγωγή μπλίτη στην Ελλάδα, η οποία αναμένεται να ξεκινήσει στις αρχές Φεβρουαρίου του 2019. Το συνολικό ύψος της συγκεκριμένης επένδυσης ανέρχεται σε 1,5 εκατ. ευρώ, ενώ αναμένεται να δημιουργηθούν περί τις 10 μόνιμες θέσεις εργασίας και εποχικές. Αξίζει να σημειωθεί ότι στο εργοστάσιο της Πάτρας θα παράγονται και τα δύο σήματα μπλίτη του ομίλου Heineken που σήμερα εισάγονται στην Ελ-

λάδα, δηλαδή τόσο το ελληνικό σήμα «Μηλοκλέφτης», που τοποθέτησε πέρυσι στην ελληνική αγορά η Αθηναϊκή Ζυθοποιία, όσο και το διεθνές «Strongbow».

Ο στόχος παραγωγής που έχει τεθεί για το 2019 είναι 3 εκατομμύρια λίτρα, η ποσότητα δηλαδή μπλίτη που σήμερα εισάγεται στην ελληνική αγορά, με προοπτική βεβαίως αύξησης αυτής, τόσο για τις ανάγκες της εγχώριας αγοράς, όσο και σε επόμενη φάση για ξένες αγορές, αρχής γενομένης από τις Βαλκανικές χώρες.

Αναφορικά με την πρώτη ύλη που θα χρησιμοποιηθεί για την παρασκευή του μπλίτη ήδη υπάρχουν υποψήφιοι προμηθευτές χυμού μήλου από την Πελοπόννησο και τη Β. Ελλάδα. Ο ποιοτικός έλεγχος επί των πρώτων δειγμάτων που έχουν δοθεί είχε θετικά αποτελέσματα και απομένει να ολοκληρωθεί η διαδικασία πιστοποίησης, έτσι ώστε οι συγκεκριμένοι προμηθευτές να χαρακτηριστούν «παγκόσμιοι προμηθευτές» (global suppliers) του ομίλου Heineken. Αυτό θα δώσει τη

δυνατότητα στους εν λόγω παραγωγούς να προμηθεύουν με χυμό μήλου όχι μόνο την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, αλλά συνολικά τον όμιλο Heineken. Υπενθυμίζεται ότι το 2017 ήρθη με τον νόμο 4474/2017 η σχετική διάταξη με την οποία απαγορευόταν η παραγωγή μπλίτη στην Ελλάδα, απαγόρευση η οποία είχε θεσπισθεί με τον νόμο 2963/1922, ενώ τον περασμένο Αύγουστο δημοσιεύθηκε και η τελευταία Υπουργική Απόφαση για τον καθορισμό των προδιαγραφών παραγωγής του εν λόγω ποτού. 88



Διακρίθηκαν Elixι και Septem

Μία ελληνική μαύρη και διπλοζύμητη μπύρα βρέθηκε στην κορυφή του International Beer Challenge 2018, που πραγματοποιήθηκε στο Λονδίνο



Σε έναν από τους σημαντικότετους παγκόσμιους διαγωνισμούς μπύρας, στον οποίο συμμετέχουν περισσότερες από 30 χώρες, δύο ελληνικές μικροζυθοποιίες συγκέντρωσαν 5 βραβεία. Συγκεκριμένα η Elixι, η οποία συμμετείχε για πρώτη φορά στον IBC, απέσπασε Χρυσό Βραβείο στην κατηγορία Ale για την Delphi Dark και Χάλκινο για την Delphi στην κατηγορία Lager. Παράλληλα η Septem

με πολυάριθμες διακρίσεις στο παρελθόν απέσπασε Χάλκινο Βραβείο για την Septem Dilemma Barrel Aged Barley Wine στην κατηγορία Ale των γευστικών βραβείων και Ασημένιο για την Kleos Barrel Aged Imperial Stout στην κατηγορία των Specialty Beers. Η τελευταία ετικέτα διακρίθηκε και με Χάλκινο στην κατηγορία Individual Product των Design Awards του διαγωνισμού. 88



Η πυξίδα του ζύθου έδειξε Θεσσαλονίκη

Νέες ετικέτες ζυμωμένες ειδικά για την περίπτωση αλλά και αμέτρητες άλλες μπύρες, που κυκλοφορούν ήδη στο εμπόριο, είχαν την ευκαιρία να γευτούν οι χιλιάδες μπυρόφιλοι που κατέκλυσαν το 2ο Thessaloniki Beer Festival. Το τριήμερο 31 Αυγούστου με 2 Σεπτεμβρίου, ο υπαίθριος χώρος, αυτήν τη φορά στη νοτιοδυτική πλευρά της ΔΕΘ, μετατράπηκε σε μια μεγάλη, ανοικτή, μπυραρία. Εκεί, υπό τους ήχους μουσικών μπαντών και συνοδεία φαγητού, παρέλασαν όλα τα «βαριά» ονόματα του κλάδου, ενώ στις new entries ανήκαν η Μικροζυθοποιία Καβάλας και η μπύρα «F* Flamingo»,

η οποία από το 2019 θα πάει σε ένα δικό της nano-ζυθοποιείο στην Επανομή με βραστήριο 300-400 λίτρων. «Ξεκινήσαμε ως νομάδες, μαζί με τον Γιώργο Αλεξάκη και τον Παναγιώτη Πλαστήρα, παράγοντας εδώ και 6-7 έτη την F* Flamingo, μια βέλγικη λευκή Ale και μια IPA», ανέφερε ο Ελληνοκαναδός ζυθοποιός του σχήματος, Ρόμπερτ Κονταξόπουλος. Στους μερακλήδες «νομάδες», που δεν έλειψαν από τη φετινή διοργάνωση, και ο Θεσσαλονικίος Όθωνας Θεοφάνους, ο οποίος παράγει τρεις μπύρες - μια Session Ale, μια IPA και μια Amber Ale - κι λανσάρει μια αμερικανική σταρένια. 88

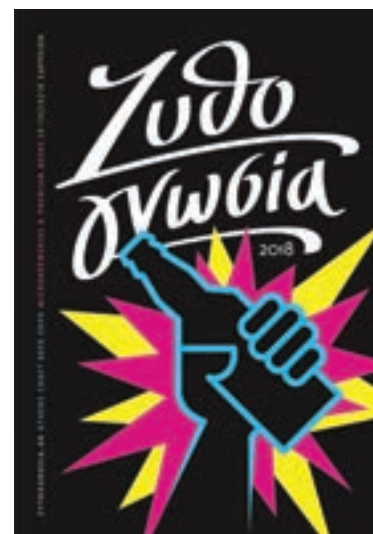


Περισσότερες μπύρες αμύγιό

Με περισσότερες από 40 ζυθοποιίες, κάποιες από τις οποίες εμφανίζονται για πρώτη φορά στην Ελλάδα, όπως η δανέζικη Dry & Bitter και η γαλλική Brasserie Saint Germain

Πιστή στο μοντέλο που η ίδια καθιέρωσε, η 5η διοργάνωση της Ζυθογνωσίας, της μοναδικής έκθεσης στην Ελλάδα που είναι αφιερωμένη στις χειροποίητες (craft) μπύρες και σε άλλες μπύρες υψηλής ποιότητας, έρχεται 13 & 14 Οκτωβρίου 2018 (12:00 - 21:00 μ.μ.) στο Ζάππειο Μέγαρο. Συνεχίζοντας να εστιάζει στη δοκιμή και όχι στην κατανάλωση μπύρας, παρουσιάζει και φέτος τις καλύτερες μικροζυθοποιίες της Ελλάδας, καθώς και πλήθος ξένων, μαζί με πολλές... ζυθικές και όχι μόνο εκπλήξεις!

Εξ αρχής, η Ζυθογνωσία, με βάση τους διοργανωτές της, ασχολήθηκε σοβαρά με την μπύρα υψηλής ποιότητας και δη τη χειροποίητη, αντιμετωπίζοντάς την ως ποτό ανάλογης σημασίας. Όπως ακριβώς κάνουν και οι μικροζυθοποιοί ανά τον κόσμο, η «επανάσταση» των οποίων έφτασε τα τελευταία χρόνια και στην Ελλάδα, συμπαρασύροντας πλήθος ζυθόφιλων. Άλλωστε, η παθιασμένη επισκεψιμότητα αυτών απογειώσε κυριολεκτικά την έκθεση τις τελευταίες δύο χρονιές. Εξίσου σημαντικό βέβαια είναι και το απόλυτα ταίριαστο με μπύρα φαγητό της έκθεσης: BBQ του Αμερικανικού Νότου, όπως και πέρσι, από την καντίνα των Po'Boys, με νέα burgers, τάκος, κρεατικά και συνοδευτικά. Φέτος



με ένα επιπλέον εργαλείο, ένα ειδικού σχεδιασμού ξυλόφουρνο (roaster), που αργοψήνει τα κρεατικά πλάι στο επίσης ειδικό καπνιστήριο (smoker), όπου αυτά παίρνουν τον ιδιαίτερο, καπνιστό χαρακτήρα τους. Για τα εκτός φαγητού διαλείμματα ενδεικνύονται τα εξαιρετικά χαρμάνια καφέ του The Underdog, από τους πολυβραβευμένους baristas του, ενώ περισσότερες από 100 μπύρες θα διατίθενται προς πώληση στο pop-up ζυθοπωλείο της Cava di Patsi, στην έξοδο της έκθεσης, για κατανάλωση στο σπίτι. 88



Με τις φτερούγες της Lidl η Voreia

Τη μεταξύ τους συνεργασία σε ευρωπαϊκό επίπεδο διάθεσης και πώλησης μέσω των καταστημάτων υπέγραψαν η γνωστή αλυσίδα super market και η ελληνική μικροζυθοποιία από τις Σέρρες. Πρόκειται ένα μνημόνιο συνεργασίας που θα αλλάξει αρκετές από τις ισορροπίες στον ελληνικό χώρο του ζύθου. Περισσότερο ρεπορτάζ σε επόμενη έκδοση του περιοδικού. 88



Χορηγός στη συναυλία των Chemical Brothers

Τη δική της νότα στη συναυλία των Chemical Brothers, που πραγματοποιήθηκε το Σάββατο 8 Σεπτεμβρίου στο Ολυμπιακό Κέντρο Ξιφασκίας, έβαλε η Estrella Damm. Η δημοφιλής σε όλο τον κόσμο ισπανική μύρα παρασκευάζεται από το 1876 με την ίδια συνταγή. 88

Όταν άνοιξε η διαθήκη του ιδρυτή της Corona

Άφησε στους 80 κατοίκους της γενέτειράς του Cerezales del Condado στην Ισπανία το ποσό των 197,61 εκατ. ευρώ, ήτοι 2,34 εκατ. ευρώ για τον καθένα τους

