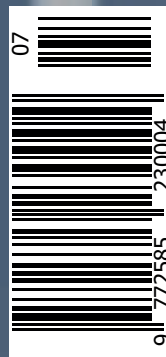




BEER & BRUNCH



ΤΕΥΧΟΣ
ISSN:
2585-2302

04

www.agronews.gr

07/18

ΔΩΡΕΑΝ ΜΕ ΤΗΝ AGENDA ΚΑΙ ΣΤΗ ΣΥΝΕΧΕΙΑ ΑΥΤΟΤΕΛΩΣ ΜΕ 4 €



ΜΠΥΡΑΡΙΕΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

ΟΤΑΝ Η ΑΛΛΑΓΗ ΕΝΟΣ
ΞΕΠΕΡΑΣΜΕΝΟΥ ΝΟΜΟΥ
ΓΙΝΕΤΑΙ ΜΕ ΜΙΣΗ ΚΑΡΔΙΑ

MADE IN BEER

ΡΕΠΟΡΤΑΖ ΑΠΟ ΤΗ ΝΕΑ
ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΗ ΕΚΘΕΣΗ

ΠΑΥΛΟΣ ΚΟΤΣΙΔΗΣ

Ο ΑΝΘΡΩΠΟΣ ΠΟΥ ΑΛΛΑΞΕ ΓΙΑ
ΠΑΝΤΑ ΤΗΝ ΜΠΥΡΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ



ΕΠΤΑ ΜΟΝΑΔΙΚΕΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΜΠΥΡΕΣ: ΜΙΑ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΗ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ

Στην Μικροζυθοποιία Septem σας προσφέρουμε την ευκαιρία να ξεφύγετε από τα καθιερωμένα. Ο διαρκής πειραματισμός 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.



Μικροζυθοποιία Septem: Ωρολόγιο, ΕΥΒΟΙΑ

E-mail: info@septem.gr, Web: www.septem.gr, <https://web.facebook.com/Septembrewery>

Μόνο ο τουρισμός δεν φτάνει για να χιποιεί ο μύθος της ελληνικής μικροζυθοποιίας

Η χώρα μας ανακαλύπτει συχνά, έστω και με κάποια καθυστέρηση, ενδιαφέροντα πεδία επιχειρηματικής δράσης, πολλά εκ των οποίων μάλιστα έχουν άμεση αναφορά στον τομέα της αγροτικής παραγωγής.

Πιάνοντας το νήμα από τα τέλη του 20ού αιώνα και ως σήμερα που οι millennials παίρνουν την επιχειρηματική σκυτάλη στα χέρια τους, έχει ενδιαφέρον να σταχυολογήσουμε ορισμένα απ' αυτά τα νέα πεδία. Έχουμε π.χ. τη συστηματική και θεσμοθετημένη προσέγγιση του τομέα των βιολογικών (φυτική και ζωική παραγωγή), την ανάπτυξη στον τομέα των super foods (ιπποφαές, goji berry, αρώνια κ.α.), το προϊόν της στέβια που συνιστά μια κατηγορία μόνο του, καθώς έρχεται να υποκαταστήσει σε μεγάλο βαθμό τη ζάχαρη, και τον κλάδο της κάνναβης με πολλές εκδοχές, δηλαδή βιομηχανική, φαρμακευτική και ενδεχομένως ψυχαγωγική, λίαν προσεχώς. Θα μπορούσε να πει κανείς ότι και ο κλάδος της παραγωγής μπύρας, και ειδικότερα της μικροζυθοποιίας, είναι ένας εξ αυτών. Ήρθε σαν επενδυτική ευκαιρία μέσα από τα διάφορα χρηματοδοτικά προγράμματα, ήρθε σαν τάση της εποχής, ήρθε σαν ανάγκη των δύσκολων καιρών που βιώνουν, ειδικά οι νέοι, στον τομέα της απασχόλησης ή όλα αυτά μαζί δεν έχει και πολύ μεγάλη σημασία. Σε λιγότερα από δέκα χρόνια, η χώρα μας μετράει περί τις 35 μικροζυθοποιίες και ένα πλήθος από πολύ ενδιαφέρουσες ετικέτες με ξεχωριστή ταυτότητα, ενώ δεν θ' αργήσουν (έχει ήδη θεσμοθετηθεί το αντίστοιχο νομικό πλαίσιο) να κάνουν την εμφάνισή τους οι μπουραρίες που θα διαθέτουν την υποδομή και την τεχνογνωσία, ώστε να παράγουν οι ίδιες, εντός, δηλαδή στο χώρο διάθεσης, τις δικές τους φρέσκες μπύρες.

Όπως συμβαίνει με πολλά σ' αυτήν τη χώρα,



έτσι και στην μπύρα, η ανάπτυξη που αδιαιμοφισβήτητα είναι δεδομένη, θα μπορούσε να χαρακτηριστεί και κάπως «άναρχη». Ίσως γιατί το σπκώνει το προϊόν και μια φιλοσοφία γύρω απ' αυτό, ίσως γιατί τα πολλά χρόνια «καταπίεσης» έφεραν μια μικρή έκρηξη, τώρα, όλοι οι συντελεστές, καλούνται να σταθούν στο ύψος των περιστάσεων.

Παράλληλα με ένα αναπόφευκτο, όπως όλα δείχνουν, ξεσκαρτάρισμα, οι επιχειρήσεις του κλάδου οφείλουν να βρουν το βηματισμό τους, αξιοποιώντας τις εγχώριες πρώτες ύλες και αναδεικνύοντας τα τοπικά χαρακτηριστικά. Αυτό βέβαια δεν σημαίνει ότι ο κύκλος της κατανάλωσης αυτών των προϊόντων κλείνει στα όρια του τόπου παραγωγής τους. Το γνωστό σλόγκαν «παράγουμε τοπικά, σκεφτόμαστε παγκόσμια» μάλλον έχει ευρύ πεδίο εφαρμογής και στην μπύρα και προς αυτή την κατεύθυνση, καλό είναι, να γίνουν οι ανάλογες κινήσεις. Μόνο ο τουρισμός και οι όποιες σημαίες ευκαιρίας συχνά τον ακολουθούν, δεν είναι ο κατάλληλος τρόπος για να δημιουργηθεί και να συντηρηθεί ο μύθος, γύρω από την ελληνική μπύρα, η οποία σημειωτέον διαθέτει τόσο αρχαία, όσο και σύγχρονη ιστορία. **ΘΒ**



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 Γιουρουκέλη
Μαρίνα Σκοπελίτου
Κώστας Λώνης
Χρ. Κανελλακόπουλος
Άρης Σκλαβενίτης
Βασίλης Κατσάρος
Ευάγγελος Τσιώνος
Θεόδωρος Μπίζιος
Γιώργος Κοντονής
Λεωνίδας Λιάμης
Ελένη Δούσκα
Πέτρος Γκόγκος
Βασιλική Πασχάλη

Δημιουργικό - Σελιδοποίηση

Βασιλική Κονόμου

Εμπορικός Διευθυντής

Παναγιώτης Αραβαντινός

Διαφήμιση - Μάρκετινγκ

Μωρίς Σιακκίς
Νατάσα Στασινού

Διανομή

ΑΡΓΟΣ Α.Ε.

Εκτύπωση - Βιβλιοδεσία

Sykaris graph

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



Μαθήματα από το κρασί χρειάζεται να πάρει η μπύρα και ακολουθώντας το παράδειγμά του να υπογραμμίσει τη σύνδεση της παραγωγής της με τη γεωργία, τονίζει με σημασία ο CEO της AB InBev, Carlos Brito Σελ. 16



Ελληνική μπύρα

10 Ζυθοβραστήρια σε χώρους εστίασης

Εγκύκλιος της Ανεξάρτητης Αρχής Δημοσίων Εσόδων επιτρέπει εγκατάσταση ζυθοβραστήρων μεγαλύτερων των 5 εκατόλιτρων σε χώρους εστίασης

13 Μηλίτης και απίτης

Παραγωγή αλκοολούχου ποτού από χυμό μήλου, αχλαδιού, ροδιού και δημητριακών επί ελληνικού εδάφους

18 Θεσμός έγιναν τα Ανοιχτά Ζυθοποιεία

Ως αποτέλεσμα της ανταπόκρισης που επεφύλαξε το ελληνικό κοινό για τη δράση της «Ανοιχτά

Ζυθοποιεία», η Ελληνική Ένωση Ζυθοποιών ανακοίνωσε τη θεσμοθέτησή της σε ετήσια βάση.

22 Συμβολαιακή

Το πρόγραμμα Συμβολαιακής Καλλιέργειας κριθαριού της Αθηναικής Ζυθοποιίας, που εφαρμόζεται από το 2008, σήμερα απλώνεται σε 170.000 στρμ., 19 νομούς και 2.500 παραγωγούς.

24 Παύλος Κοτσιδής

«Μου αρέσει οτιδήποτε αφορά την μπύρα και ανοίγει νέους δρόμους. Ο,τι μπορεί να φέρει τον Έλληνα πιο κοντά στην κατανάλωσή της», σημειώνει ο άνθρωπος που άλλαξε το τοπίο της ελληνικής μπύρας.

Κάτι βράζει...

15

Η δανέζικη καινοτομία συνάντησε τη ρωσική παράδοση, όταν η Carlsberg χρησιμοποίησε τεχνικές μοριακής γαστρονομίας για να επινοήσει το χαβιάρι από μπύρα

18

«Γιατί όχι καφέ, όπως είναι τα υπόλοιπα μπουκάλια μπύρας; Γιατί το πράσινο θα ξεχωρίζει». Αυτά ήταν τα λόγια του μεγάλου δημιουργού της πασίγνωστης μπύρας Heineken

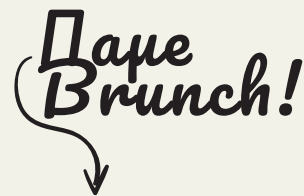
30

Άγριο λυκίσκο με τα χέρια του μαζεύει από τις όχθες του Βουρσικού μαζεύει ο Κώστας Αντωνόπουλος, της Πατραϊκής Ζυθοποιίας. «Μια βρασιά σχεδόν 9.000 μπουκάλια για την Καρναβαλική, που κλείνουν μέσα τους όλο τον Ερύμανθο», λέει ο ίδιος



50

Από τα 530 εκατ. δολάρια το έτος 2016 η παγκόσμια αγορά μπύρας αναμένεται να αγγίξει τα 750 δις. δολάρια έως το έτος 2020, με μία αύξηση 6% κατ' έτος



38 Κάν' το όπως στο Λονδίνο

Γνήσιες αγγλικές συνταγές και πολλές μα πολλές μπύρες σε έναν προσεγμένο χώρο στην καρδιά της Αθήνας, καθιστούν το Lazy Bulldog μία από τις πιο γευστικές γωνιές της πόλης

40 Έκρηξη γεύσης

Καυτερό όσο δεν πάει, με πίκλες από πιπεριές χαλαπένιο που φτιάχνουν στο Lazy Bulldog το Red Hot Chili Burger. Κι όταν βρίσκει τη Menace των Satyr Brews...



42 Fish & Chips και Kilkeny Ale

Όταν η αυθεντική ιρλανδική Ale Kilkeny συνάντησε το παραδοσιακό βρετανικό Fish & Chips η γευστική αρμονία βρήκε τον ορισμό της

46 Πρώτη και αυθεντική η Pilsner Urquell

Ήταν εν έτει 1842 όταν ο Βαυαρός ζυθοποιός Josef Groll δημιούργησε στο Pilsen της Τσεχίας την μπύρα του, η οποία έλαβε το όνομα της απ' την πόλη

44 Γιατί έτσι το θέλει ο λυκίσκος

Με σήμα κατατεθέν την ευχάριστη και γαργαλιστική πίκρα που αφήνει στο τέλος, η μπύρα τύπου Pilsner εντυπωσιάζει με τα γευστικά ντουέτα της



Από φρέσκα
ορεινά κοτόπουλα,
ελεύθερης βοσκής

Η νόστιμη & υγιεινή επιλογή στα αλλαντικά!

Με τη γεύση και τον αέρα του χωριάτικου, η ΠΙΝΔΟΣ φέρνει κοντά μας μια νέα σειρά αλλαντικών! Από φρέσκα ορεινά κοτόπουλα, ελεύθερης βοσκής, τα νέα αλλαντικά ΠΙΝΔΟΣ είναι η πιο νόστιμη και υγιεινή επιλογή για όλη την οικογένεια, για όλες τις ώρες της ημέρας, χωρίς γλυτένη και με την υπογραφή ποιότητας του Αγροτικού Πτηνοτροφικού Συνεταιρισμού Ιωαννίνων «Η ΠΙΝΔΟΣ».

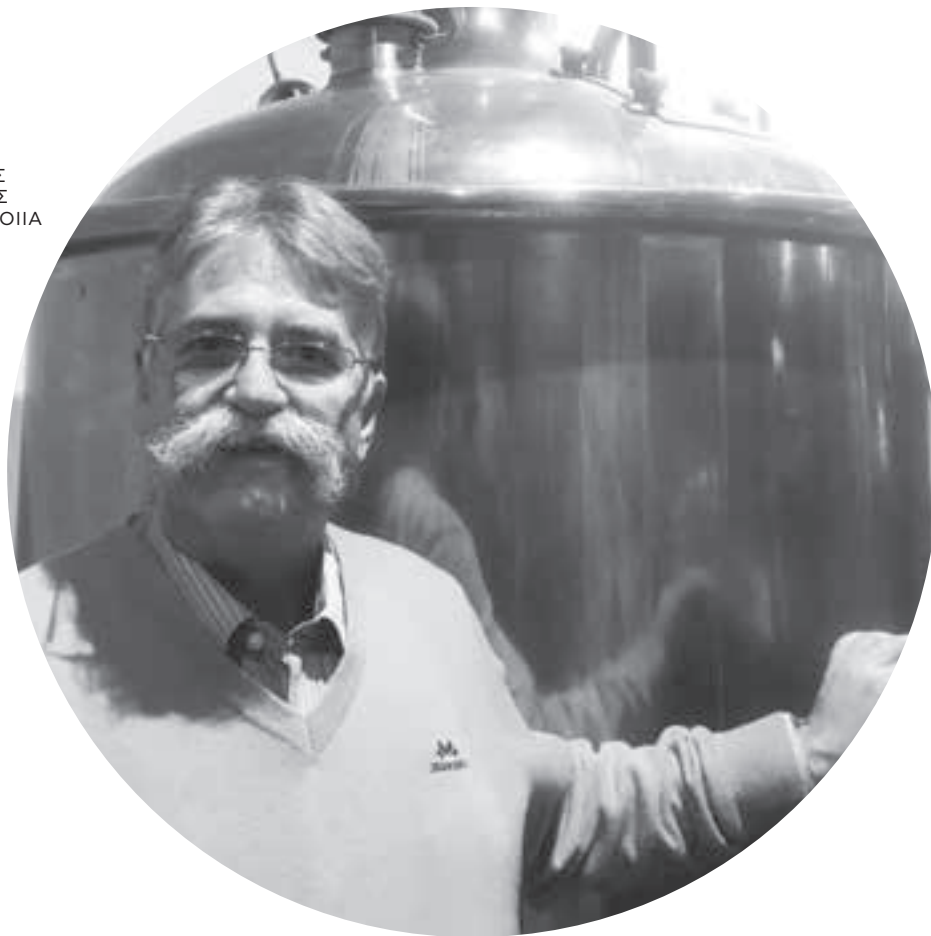


ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΣΗΜΑΙΝΕΙ ΕΠΙΤΥΧΙΑ ΣΤΗ ΣΥΝΤΑΓΗ

Με αυστηρά πρότυπα και διαδικασίες οι ζυθοποιίες διασφαλίζουν ότι τα προϊόντα τους είναι σταθερά ασφαλή και υψηλής ποιότητας, τηρώντας την υπόσχεση που δίνουν στον καταναλωτή κάθε φορά που αγοράζει μια μπίρα



ΓΙΩΡΓΟΣ ΒΑΓΙΑΣ
ΑΡΧΙΖΥΘΟΠΟΙΟΣ
ΑΘΗΝΑΙΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ



Σε όλη τη μακρά της πορεία στην ιστορία, η μπίρα είναι ένα ποτό που φέρνει τους ανθρώπους πιο κοντά και συνοδεύει όμορφες στιγμές με αγαπημένα πρόσωπα.