Για τους αγρότες του Cerezales del Condado

Εκτός από τα εκατομμύρια που άφησε στους κατοίκους του χωριού του, ο Antonio Fernandez έχει δημιουργήσει το Ίδρυμα «Cerezales Antonino y Cinia» στη γενέτειρά του το 2009, με το οποίο στηρίζει την αγροτική πρωτοβουλία και καινοτομία. 88



Ο Antonio Fernandez, δισεκατομμυριούχος και ιδρυτής της μύρας Corona, πέθανε τον Αύγουστο σε ηλικία 99 ετών, αφήνοντας με τη διαθήκη του το ποσό των 197,61 εκατ. ευρώ στους κατοίκους του ισπανικού χωριού Cerezales del Condado, από όπου καταγόταν. Και αν σκεφθεί κανείς ότι το χωριό αριθμεί 80 κατοίκους, ο καθένας τους κληρονομεί 2,34 εκατ. ευρώ. Η ιστορία του είναι απίστευτη, αν σκεφτεί κανείς

πως στην ηλικία των 14 ετών εγκατέλειψε το σχολείο γιατί οι γονείς του δεν είχαν λεφτά για να πληρώσουν τα δίδακτρα. Ο Fernandez εγκαταστάθηκε στο Μεξικό και ξεκίνησε να εργάζεται για τη ζυθοποιία ως αποθηκάριος. Ωστόσο οι βλέςεις του ήταν μεγαλύτερες, με αποτέλεσμα μετά από 20 χρόνια να γίνει διευθύνων σύμβουλος και στη συνέχεια πρόεδρος του ΔΣ μέχρι το 2005, όταν και συνταξιοδοτήθηκε.



Oktoberfest
München
22.9.-7.10.2018



Το Oktoberfest δεν είναι μια οποιαδήποτε γιορτή και η Paulaner ένας απλός χορηγός. Παλιοί και νέοι αστέρες της Bayern Μονάχου έδωσαν και φέτος το παρών, συσφίγγοντας τόσο τις μεταξύ τους σχέσεις, όσο και το κοινωνικό προφίλ της ομάδας.



Στο Oktoberfest Μονάχου βρέθηκε η Bayern

Η πολυνίκης ομάδα σύμβολο της σύγχρονης Βαυαρίας ήταν συνεπής και φέτος στο ραντεβού της με τη Γιορτή Μπίρας

Μια μέρα μετά την πρώτη εντός έδρας ήττα της σεζόν από τη Borussia Mönchengladbach οι παίκτες της Bayern, οι προπονητές και μέλη του management επισκέφθηκαν την Κυριακή 7 Οκτωβρίου 2018 το Oktoberfest, τη μεγαλύτερη γιορτή μπίρας. Είχαν στο πλευρό τους τις οικογένειές τους και με παραδοσιακά κοστούμια βρέθηκαν στο Theresienwiese στο κέντρο του Μονάχου. Ο προορισμός τους ήταν το Wiesnschänke, όπου βρισκόταν η συνεργάτης της Bayern, διάσημη ζυθοποιία Paulaner . 88



WineTrails



THE
Top 50

ΚΟΡΥΦΑΙΕΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ
ΟΙΝΙΚΕΣ ΕΠΙΛΟΓΕΣ



ΕΡΧΕΤΑΙ ΤΟΝ ΔΕΚΕΜΒΡΙΟ



ΣΤΗ ΦΡΕΝΙΤΙΔΑ ΤΗΣ ΚΑΝΝΑΒΗΣ ΖΥΘΟΣ



Στο μικροσκόπιο των μεγάλων εταιρειών της βιομηχανίας μπίρας έχει μπει η ταχέως αναπτυσσόμενη αγορά της κάνναβης, η οποία σήμερα στις ΗΠΑ υπολογίζεται στα 1,2 δις και αναμένεται να φτάσει τα 24 μέχρι το 2025. Ωστόσο κάποιοι οικονομολόγοι προειδοποιούν για ακόμα μια φούσκα, η οποία, αφού πλουτίσει πρώτα αρκετούς, μετά θα σκάσει με κρότο



ΠΕΤΡΟΣ ΓΚΟΓΚΟΣ

Τον τελευταίο χρόνο, οι κινήσεις των μεγάλων ζυθοποιείων δείχνουν πως τα αναψυκτικά με εκχύλισμα κάνναβης αποτελούν το μέλλον του χώρου. Την αρχή έκανε η Constellation Brands, η εταιρεία πίσω από την Corona, η οποία τον περασμένο Οκτώβριο έγινε ο πρώτος μεγάλος παίκτης που συμφιλιώθηκε με την ανερχόμενη κάνναβη, αγοράζοντας για αρχή με 190 εκατ. δολάρια το 9,9% των μετοχών της Canopy Growth Corp., του Νο1 παραγωγού κάνναβης στον Καναδά. Στη συνέχεια μέσα στο καλοκαίρι ανακοινώθηκε μια νέα επένδυση, 4 δις δολαρίων αυτή τη φορά, που αποτελεί και τη μεγαλύτερη μέχρι στιγμής στην «πράσινη βιομηχανία».

Στη φρενίτιδα της κάνναβης μπήκε το καλοκαίρι και η Heineken. Μέσω της θυγατρικής της Lagunitas, με έδρα την Καλιφόρνια, κυκλοφόρησε το Hi-Fi Hops, ένα αναψυκτικό με εκχύλισμα THC (την ψυχοτρόπο ουσία), το οποίο διατηρεί γευστικά χαρακτηριστικά της μπίρας. Για την ιστορία βέβαια πρέπει να σημειώσει κανείς ότι η Lagunitas

Οι μειοχές της κάνναβης έχουν κάνει πολλούς επενδυτές μλούσιους και θα κάνουν αρκετούς ακόμα, όμως οι πιο συγκρατημένοι αναλυτές εκτιμούν πως η όλη ιστορία θα καταλήξει σε μια ηχηρή φούοκα

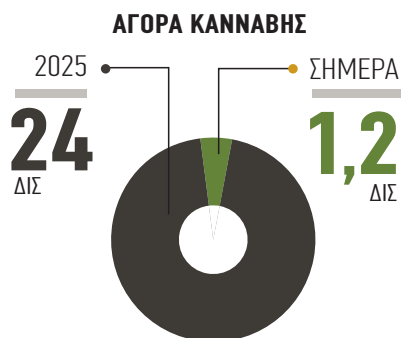
από τα πρώτα της βήματα, το 1993, συνδέθηκε από άποψη μάρκετινγκ με την κάνναβη, με τον ιδρυτή της Tony Magee να δηλώνει τότε πως «χρειάζεται αρκετό και καλό κόρτο για να φτιάξεις μια καλή μπίρα», ενώ το 1999 διοργάνωσε στις 4:20 π.μ. στο ζυθοποιείο «πάρτι» για την κατάvalωση κάνναβης, τα οποία, όταν έγιναν αντιληπτά από την αστυνομία, οδήγησαν στο κλείσιμο του ζυθοποιείου.

Σήμερα βέβαια αυτός ο συνδυασμός προχωρά ένα βήμα πιο μπροστά με την καναδική Province Brands να κατοχυρώνει μια πατέντα, η οποία κυριολεκτικά ζυμώνει την κάνναβη σε μπίρα. Η νέα αυτή μέθοδος, η οποία σύμφωνα με τον CEO της εταιρείας, Dooma Wendschuh, θα ταρακουνήσει την 1,2 τρις δολαρίων βιομηχανία αλκοολούχων ποτών, με τη διάθεση στην αγορά ενός «πιο ασφαλούς και πιο υγιεινού εναλλακτικού ποτού», αντικαθιστά τα σιτηρά με την κάνναβη στη ζύμωση, οδηγώντας σε ένα ποτό «χωρίς αλκοόλ, που με μια αντίστοιχη δόση με αυτήν του αλκοόλ, οδηγεί σε υψηλότερα επίπεδα μέθης ή ευθυμίας».

Ο αγώνας για την κατάκτηση του ποτού κάνναβης, έχει ήδη σχηματίσει μια αγορά με μεγάλο ανταγωνισμό στον Καναδά, ο οποίος πρόσφατα αποποινικοποίησε τη δημιουργική χρήση κάνναβης, γεγονός που αναμένεται να επεκταθεί και σε άλλες χώρες του δυτικού κόσμου. Μάλιστα η Constellation Brands, με την πρόσφατη και αμφιλεγόμενη από πολλούς επένδυσή της που της δίνει το 39% της Canopy, έχει ως στόχο την επέκταση του εύρους της επιχειρηματικής δραστηριότητας της Canopy σε 30 χώρες, οι οποίες επεξεργάζονται τη χρήση φαρμακευτικής.

Η ένεση των 4 δις δολαρίων χαρακτηρίστηκε από πολλούς αμφιλεγόμενη, αφού τα χρηματιστήρια αντέδρασαν με μείωση της μετοχής της Constellation's κατά 6%, ενώ της Canopy εκτοξεύτηκε στο +30%. Ο CEO της εταιρείας, Rob Sands, πάντως δηλώνει 100% σίγουρος για την κίνηση την οποία χαρακτήρισε «επιθετική σε μια αγορά που αναμένεται να αγγίξει τα 200 δις μέσα στα επόμενα 15 χρόνια». Από την άλλη, αναλυτές, μεταξύ των οποίων και ο οικονομολόγος, Πάνος Μουρδουκούτας, είναι συγκρατημένοι, και υποστηρίζουν πως μπορεί οι μειοχές της κάνναβης να υπόσχονται τώρα πολλά, ωστόσο τα θεμελιώδη στοιχεία τους δείχνουν λίγα. Η ηγέτιδα στην αγορά των μετοχών κάνναβης, Tilray, Inc., για παράδειγμα, έχει αρνητικά περιθώρια κέρδους, αλλά η μετοχή της διαπραγματεύεται σε τριψήφιες τιμές.