Παρόλο που στη χώρα μας η κουλτούρα γύρω από την μπίρα είναι ακόμα σε πρώιμα στάδια, υπάρχει μια αρκετά δυναμική συζήτηση γύρω από τις συνταγές, τους τύπους και την «αύρα» που περιβάλλει τις μάρκες που κυκλοφορούν στην αγορά. Τι γίνεται όμως με την ποιότητα; Πως αξιολογούμε και συγκρίνουμε τα χαρακτηριστικά της κάθε μπίρας που δοκιμάζουμε και με ποια κριτήρια; Σημαντικό κομμάτι της ανάπτυξης κουλτούρας στην μπίρα είναι να γνωρίζουν οι καταναλωτές πότε το προϊόν που αγόρασαν τους δίνει την απόλαυση που τους υποσχέθηκε η μάρκα και, όταν δεν γίνεται αυτό, να είναι σε θέση να αναγνωρίσουν το γιατί.

Ένα παράδειγμα που απαντώ πολύ συχνά είναι το σχόλιο ότι οι μπίρες Lager είναι χαμηλότερης ποιότητας σε σύγκριση με τις πολυπληθείς σε τύπους και γεύσεις Ale. Όμως, στις περισσότερες περιπτώσεις, η σύγκριση είναι εντελώς αβάσιμη, καθώς συγκρίνονται ανόμοια πράγματα. Πρόκειται για δύο διαφορετικές σχολές ζυθοποίησης που παράγουν δεκάδες, αν όχι εκατοντάδες, τύπους μπίρας που διαφέρουν εντελώς μεταξύ τους και δεν είναι δυνατόν να συγκριθούν. Η ποιότητα δεν έχει να κάνει με τον τύπο ή το χρώμα της μπίρας, αλλά με το πόσο επιτυχημένα παράχθηκε σε σχέση με αυτό που προβλέπει η συνταγή της.

Η μπίρα να είναι αυτή που πρέπει

Για εμάς στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία, ποιότητα σημαίνει να τηρούμε κάθε φορά την υπόσχεση που δίνουμε στον καταναλωτή, ότι η μπίρα που επέλεξε θα είναι ακριβώς αυτή που πρέπει να είναι. Για το λόγο αυτό, ακολουθούμε αυστη-

Οι καταναλωτές πρέπει να καταλαβαίνουν αν το προϊόν που αγόρασαν τους δίνει την απόλαυση που τους υποσχέθηκε

ρά πρότυπα και διαδικασίες που διασφαλίζουν ότι τα προϊόντα μας είναι σταθερά ασφαλή και υψηλής ποιότητας. Κάθε μπουκάλι, κουτί και βαρέλι που παράγεται στα ζυθοποιεία μας, περνάει περισσότερους από 300 ελέγχους ενώ κάθε παρτίδα ελέγχεται γευστικά καθώς και με οργανοληπτικές αναλύσεις για να επιβεβαιωθεί ότι ανταποκρίνεται στις προδιαγραφές της συνταγής. Θεωρούμε ότι η ποιότητα είναι το θεμέλιο της εμπιστοσύνης με τους καταναλωτές, γι' αυτό και αποτελεί αδιαπραγμάτευτη προτεραιότητα σε κάθε μας δραστηριότητα.

Μετατρέπουμε αυτή την εμπιστοσύνη των καταναλωτών σε δημιουργικότητα και παραγωγικότητα, ώστε να τους προσφέρουμε άριστης ποιότητας προϊόντα στις καλύτερες δυνατές τιμές και να δημιουργούμε προστιθέμενη αξία σε όλη την αλυσίδα από το χωράφι στο ζυθοποιείο μας, ως το ποτήρι του καταναλωτή. 88



ATHENS CRAFT BEER EXPO

13-14 ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ 2018
ΖΑΠΠΕΙΟ ΜΕΓΑΡΟ

*Zyθο
γνωσία*

MICROBREWERIES
& PREMIUM BEERS

www.zythognosia.gr

Μπύρα με γεωγραφική ένδειξη;

Με δεδομένη την πρόσφατη ιστορία της (μικρο)ζυθοποιίας στη χώρα μας, υιάρχει η ευκαιρία ανάπτυξης ενδείξεων από μηδενική νομική βάση



ΘΕΟΔΩΡΟΣ Γ. ΓΕΩΡΓΟΠΟΥΛΟΣ
ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟΥ ΓΙΑ ΤΟ ΔΙΚΑΙΟ ΤΟΥ ΟΙΝΟΥ
ΚΑΙ ΤΩΝ ΟΙΝΟΠΝΕΥΜΑΤΩΔΩΝ ΣΤΗ REIMS & ΔΙΚΗΓΟΡΟΣ



Τ

ο εύλογο ερώτημα της ταυτότητας της μπύρας ως προϊόντος με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και πρώτες ύλες με γεωγραφική προέλευση τέθηκε στο τελευταίο (κι όχι μόνο) τεύχος του B&B. Μπύρα με γεωγραφική ένδειξη, λοιπόν;

Η νομική δυνατότητα υφίσταται. Ως αγροδιατροφικό προϊόν, η μπύρα υπάγεται στις διατάξεις του Κανονισμού (ΕΕ) 1151/2012 επιτρέποντας την κατάθεση αίτησης για την καταχώριση Προστατευόμενης Γεωγραφικής Ένδειξης. Παραγωγοί από διάφορα κράτη μέλη της ΕΕ (Γερμανία, Τσεχία, ΗΒ) έχουν ήδη προβεί σε καταχωρίσεις ή έχουν υποβάλει σχετικά αιτήματα.

Η καιαχώριση μιας νέας ένδειξης δεν θα δημιουργήσει καιά ιρόπιο «μαγικό» αναγνωρισιμότητα και προσηθέμενη αξία στην μπύρα

Αυτή την στιγμή περίπου 20 γεωγραφικές ενδείξεις έχουν ήδη καταχωριστεί. Βέβαιο είναι ότι στο μέλλον θα πολλαπλασιαστούν, καθώς θα ενισχυθεί ο αντίκτυπος των λεγόμενων identity politics σε έναν κλάδο σε οικονομική άνθηση.

Αυτό διευκολύνεται και από το γεγονός ότι, αντίθετα από το κρασί, η Προστατευόμενη Γεωγραφική Ένδειξη για τα αγροδιατροφικά προϊόντα, μεταξύ των οποίων και η μπύρα, δεν απαιτεί η πρώτη ύλη να προέρχεται από την καθορισμένη ζώνη παραγωγής. Αρκεί ένα τουλάχιστον από τα παραγωγικά στάδια να λαμβάνει χώρα εντός αυτής. Το ενδιαφέρον λοιπόν επικεντρώνεται στην ανάδειξη των ιδιαιτεροτήτων του προϊόντος και της παραγωγικής διαδικασίας. Οι υπάρχοντες τεχνικοί φάκελοι για μπύρες αποτελούν πλούσια πηγή ιδεών για τα ελληνικά πράγματα.

Ένας δοκιμασμένος τρόπος

Εύλογο το ερώτημα: «Αφού δεν υπάρχει συλλογική αναγκαιότητα προστασίας γεωγραφικών ενδείξεων στα ελληνικά πράγματα, σε τι θα χρησίμευε μια τέτοια κίνηση»; Η απάντηση είναι σύνθετη: Η καταχώριση γεωγραφικών ενδείξεων εν γένει δεν είναι ούτε απαραίτητη, ούτε αρκετή για τη δημιουργία προστιθέμενης αξίας για το προϊόν. Σήμερα δεν υφίσταται κίνδυνος σφετερισμού ενδείξεων.

Είναι όμως ένας δοκιμασμένος τρόπος για τη σχηματοποίηση και την ενδυνάμωση συλλογικών δράσεων και εν τέλει για τη θέσπιση κοινών κανόνων στην παραγωγική διαδικασία και την ενίσχυση των σχέσεων μεταξύ ανταγωνιστών, οι οποίοι δεν μοιράζονται μόνο την «πίτα» της αγοράς αλλά και τις εμπορικές και νομοθετικές πιέσεις ενός ανταγωνιστικού περιβάλλοντος.

Με δεδομένη την πρόσφατη ιστορία της (μικρο)ζυθοποιίας στη χώρα μας, παρουσιάζεται η ευκαιρία ανάπτυξης γεωγραφικών ενδείξεων που ξεκινούν από μηδενική νομική βάση και μπορούν να «χτιστούν» στη βάση των προϋποθέσεων που θέτει το δίκαιο της Ε.Ε. Το κρασί, αντιθέτως, όπως και τα αλκοολούχα ποτά δεν είχαν αυτή την «τύχη», καθώς οι γεωγραφικές ενδείξεις στην πλειοψηφία τους προϋπήρχαν των ευρωπαϊκών κανόνων, καθιστώντας συχνά περίπλοκο το συμβιβασμό. Εν τέλει, πρόκειται για ένα δρόμο για τον αυτοπροσδιορισμό του προϊόντος πάνω στον οποίο χτίζεται και η σχέση παραγωγού και καταναλωτή. Αρκεί να σκεφτεί κανείς το «αφήγημα» («storytelling») που διευκολύνει η χρήση γεωγραφικής ένδειξης σε μια χώρα με τόσο πλούσια ιστορία και τις προοπτικές «ζυθοτουρισμού» που ανοίγονται. 88

© ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑ: ΓΕΡΓΙΑ ΚΑΡΑΜΑΛΗ



Η ΜΠΙΡΑ ΟΠΩΣ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΕΙΝΑΙ



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

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

Ευχάριστη, ευκολόπιπτη και δροσιστική, με απόλυτη αρμονία γεύσης η eza Fine Lager.

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

#oposprepei



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΖΥΘΟΥ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ



ΛΑΖΑΡΟΣ ΓΑΤΣΕΛΟΣ



Στον ψίθυρο και μόνο πως θα υπάρξει τροποποίηση στο νομικό πλαίσιο που περιγράφει τα απαιτούμενα μεγέθη των μηχανημάτων ζυθοποίησης σε μια μπουραρία παραγωγής, τα χαμόγελα των εγχώριων φίλων του ζύθου αλλά και πολλών υποψήφιων επενδυτών, απέκτησαν παρατεταμένο, αν όχι μόνιμο, σχήμα.

Αναμφίβολα η πρόσφατη τροποποίηση στην προϋπάρχουσα νομοθεσία, όχι μόνο μειώνει στο μισό τον απαιτούμενο όγκο ζυθοβραστηρίου, ο οποίος μπορεί κατ'ελάχιστο πια να είναι 500 λίτρα, αλλά δίνει το στίγμα πως τα πράγματα θεσμικά κινούνται στη σωστή κατεύθυνση. Οι επί πενταετίας επαναλαμβανόμενες αναφορές από οργανισμούς με διεθνές κύρος όπως το Brewers Association, σχετικά με τα τμήματα του κλάδου που όχι μόνο θα έχουν θετικό πρόσημο ανάπτυξης, αλλά θα συμβάλλουν καταλυτικά στη μεσοπρόθεσμη παγκόσμια ανάπτυξη του ζύθου, αναμφίβολα αποτελούν το κοινό μυστικό όλων.

Ακολούθως, η προ τριετίας πρόβλεψη, που είχε παρουσιαστεί και στην ελληνική αγορά αποκλειστικά από τις γραμμές του περιοδικού Wine Trails, επαληθεύεται με οριακά απόλυτη ακρίβεια. Έτσι, για την πενταετία 2017-2022 η μπίρα θα παρουσιάσει οριακή παγκόσμια άνοδο πωλήσεων, κυρίως λόγω αναδυόμενων αγορών όπως σε χώρες της Κεντρικής Αφρικής. Στις παραδοσιακές αγορές, μεταξύ των οποίων και η Ευρώπη, θα υπάρξει ουσιαστικά μηδενική κινητικότητα, καθώς η +5% ανάπτυξη από μικροζυθοποιίες και μπουραρίες παραγωγής θα ισοσταθμίσει τις απώλειες των μεγάλου όγκου βιομηχανιών.

Στο κομμάτι των μπουραριών παραγωγής, η πρώτη επαλήθευση ήρθε από την άλλη πλευρά του Ατλαντικού και συγκεκριμένα από τις ΗΠΑ όπου το πρώτο τρίμηνο του 2018



Το δρόμο για παραγωγή μπίρας –με την εγκατάσταση ζυθοβραστήρων χωρητικότητας μεγαλύτερης των 5 εκατόλιτρων– σε εστιατόρια, ταβέρνες, μπαρ, για επιτόπια κατανάλωση, ανοίγει εγκύκλιος της Ανεξάρτητης Αρχής Δημοσίων Εσόδων (ΑΑΔΕ).

Μόνο μέσα στις σύγχρονες μπηραρίες παραγωγής ο Λάτρης της μπίρας έχει την ευκαιρία ν' αποιέλεσει κομμάτι της συνολικής εμπειρίας



Brewpubs, tap rooms. Όπως και να τα ονομάσει κανείς, αποτελούν τους σταθμούς εξωστρέφειας του ζύθου στο άμεσο μέλλον.

παρουσιάστηκε η συνολική εικόνα του κλάδου για το 2017. Στο σύνολό του ο κύκλος εργασιών παρουσίασε συστολή -1% και ταυτόχρονα ο κλάδος των μικροζυθοποιείων και των μπηραριών παραγωγής ανάπτυξη +5%.

Οι βασικοί λόγοι που συμβαίνει αυτό είναι τρεις:

- Οι μικροζυθοποιίες και οι μπηραρίες παραγωγής προσφέρουν κοινωνικότητα γύρω από το ζύθο, η οποία μπορεί να μετασχηματιστεί σε πολιτισμική ανάπτυξη.
 - Προσφέρουν ταυτόχρονα τη δυνατότητα πειραματισμού και τη δυνατότητα τριβής με διαρκώς νέα στυλ μπίρας, μπίρες ανώτερης ποιότητας με μοναδικό οργανοληπτικό χαρακτήρα, καθώς και μπίρες που θα παραχθούν μία και μόνο φορά.
 - Δίνουν τη δυνατότητα της άμεσης συμμετοχής στους κοινωνούς της μπίρας, δηλαδή να επιλέξουν οι ζυθοφιλο-θαμώνες ποιες θα είναι οι επόμενες μπίρες που θα παράξει το σημείο, κυρίως λόγω αμεσότητας μεταξύ δι-αμορφωμένης επιλογής και κατανάλωσης.
- Στον αντίποδα τώρα, ενώ λοιπόν η πρόσφατη ελληνική τροποποίηση κλείνει επενδυτικά το μάτι, στερείται τόλμης και αμεσότητας όσον αφορά τις πραγματικές συνθήκες της ελληνικής αγοράς.

Για να γίνει αυτό περαιτέρω αντιληπτό, αρκεί κάποιος απλά να συγκρίνει τις πωλήσεις μπίρας στις 10 μεγαλύτερες μπηραρίες της χώρας έχοντας συνυπολογίσει τον επιμέρους κερματισμό ανά είδος και στυλ. Με την υποχρέωση ύπαρξης ζυθοβραστήρα τουλάχιστον 500 λίτρων, προκύπτει αυτόματα -βάσει αριθμών στην υπάρχουσα αλλά και προβλεπόμενη κατανάλωση- πως μιλάμε για τουλάχιστον 65-70% ακαριαία μείωση στα προσφερόμενα είδη και στυλ. 88



ΜΑΡΙΑ ΓΙΟΥΡΟΥΚΕΛΗ

Πεδίο στις ελληνικές κυρίως ζυθοποιίες για παρασκευή νέων προϊόντων από ζύμωση χυμού μήλου, αχλαδιού, ροδιού και δημητριακών, δίνει η απόφαση του υπουργείου Οικονομικών, με την οποία αίρεται το αναχρονιστικό πλαίσιο 96 ετών, που δεν επέτρεπε την παραγωγή μπλίτη και απίτη στην Ελλάδα. Ενδεικτικό είναι ότι το μερίδιο αγοράς του μπλίτη σήμερα στο σύνολο της κατηγορίας μπύρας - μπλίτη κυμαίνεται από 5% έως 10%, όταν το 2015 ήταν μόλις 1,5%.

Ειδικότερα, με απόφαση της υφυπουργού Κατερίνας Παπανάτσιου, που δημοσιεύτηκε στην Εφημερίδα της Κυβερνήσης τίθενται οι όροι, οι προϋποθέσεις και οι τεχνικές προδιαγραφές για την παραγωγή του αλκοολούχου ποτού από χυμό μήλων, το οποίο ήδη έχει αποκτήσει κοινό και στη χώρα μας αλλά και του απίτη, που προέρχεται από τη ζύμωση του χυμού του αχλαδιού και ανάλογων ποτών από χυμό ροδιού και δημητριακών. Σύμφωνα με τις προδιαγραφές, εφ' όσον ο μπλίτης δεν έχει αποτελέσει αντικείμενο εμπλουτισμού με εξωγενή σάκχαρα και η ποσότητα του χρησιμοποιούμενου συμπυκνωμένου χυμού μήλων αντιστοιχεί κατ' ανώτατο όριο στο 50% των συνολικών σακχάρων του προς ζύμωση γλεύκους, φέρει την επωνυμία «φυσικός μπλίτης».