4 ΕΠΕΝΔΥΣΗ
CONSTELLATION
BRANDS
ΣΕ CANOPY
ΔΙΣ

7,1%
ΑΠΟΡΡΟΦΗΣΗ
ΚΕΡΔΩΝ ΑΓΟΡΑΣ
ΜΠΥΡΑΣ ΑΠΟ
ΤΗΝ ΚΑΝΝΑΒΗ

Άραγμα με craft μύρες και κάνναβη



Η επέλαση της κάνναβης ως εναλλακτική πρόταση έναντι της κατανάλωσης αλκοόλ, έχει ανησυχίσει τους μεγάλους παίκτες της βιομηχανίας της μπίρας. Σύμφωνα με τα στοιχεία έρευνας του Cannabiz Consumer Group (C2G), η ανερχόμενη αγορά της κάνναβης, έχει ήδη απορροφήσει το 7,1% των κερδών της μπίρας, σε πολιτείες των ΗΠΑ όπου έχει αποποινικοποιηθεί η χρήση της. Μάλιστα σύμφωνα με την ίδια έρευνα, εφόσον η κάνναβη αποποινικοποιηθεί σε εθνική κλίμακα, αυτό θα σημαίνει απώλεια 2 δις από τις πωλήσεις μπίρας. Τα παραπάνω αιτιολογούν ίσως την αγωνία αρκετών μεγάλων εταιρειών, όπως είναι η Heineken, να ενταχθούν στην καινούργια αυτή αγορά. Ωστόσο, σύμφωνα με τον Bart Watson, επικεφαλής

οικονομολόγο της Συνομοσπονδίας Ζυθοποιών, οι καταναλωτές δεν είναι διατεθειμένοι να διαλέξουν υποχρεωτικά ανάμεσα στο ένα ή το άλλο προϊόν. Ο Οργανισμός αυτός, ο οποίος εκπροσωπεί τα μικρά και ανεξάρτητα ζυθοποιεία των ΗΠΑ, εντοπίζει στα στοιχεία του Εθνικού Οργανισμού Εμπορίου, μια τάση που θέλει τις πωλήσεις χειροποίητης μπίρας στις πολιτείες όπου έχει νομιμοποιηθεί η χρήση κάνναβης, να έχουν διατηρήσει μέχρι ένα βαθμό τα εκρηκτικά μεγέθη ανάπτυξης των προηγούμενων 5 ετών. Το στοιχείο του πειραματισμού που διαθέτουν οι μικροζυθοποιίες κερδίζει την εμπιστοσύνη των καταναλωτών, αφού η καταναλωσή τους διαμορφώνει ένα lifestyle, το οποίο δεν δίνουν τα προϊόντα μεγάλων ζυθοποιών. 88



Δεν είναι μόνο το βασικό συστατικό για μια ποιοτική μπύρα, το κριθάρι είναι το σημείο εκκίνησης για ουσιαστική προσπάθεια ενίσχυσης της βιωσιμότητας στον κλάδο της ζυθοποιίας, ισχυρίζεται ο κολοσσός της AB InBev, που επιστρέφει αποφασιστικά στο χωράφι και στον παραγωγό



ΠΕΤΡΟΣ ΓΚΟΓΚΟΣ

ΣΤΟ ΚΡΙΘΑΡΙ ΧΟΡΕΥΕΙ ΤΟ ΑΥΡΙΟ ΤΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΑΣ





Ανάπτυξη πρακτικών Ξεύτερης Γεωργίας και εξασφάλιση στους συνεργαζόμενους παραγωγούς κριθαριού όλης της τεχνολογίας και των οικονομικών πόρων που απαιτούνται για την στροφή αυτή αποτελεί την προτεραιότητα της AB InBev μέχρι το 2025.



Να συνδέσει το κριθάρι με το brand είναι ο βασικός στόχος της AB InBev και ήδη οι προσπάθειές της να ενοποιήσει τις πρακτικές της για βιωσιμότητα με τις προωθητικές ενέργειες παίρνει σχήμα και μορφή



Τα 50 χρόνια συνεργασίας με τους παραγωγούς κριθαριού του Idaho Falls των ΗΠΑ χιόρτασε μέσα στον Αύγουστο η AB InBev, που διατηρεί στην περιοχή και μονάδα παραγωγής βύνης.

Την ευκαιρία του εορτασμού των 50 χρόνων συνεργασίας με παραγωγούς κριθαριού στο Idaho Falls των ΗΠΑ χρησιμοποίησε η AB InBev για να καταστήσει ακόμη πιο σαφή τη σημασία που δίνει στην «επιστροφή της μύρας στη γεωργία» αλλά και να περιγράψει τους τρόπους με τους οποίους μπορεί να βελτιωθεί η βιωσιμότητα στον κλάδο της ζυθοποιίας. Εκεί, στη μονάδα παραγωγής βύνης που διατηρεί και υποδέχεται τις σοδειές των συνεργαζόμενων αγροτών του Idaho Falls, διοργάνωσε εκδήλωση με τίτλο «Οι μέρες του παραγωγού», μια καλή ευκαιρία για να μοιραστεί μυστικά για καλύτερες καλλιεργητικές πρακτικές, καθώς και να ενημερώσει τους παραγωγούς για τους παγκόσμιες κλίμακας στόχους βιωσιμότητας αλλά και τα προγράμματα που οργανώνει για μια «Έξυπνη Γεωργία».

Ένας από τους στόχους της εταιρείας είναι να ενώσει το κριθάρι με το brand. Ήδη η προσπάθειά της να συνδέσει τις πρακτικές της για βιωσιμότητα με τα προωθητικά πλάνα έχει αρχίσει να παίρνει σχήμα. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι το ενδιαφέρον των καταναλωτών για τα φυσικά συστατικά της μύρας τους καθώς και τις «ηθικές» προδιαγραφές σε ό,τι αφορά την διαδικασία της παραγωγής της, αυξάνεται συνεχώς.

Μείωση 38% στη χρήση νερού μέσα σε 10 χρόνια

Για το λόγο αυτό η AB InBev προσπαθεί συνεχώς να αναβαθμίζει τις σχέσεις της με τους παραγωγούς του κριθαριού, γεγονός που φαίνεται και στα πλάνα της μέχρι το 2025, με τα οποία δεσμεύεται στην ανάπτυξη πρακτικών Έξυπνης Γεωργίας και με τα οποία διασφαλίζει ότι το 100% των αγροτών με τους οποίους συνεργάζεται θα είναι πλήρως εξοπλισμένοι και ικανοί να εφαρμόσουν αυτές τις πρακτικές και επιπλέον συνδεδεμένοι μεταξύ τους και με την εταιρεία, ενώ τέλος εξασφαλίζει ότι θα έχουν την οικονομική δυνατότητα για τις αναβαθμίσεις αυτές μέσα στα επόμενα οκτώ χρόνια.

Σημαντικός παράγοντας σε αυτή την προσπάθεια είναι το σύστημα SmartBarley, με το οποίο η AB InBev παροτρύνει ήδη από το 2014 τους παραγωγούς κριθαριού σε όλον τον κόσμο με τους οποίους συνεργάζεται, να εφαρμόζουν πρακτικές βιώσιμης γεωργίας. Για παράδειγμα και σύμφωνα με την εταιρεία έχει καταφέρει με την ορθολογική διαχείριση του νερού, να μειώσει κατά 38% τη χρήση του τα τελευταία 10 χρόνια, ενώ στοχεύει σε μια περαιτέρω μείωση της τάξης του 9%.

Παράλληλα και σύμφωνα με την Jess Newman, διευθύντρια στον τομέα Αμερικανικής Αγρονομίας της εταιρείας, το σύστημα SmartBarley, μεταξύ άλλων, επιτρέπει στους παραγωγούς να ελέγχουν οι ίδιοι τη δραστηριότητα της εκμετάλλευσής τους και να συγκρίνουν τις επιδόσεις τους με τους άλλους παραγωγούς που βρίσκονται στην περιοχή τους. Για την υποστήριξη του προγράμματος αυτού, η εταιρεία διαθέτει μια ομάδα 15 αγρονόμων, οι οποίοι επισκέπτονται στο χωράφι τους καλλιεργητές, προκειμένου να τους βοηθήσουν με τις διαδικασίες εφαρμογής των νέων τεχνολογιών. 88

SmartBarley σημαίνει «Έξυπνο Κριθάρι»

1



Η ομάδα με τους 15 αγρονόμους της AB InBev είναι το βασικό εργαλείο για τη διαχείριση των projects βιωσιμότητας και για την προώθηση νέων καλλιεργητικών πρακτικών. Σήμερα οργανώνει περισσότερους από 800 παραγωγούς κριθαριού στις ΗΠΑ, όταν η εταιρεία συνεργάζεται περισσότερους από 20.000 αγρότες σε όλο τον κόσμο. Μέχρι στιγμής σχεδόν 4.500 από αυτούς έχουν συμμετάσχει στο πρόγραμμα από το 2014. Ταυτόχρονα η ομάδα εργάζεται στον τομέα της ανάπτυξης νέων ποικιλιών που μπορούν να αντέξουν σε διάφορες κλιματολογικές συνθήκες.

2



3



Οι στόχοι της AB InBev για το 2025 περιλαμβάνουν μεταξύ άλλων την έμφαση στη χρήση ΑΠΕ και τη μείωση των εκπομπών άνθρακα. Επιπλέον βαρύτητα θα δοθεί στη διαχείριση του νερού, μέσω ενός συγκεκριμένου σχεδιασμού ο οποίος προβλέπει πως μέχρι το 2025 το 100% των μονάδων της AB InBev θα εμπλέκεται σε δράσεις ορθολογικής διαχείρισης των υδάτινων πόρων, όπου θα συμπεριλαμβάνονται και τα κριθαροχώραφα.

4



«Σήμερα κριθάρι, αύριο Budweiser», ένα προϊόν που αποτελείται δηλαδή από φυσικά προϊόντα και αυτό είναι το σημείο στο οποίο πρέπει να δώσει ιδιαίτερη έμφαση η βιομηχανία ζύθου, για να τραβήξει την προσοχή των καταναλωτών. Αυτό ισχυρίζεται ο CEO της AB InBev, της πολυεθνικής ζυθοποιίας με έδρα το Βέλγιο, Carlos Brito. Σύμφωνα με τον ισχυρό άνδρα, είναι ζωτικής σημασίας να δοθεί έμφαση στους δεσμούς που ούτως ή άλλως έχει η βιομηχανία της ζυθοποιίας με την αγροτική οικονομία, καθώς και στη συνεισφορά της πρώτης στην οικονομία της υπαίθρου.



BEYOND CITRA

Δεκάδες διαφορετικά είδη λυκίσκου αναπτύχθηκαν και εξελίχθηκαν σε κάθε χώρα παράλληλα με τη ζυθοποίηση. Παρόλη την αφθονία, ο Citra για αρκετά χρόνια υπήρξε ο αγαπημένος των Ελλήνων...

 ΚΩΣΤΑΣ ΛΩΝΗΣ

Έρχονται από τις ΗΠΑ τα τέσσερα «διαμαντάκια», που φιλοξενούνται στις σελίδες αυτού του τεύχους, δείχνοντας απλά πως υπάρχει ένας απέραντος αμερικανικός γαλαξίας λυκίσκου προς εξερεύνηση εκεί έξω.

Amarillo Ανήκει στην top δεκάδα που χρησιμοποιούνται από την craft κοινότητα. Ο αρωματικός του χαρακτήρας περιλαμβάνει grapefruit, πορτοκάλι, λεμόνι, πεπόνι, ροδάκινο και βερίκοκο, όπως και ανθικές με πικάντικες νότες. Τα υψηλά επίπεδα α-οξέων και Μυρσενίου του δίνουν διπλή χρήση. Μπορεί να κρατήσει το 96% των α-οξέων του μετά από έξι μήνες στους 20°C. Ο ιδιαίτερος αρωματικός χαρακτήρας σημαίνει ότι είναι μια διάσημη επιλογή για dry hopping αλλά η υπερβολική ποσότητα μπορεί να δώσει μεταλλική γεύση.

Cascade Εκτός από τις ΗΠΑ όπου του αφιερώνεται το 14,7% των εκτάσεων και η πρώτη θέση, ο Cascade καλλιεργείται σε Νέα Ζηλανδία, Αργεντινή και Αυστραλία. Παρουσιάζει ένα ιδιαίτερο προφίλ με έντονα ανθικό και πικάντικο χαρακτήρα, νότες εσπεριδοειδών με πιο έντονο το κίτρο και το grapefruit και μέτρια πικράδα. Χρησιμοποιείται κατά βάση για το άρωμα, αλλά θα μπορούσε να λειτουργήσει συνεργατικά για πικράδα. Μπορεί να κρατήσει το 48-52% των α-οξέων του μετά από έξι

μήνες παραμονής στους 20°C. Η πρώτη εμπορική επιτυχία του έγινε με τη Liberty Ale της Anchor, την πρώτη μονοποικιλιακή αμερικανική Ale.

Simcoe: Στον πυρήνα του αρωματικού του προφίλ, βρίσκεται ένας ευχάριστος χαρακτήρας φρούτων, που πλαισιώνεται από γήινες και βοτανικές νότες. Μπορεί να κρατήσει το 70-80% των α-οξέων του μετά από έξι μήνες στους 20°C. Χρησιμοποιείται σε μεγάλο βαθμό ως κύριος πικρικός αλλά και συνεργατικά με άλλους όπως Cascade, Centennial, Chinook ή Citra, ενώ είναι δύσκολο να αντικατασταθεί.

Mosaic Παρουσιάζει ένα εξαιρετικό αρωματικό και γευστικό προφίλ που συνδυάζει blueberry, νεκταρίνι, papaya, mango, εσπεριδοειδή, βοτανικές νύξεις, άνθη και κυρίως τριαντάφυλλο, γρασιδί και τσιχλόφουσκα. Η πολυπλοκότητα του τον φέρνει στην 6η θέση παραγωγής στις ΗΠΑ με 6,7%, ένα εξωφρενικό γεγονός για μια ποικιλία που κυκλοφορεί μόλις 6 χρόνια. Έχει τριπλή χρήση (άρωμα, γεύση και πικράδα). Είναι πολύ δύσκολο να αντικατασταθεί από έναν μόνο λυκίσκο λόγω της πολυπλοκότητάς του, επομένως θα ήταν προτιμότερο να γίνει ένας συνδυασμός από Simcoe, Citra, Nugget, Galaxy, Nelson Sauvin. Μπορεί να κρατήσει το 75% των α-οξέων του μετά από μήνες παραμονής στους 20°C. 88



Η χώρα με τη μεγαλύτερη παραγωγή λυκίσκου είναι η Γερμανία που κατέχει περίπου το 30% της παγκόσμιας. Ένα ποσοστό που πρόσφατα φαίνεται να ξεπερνούν οι ΗΠΑ. Τα στοιχεία παραγωγής του παρόντος άρθρου προέρχονται από το Statistical Report του 2016 που εξέδωσε η Hop Growers of America.

AMARILLO



CASCADE



SIMCOE



MOSAIC



A-0ΞEA

B-0ΞEA

ΚΟΧΟΥΜΟΥΛΟΝΗ

ΟΛΙΚΑ ΕΛΑΙΑ

ΜΥΡΣΕΝΙΟ

ΛΙΝΑΛΟΛΗ

ΚΑΡΙΟΦΥΛΛΕΝΙΟ

ΧΟΥΜΟΥΛΕΝΙΟ

ΓΕΡΑΝΙΟΛΗ

7-11%

5,5-8%

20-24%

1-2,3 ml/100 γρ.

40-50% επί ολικών

0,5-0,8% επί ολικών

7-10% επί ολικών

19-24% επί ολικών

0,1% επί ολικών

5,5-9%

6-7%

30-35%

0,8-2,5 ml/100 γρ.

45-60% επί ολικών

0,3-0,6% επί ολικών

5-9% επί ολικών

14-20% επί ολικών

0,2% επί ολικών

11,5-15%

3-4,5%

17-21%

0,8-3,2 ml/100 γρ.

40-50 % επί ολικών

0,5-0,9% επί ολικών

8-14% επί ολικών

15-20% επί ολικών

0,8% επί ολικών

10,5-14%

3-4,5%

21-25%

0,8-3 ml/100 γρ.

48-55% επί ολικών

0,4-0,8% επί ολικών

3-8% επί ολικών

10-15% επί ολικών

0,5-0,9% επί ολικών



- AMBER ALE
- PALE ALE
- IPA
- WHEAT



- PALE ALE
- IPA
- BLONDE ALE
- AMBER ALE



- DOUBLE IPA
- IPA
- PALE ALE
- RED ALE



- IPA
- PALE ALE
- WHEAT
- WILD ALE



Είναι η εκδίκηση της φύσης στη Γενετική αφού αποτελεί μετάλλαξη που παρατηρήθηκε το 1990 δίπλα σε λυκίσκο Liberty στην Virgil Gamache Farms στην Washington. Το 1991 ξεκίνησε η καλλιέργεια ενώ το 2003 καταχωρήθηκε η πατέντα σαν VGXP01 με το όνομα Amarillo που σημαίνει κίτρινο στα Ισπανικά.

Ένας από τους σημαντικότερους λυκίσκους (αν όχι ο σημαντικότερος) στις ΗΠΑ μιας και ήταν ο πρώτος που βγήκε από το USDA – ARA πρόγραμμα Γενετικής. Τα πειράματα ξεκίνησαν το 1956 διατέθηκε το 1972, με όνομα από την οροσειρά Cascade Range. Προήλθε από την ελεύθερη επικονίαση Fuggle.

Αναπτύχθηκε από τη Selected Botanicals Group και κυκλοφόρησε εμπορικά το 2000 σαν Simcoe® Brand YCR 14. Είναι μια εξαιρετικά διάσημη επιλογή για τους craft ζυθοποιούς, γεγονός που τον φέρνει στην τρίτη θέση της παραγωγής στις ΗΠΑ με 8,3% (Hop Growers of America 2016 Statistical Report).

Αναπτύχθηκε από την Hop Breeding Company σαν διασταύρωση Simcoe® Brand YCR 14 με Nugget και κυκλοφόρησε εμπορικά το 2012 σαν Mosaic® Brand HBC 369. Το όνομα επιλέχθηκε για να συνοψίσει το οργανοληπτικό εύρος και πολυπλοκότητα που προσδίδει.



Η μπύρα Red απέσπασε το βραβείο Superior Taste 2015 από το International Taste & Quality Institute, το ινστιτούτο που καταρτίζει το οδηγό Michelin...



Η χρήση του φελλού στον πωματισμό της μπύρας δείχνει να συμβάλει καθοριστικά ανάμεσα σε άλλα και στην αισθητική και συσκευαστική της αναβάθμιση.

ΓΙΑΤΙ Ο ΗΧΟΣ ΤΟΥ ΦΕΛΛΟΥ ΠΟΥ ΣΚΑΕΙ ΕΙΝΑΙ ΓΟΗΤΕΥΤΙΚΟΣ

Δίνει status και αλληγορία στην μύρα



ΧΡΗΣΤΟΣ ΚΑΝΕΛΛΑΚΟΠΟΥΛΟΣ



Ως μια νέα και ιδιαίτερα ισχυρή τάση στην αγορά της μύρας εμφανίζεται ο πωματισμός της με φελλό, ο οποίος επιλέγεται από τους ζυθοποιούς τόσο για λόγους που έχουν να κάνουν με την στυλιστική τοποθέτηση του προϊόντος, όσο και για καθαρά τεχνολογικούς λόγους που αφορούν την καλύτερη διατήρηση των οργανοληπτικών χαρακτηριστικών της μύρας. Αυτό ήταν ένα από τα βασικά συμπεράσματα της συνάντησης European Brewery Convention (EBC), που λαμβάνει χώρα δύο φορές το χρόνο και είναι αφιερωμένη στις επιστημονικές και οικονομικές εξελίξεις στον κλάδο της ζυθοποιίας.

Από την 35η συνάντηση και πλέον, που φιλοξενήθηκε το 2016 στο Πόρτο της Πορτογαλίας, απασχόλησε και απασχολεί το θέμα της χρήσης του φελλού στη συσκευασία της μύρας ως ένα στοιχείο που συμβάλλει στην ανάδειξη ειδικών τύπων. Σε αυτό το πλαίσιο παρουσιάστηκαν σε ειδικό σταντ 30 διαφορετικά σήματα μύρας που χρησιμοποιούν φελλό από χώρες όπως ΗΠΑ, Γαλλία, Βέλγιο, Ολλανδία, Ουγγαρία και Πορτογαλία.

Θυμίζουν αφρώδεις οίνους

Το τελευταίο διάστημα σε όλο τον κόσμο, οι παραγωγοί μύρας υψηλής ποιότητας, οι λεγόμενες και «ειδικές μύρες», σφραγίζουν ολοένα και περισσότερο τις φιάλες τους με φελλό που παραπέμπει εμφανισιακά σε αφρώδεις οίνους. Με αυτό τον τρόπο βρίσκουν το δρόμο για να διαφοροποιηθούν από τους ανταγωνιστές τους αλλά και να πάρουν μερίδιο αγοράς από προϊόντα

όπως οι αφρώδεις οίνοι που τα τελευταία χρόνια γνωρίζουν απaráμιλλη αύξηση στην κατανάλωσή τους.

Βέβαια η χρήση του φελλού τα τελευταία χρόνια στην μύρα έχει να κάνει και με την προσπάθεια των παραγωγών μύρας περιορισμένης παραγωγής να διατηρήσουν επιπλέον υψηλό ποιοτικό επίπεδο. Με αυτό τον τρόπο ενισχύεται το εμπορικό status των προϊόντων αυτών ενώ παράλληλα προστατεύονται άριστα και τα οργανοληπτικά χαρακτηριστικά της μύρας. Με την υιοθέτηση αυτού του τύπου συσκευασίας, οι ζυθοποιίες μπορούν να επωφεληθούν από τον γοητευτικό ήχο του φελλού που «σκάει» όταν εκπωματίζεται η μύρα, ενισχύοντας την εορταστική διάθεση, γεγονός πάντα θετικό για τον καταναλωτή.