Σε ειδικά εργοστάσια

Βάσει της ΥΑ, επιτρέπεται, από τα κατά νόμο λειτουργούντα ειδικά εργοστάσια παραγωγής ποτών από ζύμωση, η παραγωγή των εν λόγω προϊόντων για λογαριασμό τρίτου, φυσικού ή νομικού προσώπου, εφόσον αυτό ασκεί νόμιμη εμπορική δραστηριότητα στην Ένωση, υπό την προϋπόθεση ότι η ανάθεση καλύπτεται από έγγραφη σύμβαση (συμβολαιογραφική ή ιδιωτικό συμφωνητικό) μεταξύ των συμβαλλομένων μερών.

Σημειώνεται ότι είναι γνωστή από καιρό η πρόθεση της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας να προχωρήσει στην παραγωγή μπλίτη στην Ελλάδα, σε ποσότητες που τουλάχιστον θα μπορούσαν να καλύψουν την εγχώρια ζήτηση, καθώς σήμερα εισάγει στη χώρα μας τους μπλίτες «Strongbow» και «Μηλοκλέφτης». ☞



Ήρθε η ώρα για ελληνικό μπλίτη

Με απόφαση της υφυπουργού Οικονομικών Κ. Παπανάτσιου



Να δροσίσει τον πλανήτη

Όχι απλά να μην επιβαρύνει το περιβάλλον αλλά να συμβάλλει στο να καταστεί πιο καθαρό σχεδιάζει μια φιλανδρική μικροζυθοποιία

Η μικροζυθοποιία «Everyman's Right Brewery», που έχει ξεκινήσει καμπάνια για να συγκεντρώσει ένα ποσό ανάμεσα στα 480.000 με 1,2 εκατ. ευρώ ώστε να χρηματοδοτήσει το εγχείρημά της, φιλοδοξεί να είναι η πρώτη με ζυθοποιία όχι απλά με μηδενικές εκπομπές άνθρακα αλλά αρνητικές... Κι αυτό στο πλαίσιο μιας ευρύτερης προσπάθειας να εμπνεύσει και να βοηθήσει ολόκληρη τη βιομηχανία ζύθου ώστε να γίνει περισσότερο βιώσιμη. 88



Το αλουμίνιο στα μεγάλα σαλόνια βάζει η Le Beck's

Ο κολοσσός της AB InBev, όπου ανήκει η μπύρα Beck's, μαζί με την Serviceplan σκοπεύουν να κυκλοφορήσουν σε ευρεία κλίμακα μια νέα συσκευασία μπύρας σε σχήμα ποτηριού σαμπάνιας από αλουμίνιο. Η ιδέα πίσω από αυτή την κίνηση ήταν να φέρει την μπύρα σε κουτάκι σε χώρους και εκδηλώσεις όπου δεν καταναλώνεται παραδοσιακά. Έτσι, η Le Beck's έχει δοκιμαστεί σε γκαλερί τέχνης, συναυλίες κλασικής μουσικής και σε άλλες εκδηλώσεις στη Γερμανία, και λόγω της «τεράστιας ανταπόκρισης από το κοινό», εξετάζεται η διάθεση της νέας συσκευασίας παγκοσμίως. 88





Όταν η μπύρα γίνεται χαβιάρι



Η δανέζικη καινοτομία συνάντησε τη ρωσική παράδοση, όταν η Carlsberg χρησιμοποίησε τεχνικές μοριακής γαστρονομίας για να επινοήσει το χαβιάρι από μπύρα, αν και αυτός δεν είναι ο πρώτος συνδυασμός που θα σκεφτόταν κανείς, ειδικά όταν αφορά ένα νέο προϊόν που θα διατεθεί στο Μουντιάλ, ωστόσο η Carlsberg αποφάσισε πως είναι ένα ταίριασμα αντάξιο της περιστάσης. «Τα τελευταία χρόνια παρουσιάστηκαν εξελίξεις στο χώρο της μοριακής γαστρονομίας που είχαν σαν αποτέλεσμα την παραγωγή διαφόρων συνθέσεων χαβιριού», αναφέρει ο Δανός σεφ Umut Sakarya, ο οποίος βοήθησε την Carlsberg στην παραγωγή χαβιριού με γεύση πικάντικης pilsner και αυγών ψαριού. «Σκεφτήκαμε ότι θα ήταν συναρπαστικό να δώσουμε στους λάτρες του ποδοσφαίρου μια μπύρα με γεύση Ρωσίας» εξήγησε ο σεφ. 88

Έμφαση στη σύνδεσή της με τη γεωργία να δώσει η μπίρα

«Στις χώρες όπου παράγουμε μπίρα εντοπίζονται μεγαλύτερες εκτάσεις με κριθάρι και άλλα σιτηρά απ' ό,τι αμπελώνες. Ωστόσο κανένας δεν το γνωρίζει αυτό» λέει ο CEO της AB InBev, Carlos Brito

Μαθήματα από το κρασί χρειάζεται να πάρει η μπίρα και ακολουθώντας το παράδειγμά του να υπογραμμίσει τη σύνδεση της παραγωγής της με τη γεωργία. Άλλωστε είναι ένα προϊόν που αποτελείται αποκλειστικά από φυσικά προϊόντα, και αυτό είναι ένα σημείο στο οποίο πρέπει να δώσει ιδιαίτερη έμφαση η βιομηχανία, προκειμένου να τραβήξει την προσοχή των καταναλωτών. Αυτά, μεταξύ άλλων, σημείωσε ο CEO της AB InBev, Carlos Brito, στην ομιλία του στο Ευρωπαϊκό Φόρουμ Ζυθοποιίας στις Βρυξέλλες στις αρχές Ιουνίου.

Σε ό,τι αφορά την σύνδεση με τη γεωργία, ο κ. Brito τόνισε πως «το κρασί είναι συνδεδεμένο με τους αγρότες, το ίδιο όμως και εμείς, και για αυτό πρέπει να προβάλλουμε το συγκεκριμένο μήνυμα». Ειδικότερα, ο CEO της AB InBev θεωρεί πως είναι χρήσιμο να δοθεί έμφαση στους δεσμούς που ούτως ή άλλως έχει η βιομηχανία της ζυθοποιίας με την αγροτική, καθώς και στη συνεισφορά στην οικονομία της υπαίθρου.

Η οينوποιία το έχει καταφέρει αυτό με μεγάλη επιτυχία και αυτή η αναγνώριση έρχεται ακόμα και όταν η συζήτηση πηγαίνει σε θέματα φορολογίας και ενισχύσεων. «Στις περισσότερες χώρες από τις οποίες συλλέγουμε τα στοιχεία μας και στις οποίες αναπτύσσουμε επιχειρηματική δραστηριότητα, εντοπίζονται μεγαλύτερες εκτάσεις που καλλιεργούνται με κριθάρι και άλλα σιτηρά για την παραγωγή μπίρας, απ' ό,τι αμπελώνες. Ωστόσο κανένας δεν το γνωρίζει αυτό. Ουσιαστικά προσφέρουμε περισσότερες θέσεις εργασίας, χωρίς όμως να το αντιλαμβάνεται κανένας», υποστήριξε ο κ. Brito.

Επιστρέφοντας τώρα στον παράγοντα «φυσικότητα», ο επικεφαλής της πολυεθνικής ζυθοποιίας ανέφερε πως υπάρχει μια μεγάλη στροφή των καταναλωτικών προτιμήσεων σε έναν υγιεινό και φυσικό τρόπο ζωής, με την μπίρα να είναι ένα κατ' εξοχήν φυσικό προϊόν τόσο από άποψη υλικών, όσο και από την άποψη της παραγωγής του. 88



Στη συνεισφορά της ζυθοποιίας στην οικονομία της υπαίθρου πρέπει να στραφεί το ενδιαφέρον του κλάδου, σύμφωνα με τον Carlos Brito, CEO της AB InBev

ΤΟ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ CRAFT

500%



ΑΥΞΗΣΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ ΣΕ 10 ΧΡΟΝΙΑ ΣΤΙΣ ΗΠΑ

11%

Ετήσιος ρυθμός ανάπτυξης στην Ευρώπη



Οι φίλοι της craft δηλώνουν ότι με το πέρασμα του χρόνου πίνουν πιο πολλή μπίρα



Ποιότητα και γεύση τοποθετούνται πάνω από την τιμή



Πιο ελκυστική η craft με φιλική προς το περιβάλλον παραγωγική διαδικασία



80%

των καταναλωτών δηλώνουν πάντα έτοιμοι να δοκιμάσουν νέα ετικέτα craft



50%

αισθάνονται πιστοί σε μία ετικέτα

ΠΗΓΗ: TOTTA RESEARCH

Με δικό τους σήμα τα μικρά και ανεξάρτητα ζυθοποιεία

Ένα «ξεκάθαρο μήνυμα» στους καταναλωτές επιχειρεί να περάσει η Ένωση Ζυθοποιών των ΗΠΑ με το κίνημα «ψάξε τη σφραγίδα». Πρόκειται για μια σφραγίδα που «πιστοποιεί» πως η μπίρα που αγοράζουν είναι φτιαγμένη σε κάποια μικρή και ανεξάρτητη ζυθοποιία και όχι τη θυγατρική ενός κολοσσού της ζυθοποίησης. Οι καταναλωτές από την πλευρά τους καλούνται όποτε συναντούν το σήμα να αναρτούν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μια σχετική φωτογραφία. 88





Ζυθογνωσία για 5η χρονιά στο Ζάππειο

Με τα περισσότερα ελληνικά μικροζυθοποιεία και με μπύρες σχεδιασμένες ειδικά γι' αυτήν έρχεται η έκθεση Ζυθογνωσία στις 13 & 14 Οκτωβρίου. Στις πολλές καινοτομίες που ανακοίνωσαν φέτος οι διοργανωτές ξεχωρίζουν η guest brewery, που θα είναι η Dry & Bitter Brewery της Δανίας, και οι ξένοι δημοσιογράφοι τους οποίους οι διοργανωτές προσκαλούν στην Ελλάδα για να ανακαλύψουν την ελληνική παραγωγή. Πρόκειται για τους Roger Protz από την Αγγλία, έναν από τους πιο γνωστούς συγγραφείς και δημοσιογράφους μπύρας στον κόσμο, και τον Boris Georgiev, έναν πολυτάλαντο εμπειρογνώμονα της μπύρας. Φέτος είναι η 5η φορά που οργανώνεται η έκθεση Ζυθογνωσία, ένα event μοναδικό στην Ελλάδα που επενδύει στην εκπαίδευση του καταναλωτή και στην ανάδειξη της μπύρας ως ευγενές ποτό, ενώ δίνει τη δυνατότητα στον επισκέπτη να αγοράσει τις μπύρες που ξεχώρισε. 88



Ο Freddy Heineken, εγγονός του εικονιζόμενου ιδρυτή της εταιρείας Gerard Adrien, τηρώντας πιστά την παράδοση του παππού του, συνήθιζε να λέει: «Θεωρώ ένα κακό μπουκάλι Χάινεκεν ως μία προσωπική προσβολή σε εμένα».

«Προσωπική προσβολή για μένα, ένα κακό μπουκάλι Heineken»

Όλα ξεκίνησαν από τη φιλοσοφία των ιδρυτών του παγκόσμιου κολοσσού

«Γιατί όχι καφέ, όπως είναι τα υπόλοιπα μπουκάλια μπίρας; Γιατί το πράσινο θα ξεχωρίζει». Αυτά ήταν τα λόγια του μεγάλου δημιουργού της πασίγνωστης μπίρας Heineken. Ας πάρουμε όμως τα πράγματα από την αρχή. Ο Gerard Adrien Heineken γεννήθηκε στις 28 Σεπτεμβρίου του 1841 στο Άμστερνταμ από μία πλούσια οικογένεια, με πατέρα τον Cornelis Heineken και μητέρα την Anna Gertruda. Στις 15 Φεβρουαρίου του 1864 και σε ηλικία μόλις 23 ετών ο Heineken έπεισε τη μητέρα του να του αγοράσει τη ζυθοποιία De Hoiberg στο Άμστερνταμ, που ήταν η μεγαλύτερη της πόλης, ξεκινώντας την καριέρα του ως επιχειρηματίας ζυθοποιός. Ο Heineken είχε εξαρχής μεγάλες φιλοδοξίες, γι' αυτό ξεκίνησε τα ταξίδια στην Ευρώπη αναζητώντας τις καλύτερες πρώτες ύλες, με σκοπό να την οδηγήσει στα αστέρια. Αυτό και έκανε, το 1873 λοιπόν παρουσίασε για πρώτη φορά την μπίρα του, την οποία κοσμούσε στο κέντρο ένα μεγάλο κόκκινο αστέρι, καθώς και

το χαρακτηριστικό μαύρο περίγραμμα γύρω από το όνομα Heineken. Δύο χρόνια μετά, η πλέον δημοφιλής μπίρα κατόρθωσε να κερδίσει το χρυσό μετάλλιο στη Διεθνή Ναυτιλιακή Έκθεση στο Παρίσι και στη συνέχεια άρχισε να μεταφέρεται εκεί τακτικά, με αποτέλεσμα οι πωλήσεις της να υπερβαίνουν τα 64.000 εκατόλιτρα (1,7 εκατ. γαλόνια ΗΠΑ), καθιστώντας τον δημιουργό της τον μεγαλύτερο εξαγωγέα μπίρας στη Γαλλία. Έτσι, ο Gerard Adrien Heineken κατάφερε να γίνει, αν όχι ο πρώτος, τότε ένας από τους μεγαλύτερους ζυθοποιούς και επιχειρηματίες στην ιστορία, αφήνοντας πίσω του μία τεράστια παρακαταθήκη, η οποία έχει γίνει αναπόσπαστο κομμάτι της ζωής εκατομμυρίων ανθρώπων σε 192 χώρες. Στην πορεία ο εγγονός του, Freddy Heineken, ήταν αυτός που ανέλαβε τα νήια, στοχεύοντας ακόμη πιο ψηλά και εξελίσσοντας την εταιρεία, διατηρώντας όμως την ποιότητα και τα συστατικά της μπίρας που όλοι αγαπάμε μέχρι σήμερα. 88 **ΖΗΣΗΣ ΠΑΝΑΓΟΣ**

Συλλεκτική και χρηστική συσκευασία

Χρηστική αξία μετά την κατάvalωση του περιεχομένου του αποκτά το μπουκάλι της Νήσος Imperial Pilsner, που ανήκει στις νέες προτάσεις της μικροζυθοποιίας Νήσος από την Τήνο. Κυκλοφορεί σε συλλεκτική συσκευασία των 750 ml, η οποία χάρη στο ειδικό πώμα μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να βάλει μέσα κανείς νερό, τσίπουρο ή λάδι και να έχει πάντα στην κουζίνα του ένα αντικείμενο που θα του θυμίζει την Τήνο και την Ελλάδα. Σημειώνεται ότι στη δημιουργία της συσκευασίας βοήθησε ο Θανάσης Λάλας. 88

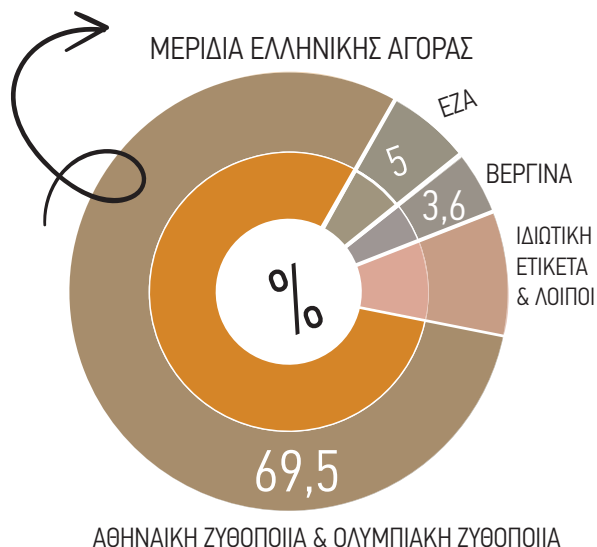


Ετήσιος θεσμός τα Ανοιχτά Ζυθοποιεία

Ως αποτέλεσμα της μεγάλης ανταπόκρισης που επεφύλαξε το ελληνικό κοινό για τη δράση της «Ανοιχτά Ζυθοποιεία», η Ελληνική Ένωση Ζυθοποιών ανακοίνωσε τη θεσμοθέτηση της πρωτοβουλίας σε ετήσια βάση. Φέτος το Σαββατοκύρια-

κο 16 & 17 Ιουνίου οι σημαντικότερες ζυθοποιίες και μικροζυθοποιίες της χώρας οργάνωσαν σειρά διαδραστικών δραστηριοτήτων, από σεμινάρια μέχρι γευστικές δοκιμές, όλα με ελεύθερη είσοδο και με τη συμμετοχή πλήθους κόσμου. 88

Το 3,6% του όγκου των πωλήσεων της έχασε η αγορά μπύρας το πρώτο πεντάμηνο του έτους, αν και κέρδισε 0,7% σε αξία πωλήσεων



ΕΖΑ και Βεργίνα, κερδοσύνες του 5μήνου

Αν και μοιράζονται μικρό κομμάτι της συνολικής πίτας, αύξησαν τα μερίδιά τους σε όγκο και αξία

Το 3,6% του όγκου των πωλήσεων της έχασε η αγορά μπύρας το πρώτο πεντάμηνο του έτους, αν και κέρδισε 0,7% σε αξία πωλήσεων, σύμφωνα με τα στοιχεία από την εταιρεία μέτρησης κατανάλωσης Nielsen. Κερδοσύνες, αν και μοιράζονται ακόμη μικρό κομμάτι της συνολικής πίτας, η Ελληνική Ζυθοποιία Ατλάντης η οποία ενίσχυσε τις πωλήσεις της 31,9% σε όγκο και 41,3% σε αξία με αποτέλεσμα το μερίδιό της να ξεπεράσει το 5% σε όγκο και να φθάσει το 4,7% σε αξία, ακολουθούμενη από τη Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης με μερίδιο πλέον 3,6% ως αποτέλεσμα της αύξησης των πωλήσεων της κατά 54,8% σε όγκο και 42,8% σε αξία και η εταιρεία Κούγιος, οι πωλήσεις της οποίας διπλασιάστηκαν όπως και το μερίδιό της.

Έχασαν οι μεγάλοι

Στους χαμένους ανήκουν η Αθηναϊκή Ζυθοποιία οι πωλήσεις της οποίας μειώθηκαν 1,5% σε αξία και 5,8% σε όγκο, η Ολυμπιακή Ζυθοποιία που έχασε 3,3% πωλή-

σεις σε αξία και 12,7% σε όγκο, οι πωλήσεις της AMBYE περιορίστηκαν κατά 20,5% σε αξία και 25% σε όγκο ενώ ο τζίρος της Ok Athens μειώθηκε 59,6% σε αξία και 71% σε όγκο. Πρέπει να σημειωθεί ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία και η Ολυμπιακή Ζυθοποιία ελέγχουν μαζί το 69,5% της αγοράς μπύρας. Παράλληλα και σε ό,τι αφορά τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας, που αποτελούν τον νούμερο τρία παίκτη της αγοράς, διατήρησαν τις πωλήσεις τους και το μερίδιό τους σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα ένα χρόνο πριν.

Οι πιο δημοφιλείς μπύρες

Σε ό,τι αφορά τις πιο δημοφιλείς μπύρες στον καταναλωτή για το πρώτο πεντάμηνο του έτους, σύμφωνα με τα στοιχεία της Nielsen, ήταν οι: Alfa, Amstel, Fix, Heineken, Mythos, Βεργίνα, Kaiser, Hellas Pils, Z και τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας τα οποία, όπως προαναφέρθηκε, διατηρούν την τρίτη θέση στις προτιμήσεις των καταναλωτών. 88

**FUNKE
GERBER**

Beer Analysis

Equipment
Accessories
Laboratory
Articles



Funkel & Co. GmbH - Labortechnik GmbH
Rengsdorffstr. 42 - 52105 Berlin - Germany
Fax: +49 30 752006-0 Fax: +49 30 752006-40
kontakt@funkel-gerber.de www.funkel-gerber.de

ΣΥΣΚΕΥΕΣ ΚΑΙ ΕΙΔΗ ΧΗΜΕΙΟΥ



IMPIANTO DA 40 LT PER PROFESSIONISTI E HOMEBREWERS
40 LT PILOT PLANT FOR PROFESSIONALS AND HOMEBREWERS



L'impianto più piccolo di casa FIC è stato ideato per lo sviluppo di nuove ricette da parte di homebrewers e per il divertimento nella produzione artigianale di birra. Il sistema è composto da un serbatoio di 40 litri e un sistema di filtrazione a 1,7 metri per litro.

The smallest system by FIC is designed to produce new recipes and for the small production of beer. The system consists of a 40-liter tank and a 1.7-meter per liter filtration system.



ΠΙΛΟΤΙΚΟ ΣΥΓΚΡΟΤΗΜΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΜΠΥΡΑΣ

ΑΡΙΣΤΟΜΕΝΗΣ Δ. ΦΙΚΑΣ
ΕΝΖΥΜΑ ΧΗΜΕΙΑ

ΑΡΙΣΤΟΜΕΝΗΣ Δ. ΦΙΚΑΣ & ΣΙΑ ΑΕ
26ης Οκτωβρίου 72 • 546 27 Θεσσαλονίκη
Τηλ: 2310 567 490 • Fax: 2310 567 325
e-mail: aris@fikas.gr • www.fikas.gr

Η μύρα ως γαστρονομική επιλογή

Τις τάσεις της εγχώριας ζυθοποιίας κατέγραψε το Φεστιβάλ Made in Beer

Στην εκπαίδευση των επαγγελματιών της εστίασης βλέπουν οι Έλληνες μικροζυθοποιοί έναν παράγοντα κλειδί για την ενίσχυση και ισχυροποίηση του κλάδου τους. «Τη δεκαετία του 1990 άνοιξαν πάρα πολλά μαγαζιά από κόσμο που ήταν άπειρος και άσχετος με το χώρο της εστίασης. Σήμερα υπάρχουν εστιατόρια, στα οποία το κάθε άτομο μπορεί να πληρώσει 40 ευρώ και στα ψυγεία τους έχουν τις ίδιες μπίρες με το περίπτερο έξω. Αυ-

τό συμβαίνει γιατί η μύρα στο μυαλό αυτών των καταστηματαρχών δεν είναι μία γαστρονομική επιλογή, όπως το κρασί», ανέφερε στο B&B ο Sales Manager της Elixι Κωνσταντίνος Αβραμίδης. «Να υπάρξει συνεννόηση μεταξύ των μικροζυθοποιών στην εκπαίδευση των ανθρώπων της εστίασης αλλά και του κοινού» είναι το κλειδί για το πρόβλημα. Πρέπει να καταλάβουμε ότι σε αυτό το πράγμα είμαστε συναγωνιστές», σημειώνει ο ίδιος.



(© ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΕΣ: ΓΕΩΡΓΙΑ ΚΑΡΑΜΑΛΗ)



Πλήθος κόσμου επισκέφθηκε το «Made in Beer Festival», που πραγματοποιήθηκε την Κυριακή 3 Ιουνίου στο Παλιό Αμαξοστάσιο του ΟΣΥ στο Γκάζι.



Στο νέο μεγάλο θεσμό για το χώρο της μπίρας φιλοδοξεί να αναδειχθεί το Made in Beer φεστιβάλ.



Σε μια έκταση άνω των 4.000 τ.μ., στο Φεστιβάλ πήραν μέρος περισσότερες από 100 διαφορετικές μπίρες, από την Ελλάδα και το εξωτερικό.



Οι τουρίστες θέλουν να βρουν local προϊόντα

«Ποσοστιαία η αύξηση των πωλήσεων στη Μύκονο το καλοκαίρι μπορεί να φτάσει και το 50%. Βέβαια, πρέπει να θυμόμαστε ότι η Μύκονος δεν έχει πάρα πολύ ζωή το χειμώνα. Σε άλλα νησιά μπορεί να φτάσει το 20 ή και 30% το καλοκαίρι» σύμφωνα με τον Παναγιώτη Κρίκη, Sales Representative της Μίκονο και της Donkey. Ενώ όπως συμπληρώνει ο κ. Αβραμίδης: «Οι τουρίστες θέλουν να δοκιμάσουν local προϊόντα. Αν τα βρουν, θα τα προτιμήσουν. Εμείς, σαν εταιρεία, αυτό που έχουμε κάνει είναι να εστιάσουμε στα μεγαλύτερα νησιά της Ελλάδας, από άποψη ξένου τουρισμού. Την Κρήτη, τη Ρόδο την Κω και την Κέρκυρα. Τα μαγαζιά σε αυτά τα νησιά θα σου φέρουν τα τριπλά νούμερα, σε σχέση με ένα μαγαζί στη Σύρο, το οποίο δουλεύει κυρίως με Έλληνες τουρίστες. Άλλωστε η Ελλάδα κατέχει την προτελευταία θέση στην κατά κεφαλήν κατανάλωση μπίρας στην Ευρώπη. Μόνο οι Γάλλοι είναι χειρότερα από εμάς. Άρα, μόνο από τον τουρισμό θα μπορέσουμε να ανεβάσουμε σημαντικά τα νούμερά μας», συμπληρώνει ο ίδιος. ☞ **MARINA ΣΚΟΠΕΛΙΤΟΥ**

ΣΤΟ ΧΩΡΑΦΙ ΖΥΜΩΝΕΤΑΙ Η ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΜΠΥΡΑΣ

ΜΕ ΤΗ ΜΑΓΙΑ ΤΗΣ ΣΥΜΒΟΛΑΙΑΚΗΣ

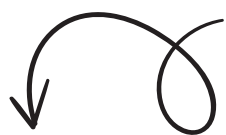
Το πρόγραμμα Συμβολαιακής
Καλλιέργειας Κριθαριού
τιμήθηκε με χρυσό βραβείο
στα φετινά Environmental
Awards "Sustainable Agriculture".

Σε ευρεία αναβάθμιση της παραγωγικής διαδικασίας και περαιτέρω καταξίωση του ρόλου του Έλληνα παραγωγού συμβάλλει, χρόνο με το χρόνο, η επιτυχής ανάπτυξη την τελευταία 10ετία του προγράμματος Συμβολαιακής Καλλιέργειας Κριθαριού που εφαρμόζει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Σε αυτό έχουν ενταχθεί περί τους 2.500 καλλιεργητές, οι οποίοι βρίσκονται κατά κύριο λόγο στην Κεντρική και Βόρεια Ελλάδα. Με το εν λόγω πρόγραμμα, οι μεν παραγωγοί αισθάνονται τη σιγουριά ότι έχουν δίπλα τους μια εταιρεία που ανοίγει δρόμους στις καλλιεργητικές μεθόδους και την ανάπτυξη νέων ποικιλιών, η δε μεταποιητική βιομηχανία εντάσσει στο δίκτυό της αξιόπιστους συνεργάτες-παραγωγούς που της εξασφαλίζουν ομαλή ροή και σταθερή ποιότητα πρώτης ύλης, ικανής να «χτίσει» μπύρες κορυφαίας ποιότητας.

Το πρόγραμμα Συμβολαιακής, που ξεκίνησε να υλοποιείται το 2008, είναι το πρώτο που εφαρμόστηκε στην Ελλάδα και το πιο εκτεταμένο, παράγοντας προστιθέμενη αξία που υπερβαίνει τα 60 εκατ. ευρώ. Σε ό,τι αφορά τη λειτουργία του, σε πρώτο στάδιο, οι παραγωγοί προμηθεύονται με πίστωση τους σπόρους από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία και τους καλλιεργούν παράγοντας βυνοποιήσιμο κριθάρι. Με αυτό τον τρόπο εξασφαλίζουν σταθερό ετήσιο εισόδημα, εγγυημένη απορρόφηση της παραγωγής τους και εξασφαλισμένη τιμή αγοράς, που γίνεται γνωστή από την υπογραφή των συμβολαίων. Για τη φετινή σεζόν η τιμή της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας για το βυνοποιήσιμο κρι-



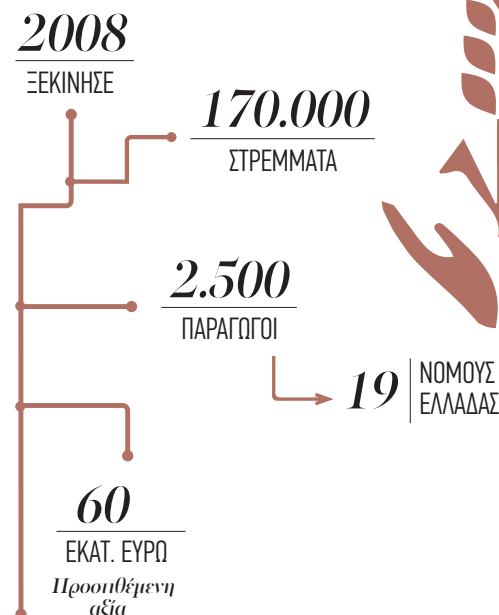
θάρι είναι 172 ευρώ/τόνο, με την πληρωμή να γίνεται άμεσα με την παραλαβή. Σημειώνεται επίσης ότι το ποσό αυτό είναι κατά 20 ευρώ τουλάχιστον υψηλότερο από τη σημερινή τιμή του κτηνοτροφικού κριθαριού. Οι παραγωγοί που επιλέγουν να συνεργαστούν με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία έχουν επίσης τη δυνατότητα να συμμετέχουν στα εκπαιδευτικά προγράμματα που διοργανώνει η εταιρεία. Από το 2014, βρίσκεται σε εξέλιξη συνεργασία με την Αμερικανική Γεωργική Σχολή Θεσσαλονίκης προσφέροντας επιμορφωτικά σεμινάρια στους παραγωγούς σε θέματα που αφορούν: Πρακτικές προστασίας της καλλιέργειας, αύξησης της παραγωγής, αλλά και εφαρμογής νέων τεχνολογιών. Εκτός από την εκπαίδευση που λαμβάνουν οι αγρότες από τον εκπαιδευτικό φορέα, έχουν καθ' όλη τη διάρκεια της χρονιάς και τη συμβουλευτική και τεχνική υποστήριξη των γεωπόνων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας που βρίσκονται δίπλα τους, για να συνδράμουν με κάθε τρόπο σε όλα τα στάδια της καλλιέργειας και της συγκομιδής. Παράλληλα, όπου χρειαστεί, γίνονται και επεμβάσεις στις καλλιεργητικές πρακτικές με στόχο η παραγωγή να ανταποκρίνεται στα υψηλά ποιοτικά πρότυπα που θέτει η εταιρεία.



Με τη συμβολή του προγράμματος Συμβολαιακής η Αθηναϊκή Ζυθοποιία παράγει στην Ελλάδα 16 μάρκες μπύρας από 100% ελληνικό κριθάρι.



Το πρόγραμμα Συμβολαιακής Γεωργίας της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας σε αριθμούς



Πέντε μειραριατικοί αγροί

Παράλληλα μέσω της συνεργασίας της με το Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, η οποία εγκαινιάστηκε το 2011, και της λειτουργίας πέντε πειραματικών αγρών, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία δοκιμάζει κάθε χρόνο νέες ποικιλίες κριθαριού αναζητώντας αυτές που θα ανταποκρίνονται καλύτερα στις εδαφο-κλιματικές συνθήκες της χώρας, αυξάνοντας την αποδοτικότητα της καλλιέργειας. Λόγω των νέων ποικιλιών και των βελτιωμένων καλλιεργητικών τεχνικών σύμφωνα με στοιχεία του Γεωπονικού Αθηνών, τα τελευταία χρόνια καταγράφεται μέση ετήσια άνοδος στις αποδόσεις κατά 30 κιλά/στρέμμα. Ως σήμερα έχουν δοκιμαστεί συνολικά 54 ποικιλίες κριθαριού, 17 από τις οποίες έχουν μπει στην παραγωγή. Τα κριτήρια επιλογής των ποικιλιών είναι η πρωιμότητα, με στόχο να μην συμπίπτει χρονικά η ωρίμανση της παραγωγής με αντίξοες καιρικές συνθήκες, η υψηλή και σταθερή απόδοση σε μεγάλο εύρος εδαφοκλιματικών συνθηκών, η αντοχή σε ασθένειες και η σταθερότητα των ποιοτικών χαρακτηριστικών (μέγεθος καρπών και περιεκτικότητα σε πρωτεΐνη).