Τα πιο ενδεικτικά παραδείγματα

Ενδεικτικά παραδείγματα σημάτων μύρας περιορισμένης παραγωγής (craft) που χρησιμοποιούν το φελλό ως μέσο πωματισμού είναι τα εξής:

Η Cervejaria Wäls Brazil Cervejaria Wäls, με έδρα το Belo Horizonte στη Βραζιλία, μια ζυθοποιία που έχει τιμηθεί με χρυσά και ασημένια μετάλλια σε διεθνείς διαγωνισμούς συμπεριλαμβανόμενου και του World Beer Cup.

Η Guinness® A 1759 Commemorative Edition. Η διάσημη και παγκοσμίως εμβέλεια ζυθοποιία επέλεξε γι' αυτή την περιορισμένη παραγωγή μύρας, που βασίζεται σε μια συνταγή 200 ετών, να χρησιμοποιήσει φελλό.

Η Unicer Super Bock Selection 1927 Christmas Brew Portugal. Η μικροζυθοποιία από την Πορτογαλία αποφάσισε για την ειδική χριστουγεννιάτικη έκδοση περιορισμένης παραγωγής (25.000 φιάλες) να χρησιμοποιήσει φελλό και για έτσι προωθεί το δόγμα της εταιρείας για «φυσικότητα και εγγύτητα με τη φύση».

Η Red Courtesy Spain. Αυτή η μικρή αλλά πρωτοποριακή ισπανική ζυθοποιία περιορισμένης παραγωγής (craft) συνδύασε μια μοντέρνα φιάλη με ένα παραδοσιακό πόμα φελλού.

Μια σχέση αγάπης με μέλλον

Αυτήν τη στιγμή, σύμφωνα με στοιχεία της εταιρείας Corticeira Amorim, που είναι ο παγκόσμιος ηγέτης της βιομηχανίας παραγωγής αυτών των πωμάτων, οι φιάλες μύρας που χρησιμοποιούν φελλό σαν πόμα ξεπερνούν τα τέσσερα χιλιάδες εκατομμύρια παγκοσμίως. Όπως φαίνεται αυτή η νέα σχέση αγάπης που αναπτύσσεται μεταξύ μύρας και φελλού φαίνεται να έχει λαμπρό μέλλον... 88

Η ΛΑΧΤΑΡΑ ΓΙΑ ΓΕΥΣΗ ΓΡΑΦΕΤΑΙ ΣΤΟ DNA

ΜΙΚΡΟΖΥΘΟΠΟΙΑ ΣΕΡΡΩΝ

Τι κι αν η αγορά τον ήξερε ως τον εγγονό του αείμνηστου Μαρμαρέλλη, ιδιοκτήτη της ομώνυμης αλλαντοποιίας Σερρών. Το 2013 ο Γιάννης Μαρμαρέλλης επανασυστήνεται ως ζυθοποιός και ψυχή της δυναμικής Siris Microbrewery



ΚΕΙΜΕΝΟ & ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΕΣ: ΒΑΣΙΛΙΚΗ ΠΑΣΧΑΛΗ ΤΣΑΝΤΟΠΟΥΛΟΥ



Στο DNA του Γιάννη Μαρμαρέλλη είναι αποτυπωμένη η λαχτάρα για δημιουργία τόσο γεύσεων, όσο και προϊόντων. Αλλωστε, όπως ο ίδιος λέει, στην οικογενειακή αλλαντοποιία, που έστησε το μακρινό 1932 ο παππούς του, «για να προωθήσει τα προϊόντα του, σκέφτηκε να λειτουργήσει το κατάστημα και ως μπουραρία». Αυτά μαζί με τις ατέλειωτες ώρες δοκιμών, όπως διηγείται, γέννησαν το 2013 τη Siris Microbrewery, τα πρώτα προϊόντα της οποίας βγήκαν το Μάρτιο του 2014 από ένα ζυθοποιείο το οποίο στην αρχή είχε δυναμικότητα 10 τόνων το μήνα και 3 εργαζόμενους, αλλά γρήγορα και με συνεχείς επενδύσεις έφτασε σήμερα τους 60 τόνους και τους 13 εργαζόμενους.





Μύρα με σοκολάτα πραγματική, με ξύσμα πορτοκαλιού και κόλιανδρο, με άρωμα καμινού, επενδύσαμε σε τύπους που είχαν να δώσουν στην υγιόθεση μικροζυθοποιία

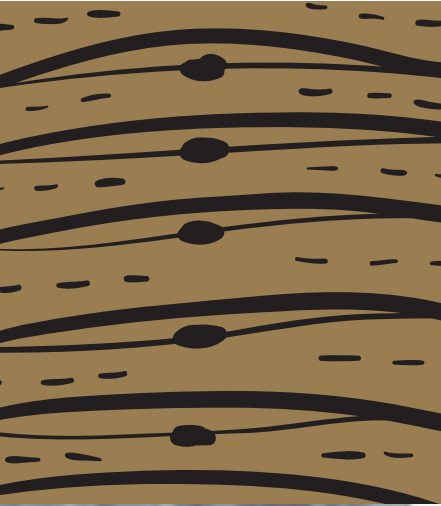
Οι ετικέτες του brand "Voreia" είναι η Pils, η Ipa, η Stout, η Wit, η Summer Ale, η Smoked και τώρα η Imperial Porter και η Low Alcohol.

«Ξεκινήσαμε με το σχέδιο μιας τοπικής μικροζυθοποιίας, βλέποντας ότι το 2013 δεν υπήρχε στην ηπειρωτική Ελλάδα καμία, όμως γρήγορα αναπτυχθήκαμε σε όλη τη χώρα και στο εξωτερικό. Μύρες υπήρχαν και συνεχώς βγαίνουν και νέες. Όμως εμείς προσπαθήσαμε να κάνουμε σε όλα μας τα προϊόντα και μια μικρή ή μεγάλη καινοτομία, κρατώντας βέβαια όλα αυτά που παραδοσιακά κάνουν μια μύρα καλή» σημειώνει ο κ. Μαρμαρέλλης. Και σε ό,τι αφορά το brand Voreia, συμπληρώνει: «Η εταιρεία έχει την έδρα της στον βορρά, και τι πιο φυσικό από το να παράγει προϊόντα με την ονομασία Voreia. Έτσι δώσαμε το στίγμα μας από την αρχή, ποιοι είμαστε, από πού ερχόμαστε και τι αντιπροσωπεύουμε». «Μότο μου, συμπληρώνει ο κ. Μαρμαρέλλης, είναι ότι αν πραγματικά πιστεύω σε κάτι μπορώ να κάνω και τους άλλους να πιστέψουν σε αυτό. Πιστεύω και στα δύο, έμπνευση και σκληρή δουλειά. Αυτά πάνε μαζί».

Η κουλτούρα της μύρας

«Χρέος μας είναι να προσπαθούμε συνεχώς να δημιουργούμε και να αναπτύσσουμε κουλτούρα μύρας, να μάθει ο κόσμος τα προϊόντα μας και να ξεφύγει από τα δεσμά των προϊόντων μαζικής κατανάλωσης» τονίζει ο κ. Μαρμαρέλλης και συμπληρώνει: «Θα είμαι όμως ειλικρινής. Ακόμα η τοπική αγορά δεν έχει εξοικειωθεί με τα προϊόντα μας. Αντιμετωπίσαμε στην αρχή και εμπορικό πόλεμο από άλλους και όχι υποχρεωτικά μόνο από πολυεθνικές. Ο κόσμος δεν είχε ιδέα από προϊόντα μικροζυθοποιίας, από συνταγές

μύρας, από food pairing, από γαστρονομία. Είναι και οι τιμές των προϊόντων αυτών πιο υψηλές κυρίως στο ράφι και όλα αυτά οδήγησαν και εμάς αλλά και άλλους συναδέλφους στο να στραφούμε στις αγορές του τουρισμού, όπου οι ξένοι δοκιμάζουν και επιλέγουν τέτοια προϊόντα. Σχηματικά να αναφέρω ότι στην τοπική αγορά πουλάμε το 4% του τζιρού μας» ενώ υπενθυμίζεται ότι η παραγωγή της Voreia διανέμεται περίπου κατά 50% στην ελληνική αγορά και 50% στην Αμερική, την Κίνα και αρκετές άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Για να μπορέσει να υποστηρίξει τα αναπτυξιακά της σχέδια, η Μικροζυθοποιία Σερρών προχώρησε σε ένα νέο κύκλο επενδύσεων. «Εξαπλασιάσαμε τις δεξαμενές μας, τριπλασιάσαμε την επεξεργασία νερού, προσθέσαμε νέα ψυκτικά, κάναμε το πρώτο εργαστήριο ποιοτικού ελέγχου μικροζυθοποιίας στη χώρα, πήραμε πιστοποίηση ISO και συνεχίζουμε. Ετοιμάζουμε τώρα νέα επένδυση με αγορά νέου μεγαλύτερου ζυθοβραστήριου θέλοντας το 2019 να φτάσουμε τα 800 εκατόλιτρα μηνιαίως». Είμαστε μια επιχείρηση που αναπτύσσεται συνεχώς και αυτό απαιτεί κεφάλαια. Εμείς συμμετέχουμε με προσωπική περιουσία και ευτυχώς έχουμε πραγματική στήριξη από τη Συνεταιριστική Τράπεζα Σερρών», σημειώνει ο κ. Μαρμαρέλλης, συμπληρώνοντας πως η υπερφορολόγηση στην Ελλάδα σκοτώνει την επιχειρηματικότητα. «Το μέλλον πρέπει να το διαμορφώσουμε εμείς και αναφερόμαστε στην επιτυχία όλων μας στην ανάπτυξη της μικροζυθοποιίας εν γένει. Όλοι μαζί έχουμε 1% της αγοράς... φανταστείτε να το κάνουμε 2 ή 3%...». 88

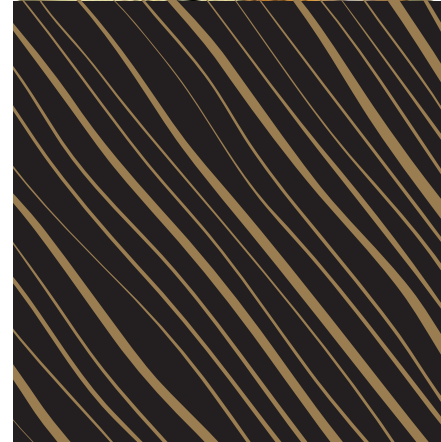
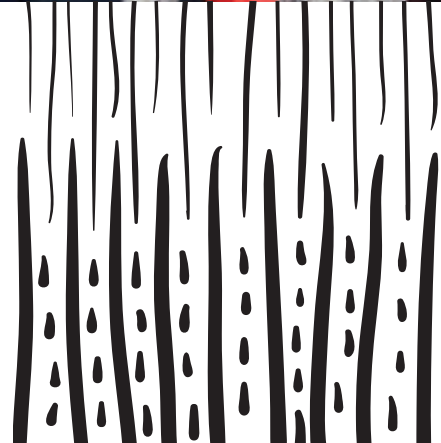


Με 4 νέες εικέτες οπ Ζυθογνοσία

Την πρώτη ελληνική μύρα μικροζυθοποιίας με χαμηλή περιεκτικότητα σε αλκοόλ «λάνσαρε» την 1η Οκτωβρίου η Μικροζυθοποιία Σερρών. Πρόκειται για τη «Voreia Low Alcohol», μια μύρα φρέσκια, αφιτράριστη και απαστερίωτη, της οποίας η περιεκτικότητα σε αλκοόλ δεν ξεπερνά το 0,8%, για την οποία, όπως τόνισε ο Γιάννης Μαρμαρέλλης, «διαθέτει όλα τα χαρακτηριστικά της μύρας μικροζυθοποιίας, ως προς τις γεύσεις και τα αρώματα και, παράλληλα, είναι σχεδόν απαλλαγμένη από αλκοόλ».