Στα ιδιόκτητα βυνομοιεία

Με το πέρας του θερισμού, το κριθάρι βυνοποιείται στις ιδιόκτητες εγκαταστάσεις της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας σε Θεσσαλονίκη και Πάτρα, ζυθοποιείται και συσκευάζεται από την εταιρεία πριν καταλήξει ως τελικό προϊόν. Έτσι, με τη συμβολή του Προγράμματος Συμβολαιακής Καλλιέργειας, η πλήρως καθετοποιημένη ελληνική διαδρομή που ακολουθεί η Αθηναϊκή Ζυθοποιία για τις 16 μάρκες μπύρας που παράγονται στη χώρα μας από 100% ελληνικό κριθάρι, ξεκινά από τα χωράφια των αγροτών και φθάνει στα ποτήρια των καταναλωτών. 88

Παύλος Κοτσίδης

Αγαπώ την μπύρα, τέλος

**Ψάχνω όμως πάντα τη νέα ιδέα,
το κάτι παραπάνω στην εξέλιξή της**



ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ
ΣΤΟΝ ΓΙΑΝΝΗ ΠΑΝΑΓΟ

A

Αν ρωτήσεις τον Παύλο Κοτσίδα, έναν από τους ανθρώπους που συνέβαλαν με όλες τις δυνάμεις τους στην ανάπτυξη του κλάδου της εγχώριας μικροζυθοποιίας, πότε ξεκίνησε η εμπλοκή του με το χώρο, η απάντησή του έρχεται αβίαστα και αφοπλιστικά: «Όλα ξεκίνησαν από ένα ταξίδι που έκανα στη Γερμανία το 1980. Ήθελα να σπουδάσω στη Σχολή Bauhaus βιομηχανικό σχέδιο και ξαφνικά είδα το χώρο της μπύρας. Είδα χρώματα, γεύσεις, αρώματα, τρελάθηκα», διηγείται ο κ. Κοτσίδης, για να ξετυλίξει στη συνέχεια, με περισσότερα ανέκδοτα, το νήμα της εξέλιξης του κλάδου στην Ελλάδα και



ΓΕΩΡΓΙΑ ΚΑΡΑΜΑΛΗ





“

Η Berliner Weisse είναι μία ιδιαίτερη μπύρα, με πολύ λίγο αλκοολικό βαθμό αλλά φοβερά όξινη και δυνατή γευστικά, συν ότι βάζουν μέσα τα δικά τους λικέρ και γίνεται ένα τρελό παιχνίδι γεύσεων.

“

Θεωρώ θετικό οτιδήποτε ανοίγει νέους δρόμους στην μπύρα φέρνοντας τον Έλληνα πιο κοντά στην κατανάλωσή της. Εγώ είμαι ένας άνθρωπος της μπύρας, δεν κοιτώ ούτε μάρκες ούτε τίποτα, κοιτώ την μπύρα.

“

Για τη βύνη, αν εξαιρέσουμε το project της Βεργίνα, λείπει από την Ελλάδα. Και σε ό,τι αφορά το λυκίσκο, υπήρχε συγκριτικό πλεονέκτημα στην εγχώρια παραγωγή του μέχρι το 1981.

«Μπορεί να μιλάμε για το καλό χέρι του ζυθοποιού, αφού είναι ένα μεγάλο κομμάτι της ζυθοποιίας. Ο ζυθοποιός όμως τελικά είναι 80% λάντζα και 20% επιστήμη. Και αυτό γιατί; Γιατί σήμερα η τεχνολογία επεμβαίνει» σημειώνει ο κ. Κοτσίδης.



«Δεν με ενδιαφέρουν οι γεωγραφικοί προσδιορισμοί. Άλλωστε όταν μιλάμε για μπίρες Βελγίου, δεν λέμε ότι αυτές είναι από Βαλώνους και αυτές από Φλαμανδούς. Λέμε απλά μπίρες Βελγίου»

να φθάσει στα τελευταία 4 με 5 χρόνια, τα οποία σύμφωνα με τον ίδιο ορίζουν την τελευταία φάση ανάπτυξης της craft μπίρας. «Αυτό που είναι ξεκάθαρο, είναι ότι, εκτός από τους θετικούς ανθρώπους, στην ανάπτυξη αυτή συνέβαλε το ΕΣΠΑ» σημειώνει συμπληρώνοντας παράλληλα: «Υπήρξα κάποια στιγμή σε ένα πάνελ, νομίζω στην πρώτη ή τη δεύτερη Ζυθογνώστια, όπου το κοινό από κάτω το μόνο που ρωτούσε ήταν αν ξέρουμε κάτι για το ΕΣΠΑ για να ανοίξει κάποιος μικροζυθοποιείο. Απνύδησα λοιπόν και λέω, παιδιά, είστε απαράδεκτοι. Δεν μπορώ να συζητώ με ανθρώπους που δηλώνουν εραστές της μπίρας μέσω ΕΣΠΑ...».

Επιλογή τελικά ή παραστράτημα ήταν η ενασχόλησή σας με την μπίρα;

Η Σχολή Bauhaus που ήθελα να σπουδάσω είναι στο Μόναχο. Εκεί, εν έτει 1980, δοκίμασα τις πρώτες Weiss. Γύρισα στο Ντίσελντορφ, που είχε άλλες μπίρες, και στο δρόμο της επιστροφής, ταξίδι με αυτοκίνητο με έναν ξάδελφό μου, μόνιμο κάτοικο Μονάχου, στο Μπάμπεργκ δοκίμασα και τις καπνιστές. Αυτά σε ηλικία 18 ετών. Μετά στο Ντίσελντορφ βρήκε ο θεός μου έναν διευθυντή ζυθοποιίας που έβγαζε μόνο Alt μπίρα και κανόνισε να μου βγάλουν ένα πάσο. Μπαινόβγαينا ένα εξάμηνο και μου εξηνούσαν όλες τις διαδικασίες. Μετά ξεκινήσαμε τα ταξίδια σε Ολλανδία, Β. Γαλλία, Βέλγιο... Ήταν επιλογή.

Θα μπορούσαμε να δώσουμε έναν τίτλο για κάθε μία από τις τελευταίες δεκαετίες της εξέλιξης του κλάδου και στη χώρα μας;

Η δεκαετία του 1990 είναι η αποθέωση της εισαγόμενης μπίρας. Αρχή της δεκαετίας του 2000, συνυπάρχουν η εισαγόμενη, η ποιοτική, με τα ανοίγματα της μικροζυθοποιίας, η οποία από τις ΗΠΑ έρχεται δειλά στην Ευρώπη. Κι εγώ είμαι τυχερός που τις μυρίζομαι και τις φέρνω στην Ελλάδα. Βέβαια τις ήπια τις περισσότερες ληγμένες, αλλά αυτό δεν έχει σημασία. Η κρίση ακόμη δεν έχει έρθει, οι εισαγόμενες πάνε καλά και αρχίζουν να φανερώνονται δυνατά τα πρώτα μικροζυθοποιεία της Ελλάδας. Λέγε με Πειραική, λέγε με Ζέος, βέβαια ήταν μια μάλλον οικοτεχνική κατάσταση.

Αλλά άρχισε να μολιάζει η εισαγόμενη με



Ο Παύλος Κοτσίδης είναι ένας από τους ανθρώπους που διαμόρφωσαν το τοπίο της μπίρας στην Ελλάδα.



τα πρώτα μικροζυθοποιεία.

Και συγγένειψαν. Μην ξεχνάμε και τη Βεργίνα που έχει ήδη ξεκινήσει. Και η Βεργίνα είναι μία ειδική αναφορά για την Ελλάδα. Το ίδιο θα μπορούσαμε να πούμε και για την Genesis και την Craft. Η Genesis μετεξελίχτηκε σε Fix και σήμερα, πριν μιλήσει κανείς, πρέπει να υπολογίσει ότι το Carlsberg Group δεν είναι κανένα τυχαίο. Επίσης σε ό,τι αφορά την Craft, για εμένα ο κύριος Εμμανουηλίδης έκανε αυτό που έπρεπε, δεν ξέρω τι στράβωσε και χάθηκε το όνειρο, αλλά ήταν πολύ ωραία κίνηση. Μετά μπαίνουμε στη δεύτερη δεκαετία του 2000 που ξεκινά η κρίση, εκεί βλέπουμε ότι το εισαγόμενο καταφορίζεται πολύ και έρχεται η τρελή άνοδος με τα μικροζυθοποιεία που σαν μανιτάρια ξεφυτρώνουν παντού.

Σήμερα υπάρχουν προβλήματα ή ευκαιρίες;

Αν δούμε πίσω από τη βιτρίνα, θα δούμε ότι ξεκίνησαν τα μικροπροβλημάκια. Ευκαιρίες πάντα θα υπάρχουν, είναι άλλωστε ο νόμος της Δύσης.

Βύνη, μαγιά, λυκίσκος, νερό. Με ποια σειρά τα τοποθετείτε και τι σημαίνει το καθένα;

Δεν θα τα έβαζα σε σειρά και τα τέσσερα είναι απαραίτητα. Εάν υποθέσουμε ότι το νερό είναι το κύριο στοιχείο, έχω την εντύπωση ότι δεν του δίνουμε ιδιαίτερη σημασία στην Ελλάδα. Το να πάρω ένα τυπικό χαρτί που να λέει ότι το νερό είναι πόσιμο, δεν φτάνει. Οι Γερμανοί -έχουν βέβαια κι έναν υδροφόρο ορίζοντα θεϊκό- το προσέχουν πολύ, τόσο που το θεωρούν το νόμμερο ένα. Εγώ δεν μπορώ να το πω αυτό, θα πω ότι μου αρέσει και η ποικιλία των βυνών, μου αρέσει και το παιχνίδι με τους λυκίσκους και η μαγιά είναι απαραίτητη.

Μπορούν να γίνουν περισσότερα για την παραγωγή βύνης και λυκίσκου στην Ελλάδα;

Ασφαλώς. Για τη βύνη, αν εξαιρέσουμε το project της Βεργίνα, λείπει από την Ελλάδα. Και σε ό,τι αφορά το λυκίσκο, υπήρχε συγκριτικό πλεονέκτημα στην εγχώρια παραγωγή του μέχρι το 1981.

Βλέπετε να ανοίγει ξανά η καλλιέργεια;

Εγώ πιστεύω ότι οφείλει να ανοίξει πέρα από το να το κάνουμε ιδιωτικά και δοκιμαστικά. Έχουμε χώματα, έχουμε μέρη όπου



η καλλιέργεια και η στρεμματική απόδοση του λυκίσκου είναι πολύ υψηλού επιπέδου. Και αυτό θα το φροντίσουν οι ιδιώτες.

Είναι η πρώτη ύλη που κάνει τη διαφορά ή μήπως η τεχνολογία που παρεμβάλλεται;

Αν μιλάγαμε για το 1900 και πίσω, θα έλεγα η πρώτη η ύλη. Σήμερα όμως γνωρίζω ζυθοποιείο του εξωτερικού που η χρήση υλικών του είναι ό,τι πιο μέτριο αλλά αυτό το blend βγάζει μία μπίρα τόσο γευστική... Και μπορεί να μιλάμε για το καλό χέρι του ζυθοποιού, αφού είναι ένα μεγάλο κομμάτι της ζυθοποιίας. Όμως ο ζυθοποιός είναι 80% λάντζα και 20% επιστήμη. Και αυτό γιατί; Γιατί η τεχνολογία επεμβαίνει.

Οι συνταγές τι σημαίνουν στη ζυθοποιία; Μπορεί κάποιος να εφεύρει μία συνταγή που να είναι τέτοια που θα του δώσει τεράστια υπεραξία σε σχέση με ό,τι υπάρχει σήμερα;

Οι συνταγές είναι το κρυφό-φανερό μας μυστικό και ίσως μπορεί να συμβεί αυτό που περιγράφετε. Οι Αμερικανοί, για παράδειγμα, με τα μικροζυθοποιεία τους, έφτιαξαν μπίρες που δεν πάταγαν στις έως τότε νόρμες. Δημιούργησαν, ας τα πούμε, υβρίδια. Τώρα ψάχνουμε κάτι άλλο, είμαστε σε άλλες ταχύτητες.

Τι σημαίνει η απόφαση για τον μηλίτη;

Ποιότητα ζυμώσεως, δεν έχω κανένα πρόβλημα. Να παράγει δηλαδή το ζυθοποιείο και μηλίτη, αυτή είναι η ερώτηση;

Η απόφαση, σε ποιο πεδίο είναι; Στο αν δύνανται το ζυθοποιείο να κάνει μηλίτη ή αν

Θέλω να λέω ότι αυτό το προϊόν, το ελληνικό, κοντράρει στα ίσα τον Βέλγο, τον Γερμανό, τον Άγγλο, και δεν είμαι κανένας που δεν μπορώ. Μπορώ μάγκες, παρότι έχω ένα εχθρικό κράτος απέναντί μου

μπορεί να χρησιμοποιεί στη ζυθοποίηση;

Αυτό που γνωρίζω είναι ότι η απόφαση αφορά τα αναψυκτικά. Ότι μπορεί σε ένα ζυθοποιείο να υπάρξει και παραγωγή αναψυκτικού. Ο μηλίτης δεν είναι αναψυκτικό. Είναι ένα προϊόν ζύμωσης με αρκετούς βαθμούς. Στην πραγματικότητα είναι άλλη πρώτη ύλη. Από εκεί και πέρα ότι μπορεί ενδεχομένως να χρησιμοποιηθεί από τον ίδιο χώρο, αυτό δεν το ξέρω, να πω την αλήθεια, και δεν με πειράζει καθόλου.

Θα σας κούραζε να μας πείτε δύο λόγια για τις κατηγορίες που κατατάσσουμε την μπίρα;

Είναι οι εξής δύο. Μπίρες χαμηλής ζυμώσεως και μπίρες υψηλής ζυμώσεως. Να πάμε στις υποκατηγορίες; Έχω έναν ολοκληρωμένο φάκελο που έχω φτιάξει και τον έδιναν πριν από 150 χρόνια, προπολεμικός είναι ούτως ή άλλως.

Πώς βλέπετε γενικότερα τα προσθετικά γεύσεων και φρούτων στο προϊόν;

Εμένα μου αρέσει οτιδήποτε μου ανοίγει έναν ορίζοντα. Γευστικό; Γευστικό. Οπτικό; Οπτικό. Ακουστικό; Ακουστικό.

Τον τελευταίο καιρό έχουμε και το πλαίσιο που δίνει τη δυνατότητα παραγωγής μπίρας στο χώρο της εστίασης. Αξίζει τον κόπο;

Υπό προϋποθέσεις, ναι. Καταρχήν το είχαμε αυτό, λέγαμε Craft, και το χάσαμε. Και υπήρξαν και υπάρχουν και άλλοι. Αν αξίζει, δεν το ξέρω. Όμως εγώ θεωρώ θετικό οτιδήποτε ανοίγει νέους δρόμους στην μπίρα φέρνοντας τον Έλληνα πιο κοντά στην κατανάλωσή της.



«Όλη αυτή η ιστορία περί παλιών ζυθοποιείων, μοναστηριών κ.λπ. είναι 90% marketing και 10% ουσία.»



Ο εκδότης διευθυντής του Beer & Brunch, Γιάννης Πανάγος, μαζί με τον Παύλο Κοτσίδα.



«Μου αρέσει οτιδήποτε ανοίγει έναν ορίζοντα. Γευστικό; Γευστικό. Οπτικό; Οπτικό. Ακουστικό; Ακουστικό.»

Μήπως η ραγδαία ανάπτυξη που έχει επέλθει στο χώρο της μικροζυθοποιίας συνοδεύεται και από αναρχία; Κι αν ναι, τη χρειαζόμαστε; Μιλάτε με έναν άνθρωπο που είναι αντικομφορμιστής από τη φύση του. Μου αρέσει που δεν είναι τυποποιημένη η υπόθεση.

Είναι ο τουρισμός που ανοίγει την αγορά της μπίρας ή βλέπετε και εξαγωγικό ενδιαφέρον; Ο τουρισμός δημιουργεί κατανάλωση, αλλά κατανάλωση πολύ φθηνής, no name μπίρας. Η εξαγωγή είναι απαραίτητη.

Όμως η μάχη για μία ξένη αγορά και μάλιστα όταν άλλοι έχουν εκατοντάδες χρόνια ιστορίας πίσω τους, δεν είναι πολύ δύσκολη; Ασυζητητί, αλλά δεν έχουν γεωγραφικό προσδιορισμό όλοι αυτοί, γιατί να έχω εγώ; Εγώ θέλω έξω να λένε, αυτές οι κουφάλες οι Έλληνες έβγαλαν εν τέλει ωραίες μπίρες και όχι αυτές που εξαγόταν και εξαγονται ακόμα. Και το γεγονός ότι δεν υπάρχει ιστορία δεν σημαίνει κάτι. Γιατί είχε το Μεξικό; Δεν είχε και έβγαλε ένα προϊόν, την Corona, και καθάρισε παγκόσμια. Ας είμαστε ξεκάθαροι. Όλη αυτή η ιστορία περί παλιών ζυθοποιείων, μοναστηριών κ.λπ. είναι 90% marketing και 10% ουσία.

Εδώ έχει ήλιο, εδώ έχει ίσως καλύτερο κριθάρι και μπορείς να κάνεις και καλύτερη βύνη και μπορείς να βρεις και καλύτερο λυκίσκο. Συμφωνούμε. Είναι τυχαίο ότι σήμερα μιλάμε για λυκίσκους Νέας Ζηλανδίας ή για Pacific λυκίσκους; Που δεν είναι μόνο της Νέας Ζηλανδίας, μπορεί να είναι και της Αυστραλίας. Αρα, γιατί να το προσδιορίσω

Δεν με ενδιαφέρει κανένας προσδιορισμός πέραν του ότι εγώ βγάζω ποιοτική μπίρα και την βγάζω στην Ελλάδα γιατί είμαι Έλληνας, γιατί εδώ μεγάλωσα και εδώ ήθελα να την κάνω

και να το κλείσω γεωγραφικά;

Ποιες είναι οι αγαπημένες σου μπίρες; Χάος, δεν μπορούμε να το απαντήσουμε αυτό. Η μπίρα είναι η αγαπημένη μου, λατρεύω και το κρασί, λατρεύω και τη βότκα, λατρεύω και ένα πολύ ωραίο ούισκι.

Με ρώτησε προχθές ο γιος μου, γιατί δεν παράγει ούισκι η Ελλάδα και δεν μπόρεσα να απαντήσω εύκολα σε αυτή την ερώτηση. Γιατί απλά το ούισκι είναι μία κατάσταση που την έχει καρπωθεί η Σκωτία, η Βόρειος Αμερική, είτε με τα καναδέζικα είτε με τα bourbon των ΗΠΑ. Εδώ βγάζει ένα εξαιρετικό ούισκι η Ιαπωνία και ποιος το πίνει;

Ποια είναι η σημαντικότερη συνεργασία σου; Εγώ είμαι ένας άνθρωπος που ξεκίνησα με το σύμβολο που κατέληξε να είναι στην μπίρα η Deals όπου έκαστα πάρα πολλά χρόνια. Και τώρα που έκλεισε ο κύκλος της Volkan θα ανοίξει σύντομα ένας νέος.

Αλλάξες το τοπίο και το χάρτη της μπίρας στην Ελλάδα, τι θα σε έκανε να πεις ότι ναι; Η νέα ιδέα, μία ιδέα που υπάρχει στο μυαλό μου. Κάτι που αφορά τη γευστική εξέλιξη της μπίρας. Γιατί η παραγωγή είναι συγκεκριμένη, είτε την κάνεις χαμηλή είτε την κάνεις υψηλή τη ζύμωσή σου. Το πάνω είναι αυτό που ψάχνω, το έχω εντοπίσει, το συζητώ με έναν καλό μου φίλο ζυθοποιό, και θα δούμε πού θα μας οδηγήσει. Θα κάνουμε ωραία πράγματα.

Θα ήθελα να είμαι κι εγώ κοντά... 88

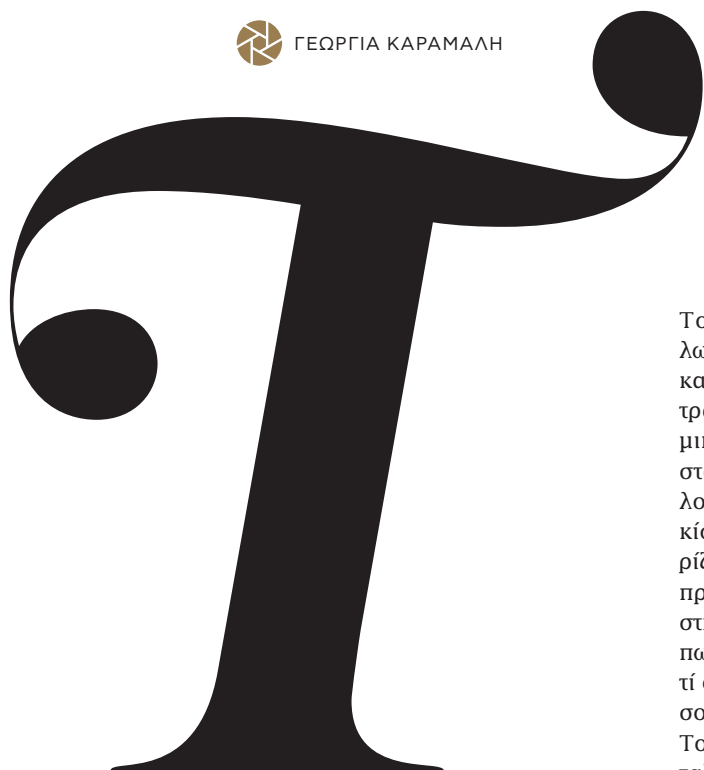
Η ΑΠΟΛΛΑΥΣΗ ΘΕΛΕΙ ΤΗΝ... ΟΡΑ ΤΗΣ, ΛΕΝΕ ΣΤΗΝ ΠΑΤΡΑ

ΠΑΤΡΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΑ

«Για καλή μας τύχη στο Βερολίνο ο αδελφός μου ξεκίνησε να δουλεύει σε μία brewpub. Εκεί είδαμε ότι με τέσσερα συστατικά μπορείς να φτιάξεις ξανθιές, πιο ξανθιές, σκούρες, πιο σκούρες, κόκκινες, weiss. Αυτό μας κέρδισε, έτσι από φοιτητές είπαμε ότι κάποια στιγμή θα κάνουμε ένα μικρό ζυθοποιείο στο χωριό μας»

 ΜΑΡΙΝΑ ΣΚΟΠΕΛΙΤΟΥ

 ΓΕΩΡΓΙΑ ΚΑΡΑΜΑΛΗ



Το όνειρο των αδελφών Αντωνακόπουλων, του Γιώργου και του Κώστα, πήρε σάρκα και οστά το 2014 στα Βραχναίικα της Πάτρας. Την Πατραϊκή Ζυθοποιία, την πρώτη μικροζυθοποιία της περιοχής, παρουσιάζει στο Beer&Brunch ο Κώστας Αντωνακόπουλος, που μαζεύει με τα χέρια του άγριο λυκίσκο από τις όχθες του Βουραϊκού, υποστηρίζει ότι το «dry hopping» εφαρμόστηκε για πρώτη φορά από τους αρχαίους Έλληνες στη ρετσίνα και χάρηκε όταν του είπαν ότι οι πωλήσεις του στη Μύκονο θα πιεστούν, γιατί οι επαγγελματίες του νησιού θα προτιμήσουν την τοπική μπύρα.

Το 2014 η Πατραϊκή Ζυθοποιία ξεκίνησε το ταξίδι της με τη Διώνη Pils. Καθώς όμως η γκάμα των προϊόντων της εταιρείας εμπλου-



Στο πλечурό του κ.
Αντωνακόπουλου, η γυναίκα
του Κατερίνα και η κόρη του
Ευανθία (φωτό), στηρίζουν
την οικογενειακή επιχείρηση.

*«Στις επικείμενες μας
υπάρχει ένα διάγραμμα
με ένα οιάχνυ που
συμβολίζει τη βύνη και
το άνθος του Λυκίσκου.
Μπορεί έτοι να δει
κανείς αν βασίζεται στο
Λυκίσκο ή τη βύνη»*

Οι βύνες της Πατραϊκής Ζυθοποιίας
είναι ελληνικές από την Κομοτηνή,
ενώ όσες ποικιλίες δεν υπάρχουν
στην Ελλάδα εισάγονται από τη
Γερμανία και το Βέλγιο.

τιζόταν με πιο ιδιαίτερες προτάσεις, όπως η εξαιρετικά αρωματική και βοτανική IPA, η στιβαρή Stout και η δροσιστική Weiss, δημιουργήθηκε η ανάγκη ενός νέου brand. «Είπαμε και τώρα; Ora».

Στις σταθερές ετικέτες θα πρέπει να προσθέσει κανείς την καρναβαλική Ora, την πρώτη ελληνική φεστιβαλική μπίρα που πέρσι ήταν κόκκινη και φέτος θα δείξει... «ανάλογα με την όρεξη και τα ερεθίσματα». Η καρναβαλική Ora ξεχωρίζει για την τεχνική του dry hopping, βάσει της οποίας ο λυκίσκος προστίθεται μετά τη ζύμωση για να διατηρηθούν τα αρώματά του αλλά και για τον άγριο λυκίσκο της από τα Καλάβρυτα.

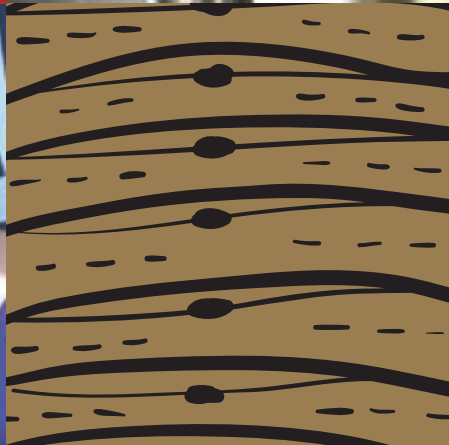
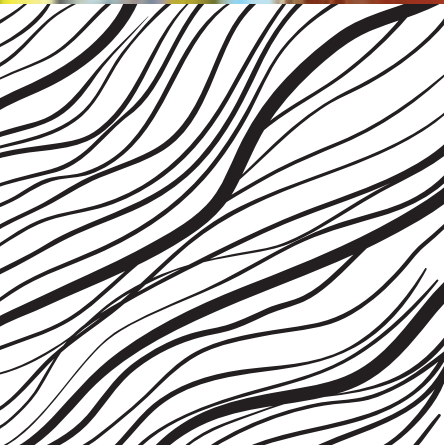
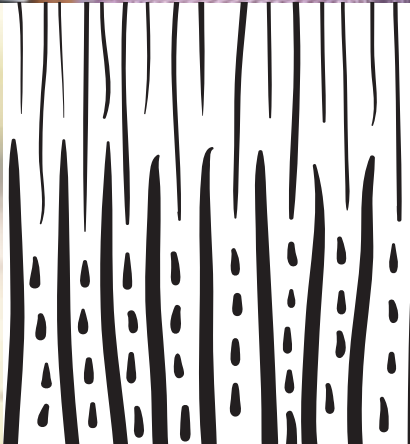
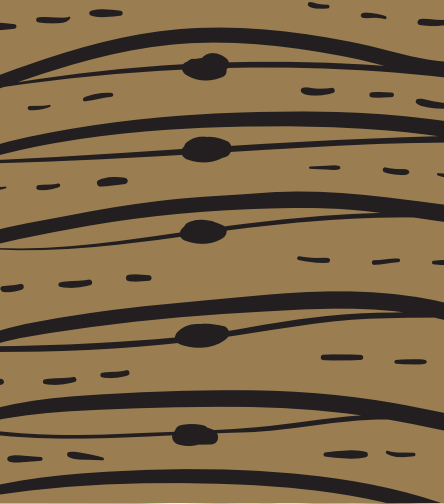
«Ήμασταν στο «Σπίτι της Μαριώς» στα Καλάβρυτα και συζητούσα με τον ιδιοκτήτη. Εκεί δίπλα ήταν ένας παππούς, ο οποίος ακούγοντάς με είπε: "Ξέρω τι λέει το παιδί. Είναι ένα βρωμόχορτο που δεν το τρώνε ούτε τα γίδια". Εκείνος μου είπε που θα τον βρω. Μια βρασιά σχεδόν 9.000 μπουκάλια, που κλείνουν μέσα τους όλο τον Ερύμανθο».

«Δεν βιάζουμε το προϊόν σε κανένα βήμα». Αυτός είναι επίσης ένας απαράβατος κανόνας στην Πατραϊκή Ζυθοποιία. Για παράδειγμα, «στις βυθοζύμωτες μπίρες προτιμούμε την ψυχρή ζύμωση γιατί είναι η πιο φυσική και παραδοσιακή. Εμείς πριν τις 40-42 ημέρες δεν εμφιαλώνουμε. Επιπλέον, με τον λυκίσκο και τη μέθοδο ζυθοποίησης που ακολουθούμε παράγουμε μπίρες φυσικής ενανθράκωσης, χωρίς πρόσθετα, συντηρητικά ή σταθεροποιητές. Μπίρες φρέσκιες χωρίς παστερίωση. Ένα 100% φυσικό προϊόν. Με

αυτή την μπίρα δεν θα φουσκώσεις και δεν θα έχεις πονοκέφαλο την επόμενη μέρα».

Φέτος η χρονιά αναμένεται εξαιρετική για την Πατραϊκή Ζυθοποιία, καθώς ο κ. Αντωνάκοπουλος υπολογίζει ότι η παραγωγή θα σημειώσει αύξηση 25-30% από τα 1.200 εκατόλιτρα της περσινής χρονιάς. Ωστόσο, το μεγάλο στοίχημα των ανθρώπων της δεν έχει κερδηθεί ακόμη. «Είμαστε της φιλοσοφίας ότι μία μικροζυθοποιία πρέπει πρώτα απ' όλα να καλύψει την περιοχή της και να περάσει στη συνείδηση του κόσμου ως "η μπίρα του τόπου μας"».

«Στην Πάτρα καταγράφουμε δύο τάσεις. Τη θερμότατη αποδοχή του Πατρινού καταναλωτή και από την άλλη τον τοίχο των επαγγελματιών της εστίασης. Το επιχείρημά τους, που με στεναχωρεί πολύ, είναι η τιμή της μπίρας. Η έλλειψη κουλτούρας του ζύθου είναι ένα από τα μεγαλύτερα προβλήματα. Εμείς αυτή ακριβώς την κουλτούρα προσπαθούμε να καλλιεργήσουμε, ακόμη και μέσα από την ετικέτα μας, όπου υπάρχει ένα διάγραμμα, το οποίο δείχνει αν η μπίρα βασίζεται κυρίως στο λυκίσκο ή τη βύνη. Έτσι, έχουμε την φρουτώδη IPA που βασίζεται στους λυκίσκους της ή τη Stout με τις 11 διαφορετικές βύνες. Σε ένα καλό εστιατόριο ή κοκτέιλ μπαρ ο barista και ο σεφ έχει όλη την πληροφορία για να δει πώς πρέπει να συνδυάσει τις συγκεκριμένες μπίρες. Ένα ποτήρι Stout ταιριάζει τέλεια με τον χαλβά, όπως τον έφτιαχναν οι γιαγιάδες από σκληρό αλεύρι και με το κουτάλι. Γαστρονομικές προτάσεις ακόμη και με τα πιο απλά υλικά, εκεί πρέπει να βασιστούμε». 88





Η μπύρα αποτελείται
από τουλάχιστον 450
επιμέρους συστατικά.