Μαζί με αυτή την ετικέτα επανακυκλοφορεί η «Voreia Imperial Porter» με 8,5% αλκοόλ, «μια μύρα που κυκλοφόρησε σε περιορισμένη έκδοση το χειμώνα μόνο σε βαρέλι και σε φιάλες των 750 ml και επειδή απέσπασε κολακευτικές κριτικές ξαναλανσάρεται φέτος και σε φιάλες των 330 ml», σύμφωνα με τον κ. Μαρμαρέλλη.

Την τετράδα των νέων ετικετών συμπληρώνουν δύο νέες μύρες που αποτελούν τμήμα ενός καινούργιου concept, ανεξάρτητου από το brand «Voreia». «Μια νέα σειρά προϊόντων, τα οποία θα κυκλοφορούν με το brand "Happy Brewers" και στην ουσία θα είναι μύρες ιδιαίτερες, πειραματικές, λίγο πιο τρελές ως προς την έμπνευση και τις συνταγές τους», εξήγησε ο κ. Μαρμαρέλλης. «Ποδαρικό» κάνουν μια «East Coast IPA» με 5,8% αλκοόλ και μια «Hoppy Lager» με αλκοόλ 5%.



BRUNCH

ΕΛΛΑΔΑ & ΚΟΣΜΟΣ

ΤΟ ΠΛΟΥΣΙΟ ΠΡΩΙΝΟ ΠΟΥ ΕΓΙΝΕ ΤΑΣΗ



Beer & Burger, τρεις λέξεις μία φιλοσοφία

Στη θέση της «Βύνης» φύτρωσε πριν από τρία περίπου χρόνια ο «Λυκίσκος». Η θρυλική μπουραρία έδωσε τη θέση της στο Hops Beer and Burgers, που με τα αρώματά του «τρέλανε» το Κουκάκι



Αυτήν τη φορά το Β&Β μπηγαίνει σε ένα αγό τα μιο hot σημεία της Αθήνας, για να δοκιμάσει τις γεύσεις του Hops. Υιό τους ήχους του αγώνα Ολυμπιακού-Μίλαν και μέσα σε παρέες που απολάμβαναν τις μπιύρες και τα burger τους, μας υποδέχτηκε η Ξένια Τόφαλου, η οποία μαζί με την αδελφή της Ελένη, βρίσκονται στο τιμόνι του Hops



ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ: ΜΑΡΙΝΑ ΣΚΟΠΕΛΙΤΟΥ



ΓΕΩΡΓΙΑ ΚΑΡΑΜΑΛΗ

H

«Ήταν για πάρα πολλά χρόνια σε αυτόν το χώρο η ιστορική "Βύνη" και όταν είπαμε ότι θα ασχοληθούμε, αποφασίσαμε να κρατήσουμε το στυλ της μπουραρίας, γι' αυτό έχουμε και τόσες πολλές ετικέτες. Απλά θέλαμε να αυξήσουμε την κουζίνα και σκεφτήκαμε το burger. Mas άρεσε η μπιύρα και το burger σε ποιον δεν αρέσει; Ο συνδυασμός τους όμως είναι ακόμη καλύτερος», ανέφερε η Ξένια Τόφαλου μόλις καθίσαμε στο τραπέζι μας.

Ο κατάλογος φτάνει στα χέρια μας και ενώ πρέπει να παραγγείλουμε, ξεκινά μία «φιλολογική» συζήτηση με την ιδιοκτήτρια του καταστήματος, γιατί η αλήθεια είναι ότι το μενού του Hops σπκώνει κουβέντα. Ενώ κινείται σε αμερικανικά «μονοπάτια», δεν λείπουν οι ευχάριστα αιφνιδιαστικές επιλογές ελληνικών προϊόντων.

Δε θα μπορούσε να μας αφήσει ασυγκίνητους το Buffalo Cheeseburger, με μπιφτέκι από 100% ελληνικό βουβάλι από τη λίμνη Κερκίνη, αλλά και το Μανιάτικο, μία πρόταση στη φιλοσοφία ενός Bacon Cheeseburger, αλλά με γραβιέρα και σύγκλινο Μάνης που έρχεται από την Αρεόπολη.

Για όσους είναι γύρω στα 30 και θυμούνται τα Wendy's, το Bacon Mushroom Melt θα ξυπνήσει πολλές αναμνήσεις. «Εγώ θυμάμαι αυτήν τη γεύ-

ση από μικρή. Ο συνδυασμός είναι μοναδικός με τη σάλτσα cheddar. Αξίζει να πούμε ότι όλες οι σάλτσες μας είναι χειροποίητες και τις φτιάχνουμε εμείς», αναφέρει στο Β&Β η κυρία Τόφαλου. Must try επιλογή το χορτοφαγικό Portobello Truffle, με μανιτάρια Portobello και μαγιονέζα τρούφας, που σου φωνάζει «δοκίμασέ με», ακόμη κι αν δεν είσαι χορτοφάγος. Στον κατάλογο είδαμε ότι για τη συγκεκριμένη επιλογή συστήνεται η Estrella Daura, η πρόταση της ζυθοποιίας Damm χωρίς γλουτένη. Βλέπουμε λοιπόν ότι η τάση του beer & burger μπορεί να συμπορευτεί με τις νέες διατροφικές συνήθειες. Κανείς δεν θα μείνει παραπονεμένος.

Η μεγάλη στιγμή του food pairing

Κάπως έτσι φτάσαμε στην πιο μεγάλη στιγμή. «Με ποιες μπιύρες θα συνοδεύσουμε την έκρηξη γεύσης»; Με το Buffalo Burger (φωτό δεξιά) η κ. Τόφαλου μας πρότεινε την αγαπημένη της Septem 8η Ημέρα αλλά και την ιστορική Weihenstephan Hefeweissbier. Την Septem το Hops την προτείνει και με το αρωματικό χοιρινό κότσι, που δεν μπορούσαμε να μην παραγγείλουμε και το οποίο ταιριάζει άψογα και με μία Hoegaarden White. 88


1. Η Ξένια Τόφαλου ξεκίνησε από Χημικός Μηχανικός, αλλά αγάπησε όσο τίποτα τη δουλειά της στο Hops, την ευχαρίστηση που βλέπει στα πρόσωπα των πελατών της.

2. Οι 30 ετικέτες μπιύρας, από ελληνικές μικροζυθοποιίες, βέλγικα μοναστήρια και διεθνείς δυνάμεις του χώρου θα ικανοποιήσουν και τους πιο απαιτητικούς!

3. Με το Buffalo Burger η κυρία Τόφαλου μας πρότεινε την ιστορική Weihenstephan Hefe weissbier.

4. Μην παραλείψετε να συμβουλευτείτε την ομάδα του Hops. Πάντα χαμογελαστοί, θα «ανακαλύψουν» τι σας αρέσει πριν από εσάς!



A photograph of a meal featuring a sandwich and a bottle of beer. The sandwich is served on a white plate, filled with a steak, melted yellow cheese, and fries. A bottle of Ionian Royal Pilsner beer is positioned to the left of the plate. The background is a warm, yellowish-brown color.

Με το Philly Cheese Steak Sandwich συνδυάστε μία φρέσκια και αρωματική Royal Ionian Pilsner.

Το cheddar ρέει γενναιόδωρα πάνω από το λεπτοκομμένο μοσχάρι Black Angus.



BEER AND BURGER

Η ΙΔΙΟΚΤΗΤΡΙΑ ΤΟΥ HOPS BEER AND BURGERS, ΞΕΝΙΑ ΤΟΦΑΛΟΥ, ΚΑΝΕΙ FOOD PAIRING

Το μενού μας περιελάμβανε

Philly Cheese Steak Sandwich

Το λεπτοκομμένο μοσχάρι Black Angus, που παρουσιάζουμε εδώ, μπαίνει μέσα σε φρυγανισμένη τσιαπάτα παρέα με καραμελωμένα κρεμμύδια ενώ το cheddar ρέει άφθονο. Με αυτό το πιάτο δεν υπήρχε καλύτερη επιλογή από μία Corfu Royal Ionian Pilsner αλλά και τη δημοφιλέστερη ιαπωνική μπύρα, την Asahi. Ενώ και μία Volkan Black Wheat Lager δίνει έναν ακόμη δυνατό συνδυασμό γεύσης.

The Buffalo Burger

Ίσως το πιο διάσημο πιάτο του Hops. Μία πρόταση, που όπως και το Μανιάτικο με σύγκλινο Αρεόπολης, αποδεικνύει πως ένα ελληνικό προϊόν μπορεί να απογειώσει μία αμερικανόφερτη ιδέα. Το μπιφτέκι από 100% ελληνικό βουβάλι από τη λίμνη Κερκίνη συνδυάζεται με γραβιέρα, ντομάτα, μαρούλι και τη σπιτική σάλτσα του Hops Beer & Burgers.

Χοιρινό Κότσι

Το χοιρινό κότσι ψήνεται μέσα σε λευκό κρασί. Για άρωμα προστίθενται πέντε πορτοκάλια κομμένα στη μέση, 4 κλωνάρια δεντρολίβανο, μπόλικο θυμάρι και φύλλα δάφνης. Πριν το ξεσκεπάσουν προσθέτουν ένα ποτήρι ξανθιά μπύρα. Μαγειρεύεται αργά 3 ώρες σκεπασμένο και 30 λεπτά ξεσκέπαστο για να γίνει τελικά λουκούμι.



© ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΕΣ: ΓΕΩΡΓΙΑ ΚΑΡΑΜΑΛΗ

Το χρώμα της Asahi είναι λαμπερό και καθώς ρέει στο ποτήρι αναβλύζει φρέσκια αρώματα γρασιδιού και λουλουδιών για να ακολουθήσουν νότες από φλούδες πορτοκαλιών και μήλων. Στο στόμα της υπογραμμίζεται η διαφορετικότητα της, "super dry", είναι ξηρή, crispy και αναζωογονητική.



«Η Indian Pale Ale είναι σίγουρα εδώ και καιρό μόδα. Τη ζητούν αρκετά τόσο οι ξένοι τουρίστες όσο και οι Έλληνες πελάτες μας. Η δική μου αγαπημένη IPA είναι η Septem 8η μέρα από την Εύβοια. Φυσικά, στον κατάλόγο μας υπάρχουν πάρα πολλές μπύρες για να δοκιμάσει κανείς. Θεωρώ ότι η ελληνική μικροζυθοποιία έχει να παρουσιάσει πολύ καλές προσπάθειες και αξιόλογα αποτελέσματα. Από εκεί και πέρα είναι θέμα γούστου, αλλά νομίζω ότι έχουν μπει πολύ δυναμικά στον χώρο. Μας αρέσουν πολύ και γι' αυτό τις στηρίζουμε σε τόσο μεγάλο βαθμό στον κατάλόγο μας», ανέφερε στο Beer&Brunch η Ξένια Τόφαλου.



Από τις επιλογές του Hops ξεχωρίζει η Volkan Black Wheat Lager

Εμπνευσμένη από τη Σαντορίνη, μια μαύρη μπύρα με εξαιρετικό στόμα και αρώματα από το τοπικό μέλι, το κίτρο της Νάξου, και το Lava Rock Filter από βασάλτη Σαντορίνης. Απτόχρωση μαύρης σοκολάτας, χεμάτος αφρός, ελαφρύτερη και δροσερότερη από τις παραδοσιακές μαύρες μπύρες. Αρχικά γεύση από ελαφρά ψημένη σίκαλη και δημητριακά με απαλό καπνισμένο μέλι. Έπειτα λιαστές μαύρες ελιές, μια ιδέα πικρής σοκολάτας, γλυκίριζα, μεσαίο σώμα και μια φίνια αλμυρή επίγευση.

Η αποθέωση της γεύσης

Το ταίριασμα του φαγητού με την μπύρα μπορεί να είναι τόσο μοναδικό όσο εκείνο ενός πιάτου θαλασσινών με μια Porter, όσο και «κολασμένο» όπως η γευστική πανδαισία μιας Stout με ένα σουφλέ σοκολάτας



Φιλετοπιπεριά αμ' τον δικό της τόμο

Χειροποίητα προϊόντα με πρώτη ύλη πιπεριές Φλωρίνης που καλλιεργούνται στο εξαιρετικό μικροκλίμα του Άγ. Παντελεήμονα Φλώρινας παράγει και προσφέρει στην αγορά η οικογένεια Ναουμίδη. Ονομαστή η Φιλετοπιπεριά της, που είναι ψητή στα κάρβουνα και προσφέρεται σε έξτρα παρθένο ελαιόλαδο με αλάτι, σκόρδο και ξύδι και ξεφλουδισμένη στο χέρι για να κρατήσει τα αρώματα.



Ονομασιό το Μαστέλο της Χίου

Ένα από τα πιο γνωστά μαλακά τυριά της Χίου, από αγελαδινό γάλα, που ολοκληρώνεται γευστικά ψημένο στη σάρα ενώ συχνά συνοδεύεται με γλυκόξινη μαρμελάδα, σιρόπι ροδιού, κρέμα βαλσάμικο ή chutney. Το Μαστέλο® είναι το εμπορικό σήμα για τα γαλακτοκομικά προϊόντα που φτιάχνονται στη Χίο αποκλειστικά από τον Κωνσταντίνο Τουμάζο από υψηλής ποιότητας πρώτες ύλες, χιώτικο αγελαδινό και κατσικίσιο γάλα.



Στον αιεριομό της καλής σοκολάτας

Από έναν σπόρο κακό ξεκινά το ταξίδι της σοκολάτας από τις μακρινές τροπικές χώρες και φθάνει με τη βοήθεια της ION σε κάθε σπίτι και κάθε αγαπημένη σπιτική λιχουδιά. Μια εταιρεία, η ιστορία της οποίας ξεκίνησε το 1930 στο Νέο Φάληρο και με σήμα το ευωδιαστό «ιον», που σημαίνει «μενεξές». Αξίζει να σημειωθεί ότι ακόμη και σήμερα η έδρα της βρίσκεται εκεί όπου ξεκίνησε η «γλυκιά» ιστορία.



Ιδανικό ταίρι για τις μπουροκέτες

Μαύρη και πράσινη ελιά αναμειγμένες με πιπεριά Φλωρίνης και ελάχιστο σκόρδο, ιδανική για μπουροκέτες είναι η πρωτοποριακή πρόταση της Πατρικής Γης. Μια εταιρεία που εδρεύει στο Καπανδρίτι και τα προϊόντα της αποτελούν ένα νοσταλγικό ταξίδι σε γεύσεις έτσι όπως τις μάθαμε σαν παιδιά, έτσι όπως τις συνηθίσαμε στην ενήλικη ζωή μας, έτσι όπως τις αναζητούμε στην καθημερινότητά μας.



Η υψηλότερη περιεκτικότητα της σε καραμελωμένες και καβουρντισμένες βύνες διαμορφώνει την παλέτα των γεύσεων που μπορούν να συνοδέψουν την απόλαυση μιας μαύρης μπύρας



Προσούτιό μόσχου διά χειρός Παντέρη

Με τη βεβαίως κληρονομιά του πατέρα τους Παναγιώτη από την Ίμβρο, τα αδέρφια Γιώργος και Κώστας Παντέρης αγαπούν την τέχνη της αλλαντοποίησης και το αποδεικνύουν με τις πολλαπλές βραβεύσεις τους. Αποκορύφωμα στην παραγωγή των προϊόντων τους το τελικό στάδιο της ωρίμανσης. Εκεί όπου το προϊόν «ξεκουράζεται» μέχρι να αποκτήσει όλα τα ποιοτικά και γευστικά χαρακτηριστικά του.

Εκλεκτό χοιρινό αμίο το Ρέθυμνο

Από χοιρινό κρέας που παράγεται σ' ένα ανέγγιχτο περιβάλλον και από ράτσα που επιλέχθηκε για την καλύτερη προσαρμογή της στο ορεινό περιβάλλον και στις αρχές της βιολογικής εκτροφής σύμφωνα με τον Κανονισμό για τα βιολογικά προϊόντα της ΕΕ. Τα προϊόντα του Κτήματος Βαβουράκη, που βρίσκεται στο Ρέθυμνο, παρασκευάζονται με φροντίδα, παλιές σπιτικές συνταγές και χωρίς συντηρητικά.



Γεύση ζωής από τη Φάρμα Παφυλίδα

Με μια μικρή μονάδα παραγωγής αυγών από κότες ελεύθερας βοσκής που τρέφονται αποκλειστικά με δημητριακούς καρπούς, η Φάρμα Παφυλίδα, που βρίσκεται στη Χίο, προσφέρει ένα εκλεκτό προϊόν με όποιον τρόπο κι αν καταναλωθεί. Συνδυαζόμενο δε με ένα ακόμη εκλεκτό προϊόν της ελληνικής γης, τα σπαράγγια, συν λίγο ελαιόλαδο, δημιουργείται ένα πιάτο που προσφέρει γευστική ηδονή.

Η σαρδέλα στα καλύτερά της

Ολόκληρο φιλέτο σαρδέλας, μαριναρισμένο σε βιολογικό ξύδι με φύλλα μαϊντανού, καρότο και πιπεριά, διατηρείται μέσα σε εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο, χωρίς συντηρητικά, ικανό να κατακτήσει ακόμα και τους πιο απαιτητικούς γευσιγνώστες. Ένας εκλεκτός ψαρομεζές από τη μεσσηνιακή Stella Mare της οικογένειας Τεριζάκη, που ειδικεύεται στο γαύρο και τη σαρδέλα.

ΑΓΟΡΑ

BEER & BRUNCH

• ΜΑΥΡΕΣ ΜΠΥΡΕΣ • ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ



Μεγάλο εύρος αρωμάτων, διαφορετικό βάθος γεύσεων και έντονο παιχνίδι πίκρας και γλύκας χαρακτηρίζουν τις μαύρες μπύρες, οι οποίες είναι πιο δύσκολες στην κατανόηση από τις ξανθιές, αλλά ικανές για πολύ περισσότερες γευστικές συγκινήσεις και μεγαλύτερη απόλαυση.

BEER & BRUNCH

προτείνει

7 Μποφόρ Strong Dark Pilsener



Μια δυνατή μπίρα απαστερίωτη, χωρίς συντηρητικά και πρόσθετα, ζυθοποιείται με γενναιόδωρες ποσότητες εκλεκτής σκούρας καραμελωμένης βύνης κριθαριού και αντλεί τα αρώματά της από τρεις ευγενείς λυκίσκους. **7% vol.**

Corfu Beer Bitter Dark



Σκουρόχρωμη, αφροζύμωτη και απαστερίωτη με τα καβουρδισμένα κριθάρια να συνδυάζονται αρμονικά με το λυκίσκο και τη μαγιά και να προσδίδουν έντονο χαρακτήρα και ευχάριστη πικράδα στην μπίρα της Κερκυραϊκής Μικροζυθοποιίας. **5% vol.**

Kozel Dark



Μια μπίρα με πλούσια γεύση και νότες καραμέλας και λυκίσκου που παράγεται από το 1874 σε ένα παραδοσιακό ζυθοποιείο στο χωριό Velke Poronice της Πράγας. Εδώ και πολλά χρόνια βραβεύεται ως η αγαπημένη μπίρα της κατηγορίας στην Τσεχία. **3,8% vol.**

Fix Dark



Μια ιστορική ξεχωριστή συνταγή που συνδέεται με τη ΔΕΘ, όπου για χρόνια οι επισκέπτες συνέρρεαν στο περίπτερο της Φιξ, για να απολαύσουν την παγωμένη μαύρη μπίρα, που παραγόταν αποκλειστικά για την περίπτωση. Αφρός πλούσιος και κρεμώδης. Στο μπουκέτο αρωμάτων κυριαρχεί η φρεσκάδα από αρώματα μήλου, μπανάνας, καραμέλας και φρεσκοψημένης βύνης. Ευκολόπιση με στρογγυλεμένη πικράδα. **5,2% vol.**