ΘΕΜΕΛΙΩΔΗΣ ΟΠΩΣ Η ΤΕΛΙΚΗ ΙΣΟΡΡΟΠΙΑ

Ο οργανοληπτικός έλεγχος στην μπίρα



ΘΕΟΔΩΡΟΣ ΜΠΙΖΙΟΣ



Η επιστημονική μέθοδος που αξιοποιεί τις ανθρώπινες αισθήσεις (όραση, όσφρηση, γεύση, αφή και ακοή) και με την εφαρμογή πειραματικού σχεδιασμού και στατιστικής επιστήμης εξάγει αποτελέσματα ονομάζεται οργανοληπτικός έλεγχος. Οι εμπορικές ζυθοποιίες χρησιμοποιούν συνήθως ομάδες από έμπειρους και εκπαιδευμένους δοκιμαστές για την αξιολόγηση των οργανοληπτικών χαρακτηριστικών και τον εντοπισμό τυχόν ελαττωμάτων στην μπίρα ή εκπαιδεύουν υπαλλήλους της εταιρείας τους. Υπάρχουν δύο τύποι δοκιμών γεύσης: Αυτές που απευθύνονται σε ανεκπαίδευτα πλήθη δοκιμαστών με σκοπό την ανάπτυξη νέων προϊόντων σε μια δυνητική αγορά και δοκιμές που σχεδιάζονται για να αξιολογηθεί η μπίρα οργανοληπτικά όσο το δυνατόν πιο αντικειμενικά από εκπαιδευμένους δοκιμαστές. Η χρήση μιας ελεγμένης ομάδας δοκιμαστών που επιτυχώς ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις των κανόνων και των προτύπων διεθνών οργανισμών όπως το EBC (European Brewery Convention), το IFT (Institute of Food Technologists), το ASTM (American Society for Testing and Materials) και το ISO (International Organization for Standardization)

Εν αναμονή του
επιστημονικού οργάνου
που θα αντικαταστήσει τις
ανθρώπινες αισθήσεις,
η ορθή σιελέχωση της
ομάδας δοκιμαστών
είναι κρίσιμη για
κάθε ζυθοποιία

για τη δοκιμασία ζύθων, αποτελεί exéγγυο συγκέντρωσης σωστών αποτελεσμάτων. Ο χώρος όπου πραγματοποιείται η διαδικασία πρέπει μεταξύ άλλων να είναι σχεδιασμένος όσο το δυνατόν πιο φυσικά, ώστε να ευνοεί τη συγκέντρωση στην αισθητηριακή ανάλυση. Πρέπει να είναι άοσμος, να υπάρχουν φίλτρα αέρος ενεργού άνθρακα και να αποφεύγονται αντικείμενα που απορροφούν οσμές όπως κουρτίνες. Η θερμοκρασία δεν πρέπει να υπερβαίνει τους 22° C και η υγρασία το 45 - 55%. Πριν τη διεξαγωγή των δοκιμών τα μέλη της ομάδας θα πρέπει να αποφεύγουν τη χρήση δύσοσμων καλλυντικών, σαπουνιών και αρωμάτων. Να απέχουν από το κάπνισμα και κατανάλωση τροφής, αλκοολούχου ποτού ή καφέ τουλάχιστον 30 λεπτά πριν.

Τα μυστήρια της δοκιμής

Είναι πολύ σημαντικό για όλες τις μπίρες που υποβάλλονται σε οργανοληπτικό έλεγχο να χρησιμοποιείται το ίδιο μέγεθος και ίδιου τύπου γυάλινο ποτήρι για όλα τα δείγματα. Το ίδιο δείγμα μπίρας σε ένα διαφορετικό και μεγαλύτερο ποτήρι θα έχει σημαντικά ισχυρότερο άρωμα.



Είναι πολύ σημαντικό για όλες τις μπύρες που υποβάλλονται σε οργανοληπτικό έλεγχο να χρησιμοποιείται το ίδιο μέγεθος και ίδιου τύπου γυάλινο ποτήρι για όλα τα δείγματα.

Το διεθνώς αναγνωρισμένο ποτήρι INAO (Institut National des Appellations d'Origine) φτιαγμένο από κρύσταλλο χωρίς μόλυβδο, είναι το πιο διάσημο ποτήρι γευσιγνωσίας και υποχρεωτικό εργαλείο για την οργανοληπτική αξιολόγηση.

Μόθος η παγωμένη μπίρα

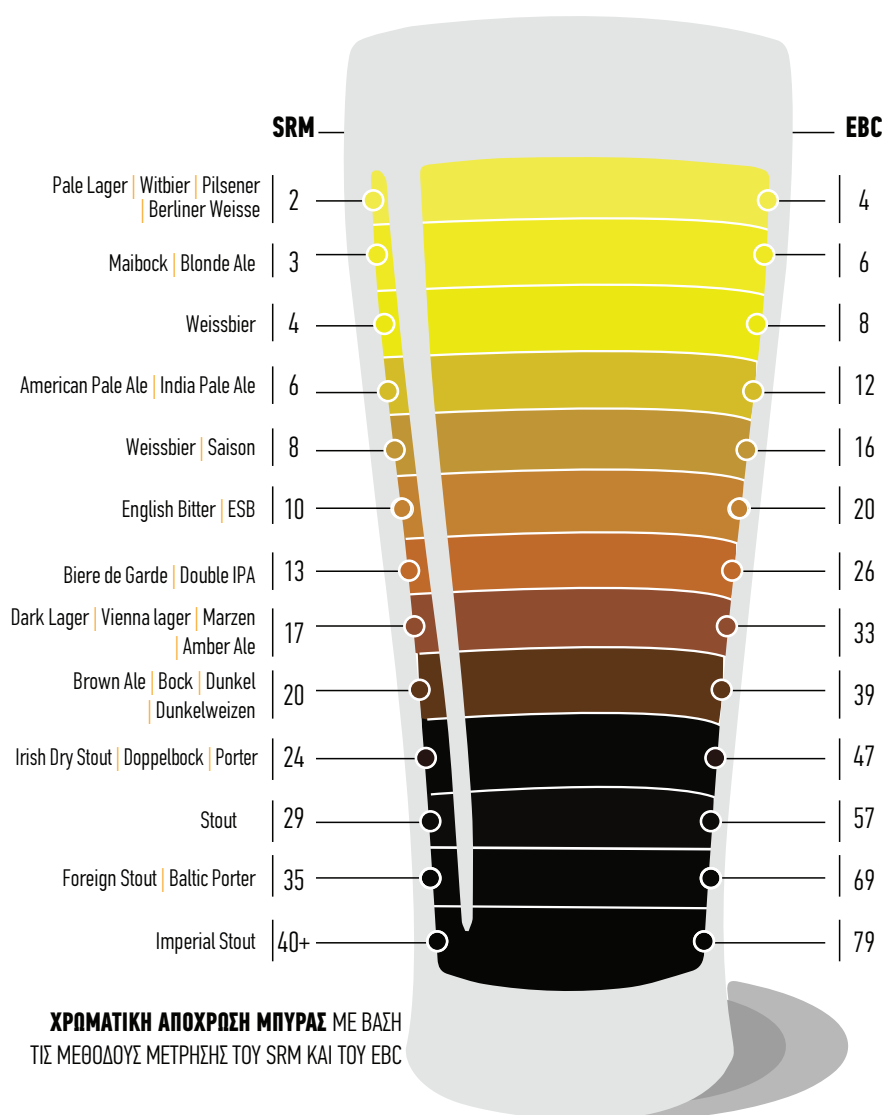
Ένας διαδεδομένος μύθος που πρέπει να αμφισβητηθεί είναι πως όλες οι μπύρες πρέπει να καταναλώνονται πολύ παγωμένες. Τουλάχιστον σε οργανοληπτικό επίπεδο αυτό δεν είναι εφικτό διότι η αίσθηση του κρύου στο στόμα αναστέλλει τους υποδοχείς γεύσης της γλώσσας. Μια συνηθισμένη γενίκευση συνδέει την ιδανική θερμοκρασία σερβιρίσματος με το χρώμα της μπίρας. Όσο πιο ανοιχτόχρωμη είναι (Lager, Pilsner) τόσο της ταιριάζουν χαμηλές θερμοκρασίες με τις πιο σκούρες (Quadrupels, Stouts, Barley Wine) να αντιστοιχούν σε υψηλότερες.

Η αίσθηση στο στόμα

Στο EBC και ASBC ορίζουν ως αίσθηση στο στόμα τα απτικά ερεθίσματα που γίνονται αντιληπτά στο εσωτερικό του, συμπεριλαμβανομένης της γλώσσας και των δοντιών. Σχετικά με τη γεύση και το άρωμα της μπίρας είναι οι πιο σημαντικές πτυχές του «flavor». Η αίσθηση που υπάρχει στη στοματική κοιλότητα αμέσως μετά το πέρας της γευσιγνωσίας ονομάζεται επίγευση (aftertaste), και η διάρκεια της επίγευσης (aftertaste duration).

Πυκνός, σταθερός αφρός

Οι περισσότεροι καταναλωτές πίνουν με τα μάτια τους και η εμφάνιση είναι συχνά πιο σημαντική από τη γεύση. Σημαντικό ρόλο σε αυτό εκτός από τη διαύγεια και το χρώμα έχει και αφρός που δημιουργείται στο σερβίρισμα. Είναι σημαντική η ικανότητα της μπίρας να σχηματίζει έναν πυκνό, σταθερό, κρεμώδη αφρό και να τον διατηρεί μετά την πλήρωση.



ΟΡΓΑΝΟΛΗΠΤΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΣΕ ΤΕΣΣΕΡΑ ΒΑΣΙΚΑ ΒΗΜΑΤΑ



1

ΟΠΤΙΚΗ ΕΠΑΦΗ

Ο δοκιμαστής αρχικά ανασηκώνει το ποτήρι με το δείγμα και ιτο επεξεργάζεται για να το περιγράψει.



2

ΑΝΑΚΙΝΗΣΗ

Ανακινεί ελαφριά το ποτήρι ώστε να τραβήξει τα αρώματα και να τονώσει την ενανθράκωση.



3

ΟΣΦΡΗΣΗ ΑΡΩΜΑΤΩΝ

Το φέρνει κοντά στη μύτη και με δύο γρήγορες εισπνοές από τη μύτη και μετά από το στόμα νιώθει ό,τι προσδίδει.



4

ΓΕΥΣΤΙΚΗ ΔΟΚΙΜΗ

Ιδανικά ο δοκιμαστής το αφήνει στο στόμα να περιπλανηθεί, προσπαθώντας με μικρές εισπνοές να γευτεί.

Πικράδα και άρωμα

Ο πικρικός (και ο αρωματικός) χαρακτήρας της μπίρας οφείλεται στην προσθήκη λυκίσκου. Η έντασή του εξαρτάται από την ποικιλία του λυκίσκου (ή λυκίσκων) καθώς και από το χρόνο βρασμού. Υπεύθυνα για την πικράδα είναι τα α-οξέα των ρητινοειδών αδένων στο άνθος του λυκίσκου.

Ο λυκίσκος όμως, εκτός από αντιμικροβιακές και πικρικές ιδιότητες, έχει και αρωματικές και γευστικές. Ανάλογα με την ποικιλία προσδίδει χαρακτήρα πικάντικο, άνθινο, φυτικό, εσπεριδοειδών και διάφορους άλλους. Προσφέρει σταθερότητα στη γεύση και τον αφρό (αλληλεπιδρά με πρωτεΐνες) καθώς και στην αίσθηση στο στόμα.

Ωστόσο, τα β-οξέα μπορούν να υποστούν οξείδωση και να συμβάλουν αρνητικά στη πικράδα. Το EBC (European Brewery Convention) σε συνεργασία με το ASBC (American Society of Brewing Chemists) ορίσανε ως μονάδα μέτρησης της πικράδας το IBU (International Bittering Units) που είναι ελαφρώς πιο έντονες από αυτές το EBU.

Δύο είδη θολερότητας

Η μπίρα αποτελείται από τουλάχιστον 450 επιμέρους συστατικά, μεταξύ άλλων περιέχει μακρομόρια όπως πρωτεΐνες, νουκλεϊκά οξέα, υδατάνθρακες, λιπαρά οξέα, αμινοξέα, πολυσακχαρίτες και λιπίδια. Αρκετές ουσίες είναι υπεύθυνες για το σχηματισμό του θολώματος. Υπάρχουν δύο είδη θολώματος (haze). Η ψυχρή ή παροδική θολερότητα ή θολότητα (chill haze) που δημιουργείται στους 0° C και διαλύεται σε υψηλότερες θερμοκρασίες και η μόνιμη θολότητα (permanent haze).

γείται στους 0° C και διαλύεται σε υψηλότερες θερμοκρασίες και η μόνιμη θολότητα (permanent haze).

Διοξείδιο του άνθρακα (CO₂)

Το CO₂ είναι προϊόν της αλκοολικής ζύμωσης που διαλυτοποιείται στην μπίρα σε συνθήκες πίεσης. Τότε δημιουργούνται μικρές, ομοιόμορφες φυσαλίδες CO₂ με μεγάλο χρόνο έκλυσης και εναρμονισμένες με το «σώμα» της μπίρας. Επίσης προστίθεται CO₂ και κατά την πλήρωση της συσκευασίας. Προσδίδει μια ευχάριστη αίσθηση φρεσκάδας, σπιρτάδας, ελαφρύ κάψιμο κατά την κατάποση όπως και μια αίσθηση κώνεψης. Όταν το CO₂ περιέχεται σε υψηλό ποσοστό στην μπίρα έχει αρνητική επίδραση στην απαλότητα της γεύσης καθώς λειτουργεί επιθετικά και έχει δριμεία αίσθηση. Εμποδίζει παρά ταύτα την πρόσληψη οξυγόνου κατά την εμφιάλωση και συμβάλλει στη βιολογική σταθερότητα της μπίρας.

Χρωματικός καθορισμός

Η μπίρα οφείλει το χρώμα της στις βύνες που θα χρησιμοποιηθούν για την εκτέλεση της συνταγής. Στις βύνες το χρώμα καθορίζεται από το βαθμό ξήρανσης που έχει υποστεί κατά το στάδιο της βυνοποίησης. Το 1950 το ASBC (American Society of Brewing Chemists) υιοθέτησε το χρωματικό καθορισμό SRM (Standard Reference Method). Ξεχωριστά οι Ευρωπαίοι ανέπτυξαν ένα άλλο σύστημα απεικόνισης, αυτό του EBC (European Brewery Convention). 88

*Συχνά οι
καταναλωτές
πίνουν με τα
μάτια τους,
γι' αυτό και η
εμφάνιση είναι
πολύ σημαντική
στην μπίρα*

BRUNCH

ΕΛΛΑΔΑ & ΚΟΣΜΟΣ

ΤΟ ΠΛΟΥΣΙΟ ΠΡΩΙΝΟ ΠΟΥ ΕΓΙΝΕ ΤΑΣΗ

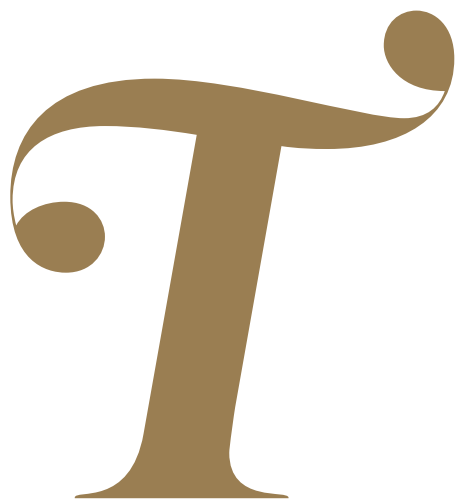




Λίγο Λονδίνο στην καρδιά της Αθήνας

Στις 29 βρύσες του Lazy Bulldog
στο Γκάζι θα βρείτε σίγουρα
την αγαπημένη σας μπίρα
με το ιδανικό συνοδευτικό. Όρεξη
να 'χετε να δοκιμάζετε...

*Μια αυθεντική αγγλική pub
στην καρδιά της Αθήνας. Σκούρο
ξύλο παντού, αθλητικά κανάλια
στις οθόνες ψηλά, ροκ μουσική
στην καιάλληλη ένταση.
Fish&chips και burger οια μιάτα
και πολλή, μα πολλή βαρελίσια
μπίρα. Μπορείτε να κάπνοτε σε
έναν από τους διάγκους, να πιείτε
την μπίρα σας και να μιλήσετε,
όπως κάνουν στο Λονδίνο...*



ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ: ΜΑΡΙΝΑ ΣΚΟΠΕΛΙΤΟΥ



ΓΕΩΡΓΙΑ ΚΑΡΑΜΑΛΗ

Το Lazy Bulldog στο Γκάζι, η pub με τις περισσότερες βρύσες στην Ελλάδα (29 στον αριθμό), υπόσχεται στους θαμώνες της ότι δεν θα αφήσουν ποτέ την μπίρα στο ποτήρι, αφού έχουν τη δυνατότητα να δοκιμάσουν πριν επιλέξουν. Μπορούν δε να τη συνοδέψουν με αυθεντικές αγγλικές συνταγές του μαγαζιού, που δεν τις λες και ελαφριές, αλλά πόσο ελαφριά μπορεί να είναι μία έκρηξη γεύσης στην τελική;

Το Beer&Brunch επισκέφθηκε το Lazy Bulldog και συνομήλυνε με τον Ανδρέα Κουτσούκο, ο οποίος έστησε μαζί με τον Φώτη Αναστασίου (θυμηθείτε Local Pub στο Χαλάνδρι), αυτό τον πολύ ιδιαίτερο χώρο. Ο κ. Κουτσούκος αγαπούσε πάντα την μπίρα, ωστόσο έγινε το πάθος του μέσα από τα ταξίδια του στη Σκωτία. «Εκεί έμαθα ότι υπάρχουν και άλλα πράγματα που δεν τα ξέραμε και δεν τα ξέρουμε στην Ελλάδα. Η μπίρα είναι ένας τεράστιος κόσμος», ανέφερε ο ίδιος. Μία γεύση από αυτόν τον κόσμο έχει μεταφέρει στο Γκάζι. Μπίρες βρετανικές, γερμανικές, τσέχικες, αμερικανικές, ισπανικές, πολλές ελληνικές, άλλες σταθερές, άλλες εναλλασσόμενες και κάποιες πολύ-πολύ ιδιαίτερες. «Αυτή τη στιγμή δεν νομίζω ότι μπορείς να βρεις κάπου αλλού στην Αθήνα σε βαρέλι την Choco Libre της Brewdog, μία

σοκολατένια Imperial Stout στην οποία προσθέτουν καυτερή πιπεριά. Μπορώ επίσης να σου πω με σιγουριά ότι τα μόνα μαγαζιά στην Αθήνα που έχουν σε βαρέλι τη Magners, έναν παραδοσιακό ιρλανδικό μπλίτη, είμαστε εμείς και η Local Pub», συμπληρώνει ο ίδιος.