Night Vision, Black IPA



Έντονοι λυκίσκοι σε άρωμα και γεύση, ισορροπούν υπέροχα με τη σοκολάτα και τη μόκα που αναδεικνύουν οι ψημένες βύνες σε μια μαύρη μπίρα. Μια τολμηρή και σκοτεινή IPA. **7,2% vol.**



Anchor Porter

Μια αμερικανική μπίρα που βρίσκεται πολύ κοντά στις παραδοσιακές Porter που ζυμώνονταν στο Λονδίνο. Γλυκιά, πλούσια σε γεύση και αφρό αλλά και δυνατή, όπως άλλωστε πρέπει να είναι... **5,6% vol.**



Weihenstephaner Korbinian

Παρασκευάστηκε πρώτη φορά στη Γερμανία από μοναχούς το 1040 μ.Χ. ενώ βασίζεται στην παλιά συνταγή στην οποία απαγορευόταν το σιτάρι. Η μακριά αποθήκευση μέσα στα παγωμένα κελάρια του μοναστηριού την καθιστά πραγματικά ειδική με ισορροπημένη την παρουσία του λυκίσκου, έντονη γεύση βύνης με ήπια γλυκύτητα που θυμίζει γεύση από γάλα σε σκόνη, μαρμελάδα και καραμέλα. **7,4% vol.**



Delphi Dark Ale

Το χρυσό μετάλλιο στον IBC 2018 του Λονδίνου ήρθε ως τυπικό επιστέγμασμα για την κορυφαία αυτή ελληνική μαύρη διπλοζύμωτη και αφιλτράριστη μπίρα. Εξαιρετικά ισορροπημένη από κάθε άποψη αλλά και με παλλόμενη δομή που θα ζήλευαν πολλά από τα διασημότερα ξαδέφια της από το εξωτερικό. Θα το φωνάξει δυνατά στα ποτήρια σας πως είναι μαύρη και υπερήφανη. Ακούστε την. **5,5% vol.**



Murphy's

Μαύρη ιρλανδική Stout με παράδοση 140 ετών. Μεστή και απολαυστική, έχει άρωμα καβουρντισμένης βύνης και ελαφριά, ξηρή γεύση. Με το άνοιγμα της φιάλης απελευθερώνεται ένα μείγμα αερίων που δίνει έναν μοναδικό κρεμώδη αφρό. **4% vol.**



Ora Stout

Κλασικά μαύρο χρώμα και μπεζ καφέ αφρός που γεμίζει πλούσιος και κρεμώδης το ποτήρι. Χαρακτηριστική η παρουσία του καφέ στο άρωμα μαζί με βανίλια και μια δόση αλκοόλ. Σώμα γεμάτο, δροσιστική και αναζωογονητική αφήνει μια σοκολατένια επίγευση που διαρκεί. **7% vol.**

Νέες κυκλοφορίες



SESSION IPA

Αλκοόλ στο 4,2% και περίπλοκος αλλά εξαιρετικά horry χαρακτήρας από εσπεριδοειδή και φρούτα, με εντυπωσιακό άρωμα από το πλούσιο dry hor. Από τη νανοζυθοποιία με το όνομα «Κυκάω», που σημαίνει συνδυάζω διαφορετικά συστατικά. Για την ιστορία, το αποτέλεσμα στον αρχαίο κόσμο ήταν ένα ποτό με ψυχοτρόπες ιδιότητες, που καταναλωνόταν στα Ελευσίνα Μυστήρια. **(ΚΥΚΑΩ)**



CHIOS BEER WHEAT

Βελούδινη υφή, νότες ψωμιού και ευχάριστο άγγιγμα μαστίχας που ταξιδεύει στον τόπο παραγωγής της μύρας. Παράγεται από βύνη σιταριού σε συνδυασμό με αυθεντική μαστίχα Χίου, σε μικρές μοναδικές παρτίδες. Αλκοόλ 5%. **(Ζυθοποιία Χίου)**

FLAROS WHEAT

Μια ευκολόπιστη και χαμηλόβαθμη σε αλκοόλ American Wheat Ale με ανοιχτόξανθο χρώμα και βελούδινη υφή. Το σώμα είναι μέτριο και οι γεύσεις που μπλέκουν στο στόμα είναι νότες ψωμιού με ώριμα φρούτα και κωνοφόρα. **(Φλάρος)**



SEDUSA RED ALE

Απαστερίωτη με 5% αλκοόλ με το όνομά της να παραπέμπει σε ένα μικρό νησάκι απέναντι από το Σιγρί της Λέσβου, που κρύβει κι αυτό τους δικούς του μύθους. Φτιαγμένη για όσους αναζητούν τη γευστική πολυπλοκότητα. Σημειωτέον η παραγωγή της γίνεται στη Ζυθοποιία Χίου. **(Μικροζυθοποιία Σίγρι)**



ROAD TRIP IPA

Μια West Coast IPA βασισμένη στο χαρακτήρα και τη δομή των λυκίσκων μιας New England IPA. Διαθέτει επίμονο άρωματικό χαρακτήρα πυρηνόκαρπων και τροπικών φρούτων που οδηγούν σε παρατεταμένα γευστικά στοιχεία κωνοφόρων και πυρηνόκαρπων. **(F*Flamingo Brewing)**



VOREIA LOW ALCOHOL

Μία μπύρα με πολύ χαμηλό αλκοόλ, μόλις 0,8%, που караφέρνει να μη χάσει τα πλούσια γευστικά χαρακτηριστικά μιας craft. Η επιλογή και ο συνδυασμός ειδικών βυνών σε γενναίες ποσότητες δι-αμορφώνουν ένα γεμάτο σώμα, το dry hop χαρίζει ζωντανά αρώματα γκρέιπφρουτ, ανανά και μάνγκο, προσφέροντας μια αίσθηση American Pale Ale. **(Μικροζυθοποιία Σερών)**

MARMITA RED ALE

Πλούσιος αφρός φρέσκιας μπύρας, δεμένο σώμα και θαμπό πορτοκαλοκόκκινο χρώμα για την κόκκινη μπύρα με αλκοόλ 5,2%. Η βυνώδης γεύση και οι πικάντικες νότες υπερσχύουν των ελαφρών αρωμάτων εσπεριδοειδών, ενώ στο τελείωμα η επίγευση μαρμελάδας κεράσι συναντάται από πιο εκπαιδευμένους ουρανίσκους.

(Μικροζυθοποιία Καβάλας)

BUM BEACH TROPIC ALE

Με αρωματικό και γευστικό χαρακτήρα τζίντζερ, τροπικών φρούτων και επίγευση λάιμ από μία gypsy ζυθοποιία, η οποία θέλει να παρουσιάσει πειραματικές συνταγές εμπνευσμένες από τον κόσμο του κοκτέιλ και της craft μπύρας. Παρασκευάζεται στην Ηλειακή Ζυθοποιία. **(Blame the sun)**





Στα 40 δισ. δολάρια η παγκόσμια αγορά craft

Έναν μέσο ρυθμό ετήσιας αύξησης της τάξης του 14,1% για την περίοδο 2018-2023 αναμένεται σύμφωνα με τους αναλυτές να καταγράψει η παγκόσμια αγορά της craft



Η πιο καλοπουλημένη

Στην πρώτη θέση του Top50 των craft ζυθοποισιών στις ΗΠΑ, με βάση τον όγκο πωλήσεων, η «γηραιά» Yuengling



Πολύς λυκίσκος

Για ρεκόρ παραγωγής λυκίσκου φέτος στις ΗΠΑ με την «ευλογία» και της υψηλής τεχνολογίας κάνει λόγο η Hopsteiner



Αλλάζει στις ΗΠΑ

Με ανανεωμένη εμφάνιση ο μηλίτης της Stella Artois

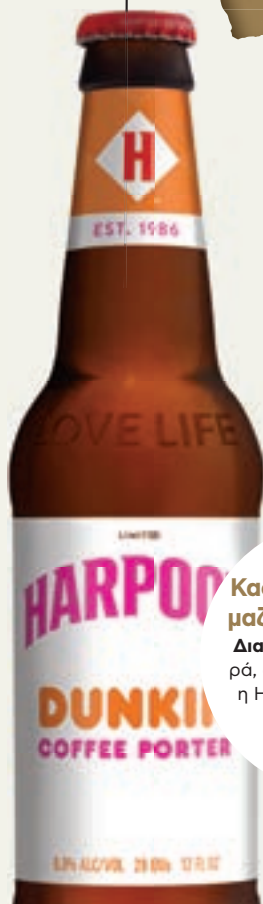
Απόβαση στο Λονδίνο

Η αυστραλέζικη ζυθοποιία Lion, που ανήκει στο portfolio της Kirin, απέκτησε τη λονδρέζικη Fourpure

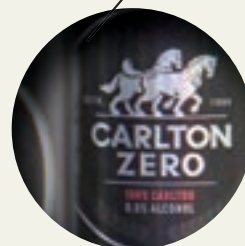


Πιο πολλή Budweiser απ' τις ΗΠΑ πίνει η Κίνα

Αύξηση στην κατανάλωσή της γνωρίζει η Budweiser στην Κίνα ως εισαγόμενο προϊόν την ώρα μια ανάλογη τάση την περιορίζει στις ΗΠΑ.



Καφές και μύρα μαζί στα Dunkin's Διαθέσιμη στην αγορά, σε limited edition, η Harpoon's Dunkin' Coffee Porter



Όλοι μπαίνουν στο «χωρίς αλκοόλ»

Στα 180 χρόνια της ιστορίας της η Carlton & United Breweries, θυγατρική της AB InBEV στην Αυστραλία, έβγαλε την πρώτη μύρα χωρίς αλκοόλ



ENJOY
NISSOS

THE INTERNATIONALLY AWARDED

**CRAFT
BEER**

BREWED IN
THE GREEK ISLANDS

ARTISANAL



CYCLADES MICROBREWERY
AT TINOS ISLAND

www.nissos.beer

THE ART *of* MAKING BEER

Η τέχνη της παραγωγής μιας Kaiser είναι να συνδυάζονται αρμονικά τα πιο ποιοτικά υλικά. Βύνη από 5 εκλεκτές ποικιλίες κριθαριού, 3 είδη υψηλής ποιότητας λυκίσκου, εξαιρετική μαγιά και χαμηλής σκληρότητας νερό. Μια μοναδική συνταγή, όπου όλα τα υλικά ζυμώνονται και ωριμάζουν αργά δίνοντας την ξεχωριστή, πληθωρική, και αγαπημένη γεύση της.



Μπύρα ή *Kaiser*;