Να μένεις πιστός στην ταυτότητά σου

Τον ρωτάμε γιατί τέτοια επιμονή στο βαρέλι; Τι προσφέρει στον φίλο της μπίρας; «Την ευκαιρία να δοκιμάσει αν του αρέσει. Δεν τον αφήνουμε να επιλέξει στα τυφλά. Αυτό είναι κάτι που αρέσει στον κόσμο. Με το μπουκάλι ή το κουτάκι δεν μπορεί να γίνει αυτό» απαντά.

Το Lazy Bulldog έχει αποκτήσει ήδη φανατικούς θαμώνες που αυξάνονται συνεχώς, παραμένοντας πάντα πιστό στην αρχική του ταυτότητα. «Στην Αθήνα έχει τόσο πολύ κόσμο που αργά ή γρήγορα θα βρεις την πελατεία σου, θα βρεις ανθρώπους που γουστάρουν αυτόν το χαρακτήρα. Το βασικό είναι να έχεις μία ταυτότητα και να μένεις πιστός. Δεν θα αλλάζουμε το στυλ μας. Δεν θα βάλουμε πότε μπίρες μαζικής παραγωγής. Δεν θα επιτρέψουμε το κάπνισμα μέσα. Δεν θα παίξουμε λαϊκά ή μουσική πολύ δυνατά. Αυτό είναι το στυλ του μαγαζιού», συμπληρώνει.

1. Το Lazy Bulldog στο Γκάζι είναι η pub με τις περισσότερες βρύσες στην Ελλάδα (29 στον αριθμό),

2. Ο Ανδρέας Κουτσούκος μαζί με τον Φώτη Αναστασίου έστησαν τον πολύ ιδιαίτερο χώρο του.

3. Στις αυθεντικές αγγλικές συνταγές της μπουραρίας ανήκει και το εικονιζόμενο Fried Chicken Burger.

4. Ένα ποτήρι της παραδοσιακής τσέχικης Pilsner Urquell μπορεί να συνοδεύσει πολλές από τις γευστικές εκρήξεις των πιάτων του Lazy Bulldog.



Ότι είναι για τους Έλληνες το σουβλάκι, είναι για τους Άγγλους το fish & chips. Επιβάλλεται να το δοκιμάσετε.



Μπορείτε να το συνδυάσετε επίσης με μία London Pride, μία παραδοσιακή κόκκινη Άλε με πολύ απαλή επίχυση.



Ο ΣΕΦ ΛΕΥΤΕΡΗΣ ΜΠΟΥΡΜΠΟΥΧΑΚΗΣ ΠΡΟΤΕΙΝΕΙ ΔΗΜΟΦΙΛΗ ΠΙΑΤΑ ΑΠΟ ΤΟ ΜΕΝΟΥ ΤΟΥ

Παραδοσιακό Fish & Chips

Υλικά

Φρέσκος μπακαλιάρος

Για το κουρκούτι

1 κιλό αλεύρι που φουσκώνει μόνο του
250 γραμμάρια κορν φλάουρ
700ml μπίρα Lager
Λίγη ζάχαρη
Αλάτι και πιπέρι

Για τον πουρέ αρακά

Αρακάς
Βούτυρο
Αλάτι και πιπέρι
Δυόσμος
Ελαιόλαδο

Για την τάρταρ

Μαγιονέζα
Αγγουράκι τουρσί
Κάπαρη
Σέλερι
Κρεμμύδι

Εκτέλεση

Καθαρίζουμε τον μπακαλιάρο από το δέρμα και τα κόκκαλα. Σε ένα μπολ ανακατεύουμε όλα τα υλικά για το κουρκούτι μέχρι να δημιουργηθεί ένας παχύς κυλός. Για τον πουρέ αρακά, βράζουμε τον αρακά μέχρι να μαλακώσει, σουρώνουμε, προσθέτουμε τα υπόλοιπα υλικά και πολτοποιούμε. Για την τάρταρ ψιλοκόβουμε όλα τα υλικά, τα βάζουμε όλα μαζί μέσα σε ένα σκεύος, προσθέτουμε τη μαγιονέζα και ανακατεύουμε.



Δοκιμάστε ακόμη την Kilkenny, μία αυθεντική ιρλανδική Ale που ξεχωρίζει για τον πλούσιο άσπρο κρεμώδη αφρό και τα μοναδικά αρώματά της. Εξαιρετικά ευκολόπιση μπορεί να συνοδέψει απολαυστικά το φαγητό. Αλκοόλ: 4,3%



άντα έχει ενδιαφέρον να βλέπουμε τι επιθυμούν οι άνθρωποι της μπύρας για κλάδο. Για τον κ. Κουτσούκο ζητούμενο είναι οι συνεργασίες μεταξύ των ζυθοποιών, αλλά και των gypsy brewers. «Να μοιραστούν κωδικούς και να κάνουν μπύρες μαζί. Κάπως να ενωθεί αυτό το πράγμα για να αντέξει και να λειτουργήσει σωστά. Δεν λείπει κάτι από κωδικούς, κάθε μέρα βγαίνει και κάτι καινούργιο. Ο Φώτης (Αναστασίου) με τη δική του ζυθοποιία έχει βγάλει μέσα σε δύομισι μήνες 7 κωδικούς. Δεν ξέρω πόσες θα βγάλει μέχρι το τέλος του χρόνου. Τις μπύρες της Ζυθοποιίας Αναστασίου μπορεί να δοκιμάσει κανείς στη Local Pub. Ο κόσμος θα δοκιμάσει και θα αποφασίσει ποιοι από αυτούς τους κωδικούς θα μείνουν».



Συνοδεύστε το Fish & Chips με τη νέα Saison «Uncle Jam» των Strange Brew

«Με το Fish & Chips προτείνω σίγουρα τη νέα Saison των Strange Brew, την Uncle Jam. Ταιριάζει πάρα πολύ με το ψάρι και γενικά τα πιο βαριά φαγητά. Δίνει μια ξινή επίγευση και χεύση. Είναι πολύ αρωματική και βγάζει τη μαχιά της. Ταιριάζει πολύ και με το ψητό ψάρι, ενώ μπορεί κανείς μαγειρέψει και ψάρι ή μύδια μέσα στην μπίρα αυτή» ανέφερε ο κ. Κουτσούκος. Άλκοολ: 6%

Έτσι το θέλει ο λυκίσκος

Με σήμα κατατεθέν την ευχάριστη και γαργαλιστική πίκρα που αφήνει στο τέλος, η μπύρα τύπου Pilsner εντυπωσιάζει με τα γευστικά ντουέτα της



Γλυκόξινο τουροί Λαχανικών

Ένα πλούσιο γλυκόξινο μείγμα από προσεκτικά επιλεγμένα ελληνικά λαχανικά τουρσί του premium brand «Greek Luxury Products» που υπογράφει μόνο τους πιο γευστικούς gourmet θησαυρούς. Αποτελεί το νεότερο μέλος του πρώτου ελληνικού «Luxury Group», της κορυφαίας εταιρείας παροχής υπηρεσιών πολυτελείας στην Ανατολική Μεσόγειο.



Όταν το χταπόδι μυρίζει θάλασσα

Με ολοστρόγγυλες στητές βεντούζες και γυαλιστερό δέρμα, που προδίδουν την ανώτερη ποιότητα, και τις φυσικές του ιδιότητες ως πλούσια πηγή φωσφόρου, βιταμίνης B12 και σιδήρου, το χταπόδι της Καλλιμάνης φέρνει στο πιάτο όλη τη φρεσκάδα και τη θρεπτική αξία της θάλασσας ενώ ενδείκνυται για συνταγές στη σχάρα, στο φούρνο και στην κατσαρόλα. Διατίθεται σε συσκευασία 700 γρ.



Αλλαντικά από ορεινό κοτόπουλο

Χωρίς προσμείξεις με άλλα κρέατα, τα νέα αλλαντικά από 100% φρέσκο ορεινό κοτόπουλο Πίνδος είναι εξαιρετικά θρεπτικά, δεν στερούν την απόλαυση, είναι χωρίς γλουτένη και διατίθενται σε πολλές και λαχταριστές γεύσεις: Φιλέτο καπνιστό, παριζάκι, λουκάνικα Φρανκφούρτης, κουκάνικα κοκτέιλ, hot dog, σαλάμι πικάντικο κοτόπουλου καθώς και το μοναδικό χωριάτικο λουκάνικο Πίνδος.



Για τους λάτρεις του κριθαριού

Αλεύρι 70%, αλεύρι κριθινο, νερό, μαγιά, αλάτι, για ένα σκληρό παξιμάδι για τους λάτρεις του κριθαριού από την εταιρεία «Γεννά την Παράδοση» με έδρα το χωριό Γέννα, που βρίσκεται στο Ρέθυμνο, στην επαρχία Αμαρίου. Η εταιρεία συνεργάζεται στενά και αποκλειστικά με τους αδελφούς Βοτζάκη και τον φούρνο «Τα Σφακιά», προσφέροντας μια μεγάλη ποικιλία προϊόντων.



Ανθώδης μύτη, πολύπλοκο
μπουκέτο, υπέροχη φινετσάτη
πικρή γεύση και ξηρό
τελείωμα. Γι' αυτό μια Pils
μπύρα συμπληρώνει τέλεια
τη θαλασσινή αγριάδα, την
αλμύρα και τη λιπαρότητα του
χαβιαριού.



Όμως η μελιτζανοσαλάτα της γιαγιάς

Σαλάτα Μελιτζάνας που μπήκε σε βαζάκια και ντύθηκε με ετικέτες που πάνω τους φέρουν μία και μοναδική ζωγραφιά: Εκείνο το παλιό ντουλάπι που έδωσε το όνομά του στην Οικοτεχνία Δελατόλα από το Κτικάδο της Τήνου. Η ιστορία της ξεκίνησε το 1994 όταν η Ζωζεφίνα Δελατόλα άρχισε να διαθέτει στην ντόπια αγορά χειροποίητα ζυμαρικά με πρώτο το τηνιακό κυλοπιτάκι.



Ελληνικό χαβιάρι από την Άρτα

Δεν χρειάζεται ποσότητα για να το χαρείς. Αρκούν τα λίγα μπαλάκια, που θα κυλήσουν παιχνιδιάρικα ανάμεσα στη γλώσσα και τον ουρανίσκο, πριν σπάσουν για να απλώσουν στο στόμα αυτή την απaráμιλλη γεύση. Το χαβιάρι Thesauri της οικογένειας Παπαγιάννη από την Άρτα παράγεται από οξύρρυγχο Oscietra και Baerii, που παράγουν τα πιο πολύτιμα και ακριβά είδη χαβιαριού.



Το μολύτιμο έδεσμα του Αιτωλικού

Λιχουδιά από φυσικά αποξηραμένο και μορφοποιημένο αυγό κεφάλου, φυσικό, χωρίς συντηρητικά, με υψηλή διατροφική αξία και ευχάριστη μακρότατη επίγευση. Σύμφωνα μάλιστα με την εταιρεία Trikalinos, που έχει χαρίσει στο προϊόν διεθνή αίγλη, η γεύση του ενισχύεται όταν προστεθεί σε πράσινες σαλάτες, καθώς και σε ζυμαρικά, συνοδευόμενα από άφθονο μαϊντανό.



Στο Δομοκό αρέσει το Μπουγιουρντί

Ένα ορεκτικό από ώριμες ντομάτες, κόκκινη γλυκιά πιπεριά Φλωρίνης και ΠΟΠ Κατίκι Δομοκού που ταιριάζει με κριτσίνια, τηγανητές πατάτες ή μαστουνάκια λαχανικών ενώ μπορεί να χρησιμοποιηθεί σαν βάση για την πίτσα. Παρασκευάζεται από την πρότυπη οικοτεχνία Doloria, που βρίσκεται στην καρδιά του οροπεδίου Δομοκού στην Αρχαία Δολοπία.

ΑΓΡΑ

BEER & BRUNCH

• ΜΠΥΡΕΣ PILS/PISNER/PILSENER



Πρόκειται για ένα απ' τα πιο γνωστά είδη μπίρας στον κόσμο και αποτελεί υποκατηγορία των Lager. Οι Pils οφείλουν το όνομά τους στο μέρος που για πρώτη φορά έγινε η παραγωγή ξανθιάς, αφρώδους μπίρας, με έντονη πικράδα λυκίσκου. Ήταν εν έτει 1842 όταν ο Βαυαρός ζυθοποιός Josef Groll δημιούργησε στο Pilsen της Τσεχίας την μπίρα του, η οποία έλαβε το όνομα της απ' την πόλη. Η πρώτη και αυθεντική μπίρα τύπου Pils, είναι η Pilsner Urquell.

BEER & BRUNCH

προτείνει



Pilsener Urquell

Η αυθεντική Pilsner από την πηγή (όπως μεταφράζεται το όνομά της) φρεσκάρει τον ουρανίσκο με αρμονία ανάμεσα στο λυκίσκο, τη βύνη και τις νύξεις δημητριακών, σταφίδας, κόλιανδρου και βοτάνων. Το στόμα είναι σπιρτόζικο με παιχνιδιάρικη πικρή επίγευση. **Αλκοόλ: 4,4%**



Delphi Beer

Ξανθιά, διπλοζύμωτη και θολή. Χαρακτηριστική γεύση, αρωματική, με ελαφριά επίγευση, πικρή δομικά και απόλυτα ευχάριστη, συνοδευόμενη από ένα πολύπλοκο αίσθημα φρέσκιας βύνης. Κυριαρχούν τα αρώματα της ακακίας και του άνθους πορτοκαλιάς σε ισορροπία με το λεπτό ανθικό άρωμα λυκίσκου. Μη παστεριωμένη, ζυμώνεται με τον παραδοσιακό τρόπο στο μπουκάλι. **Αλκοόλ: 4,5%**



Corfu Royal Ionian Pilseneur

Φρέσκια αρωματική μύρα ξανθιά κρυστάλλινη με γεμάτο σώμα, πλούσιο άρωμα λυκίσκου και απαλή ευχάριστη πικράδα. Αναζωογονητική, ευκολόπιση και απολαυστική, παρασκευάζεται με γερμανικούς λυκίσκους και ελαφρώς καβουρδισμένο κριθάρι. **Αλκοόλ: 5%**



Noble Men Madame Pilsneuer

Αφρός πλούσιος και διαρκής, σώμα ρωμαλέο, μύτη που συμβαδίζει με τη γεύση στις όμορφες όλο φρεσκάδα νότες γκρέιπφρουτ και ροδάκινου, με τα έλαια των εσπεριδοειδών να συνοδεύουν τις πικρές αποχρώσεις στο τελείωμά τους. Χρώμα ξανθό με ουρές χάλκινες και επίγευση μακριάς και επίμονης διάρκειας, με δυνατές όλο φινέτσα πικρικές νότες. Μία απαστεριωτή χαμηλής ζύμωσης citra singlehop με επαναζύμωση στη φιάλη. **Αλκοόλ: 5,5%**



Canal Dive

Απαστεριώτη και αφιλτράριστη μια φυσική μύρα, με ελαφρύ άρωμα και γεύση βύνης και ελαφριές νότες από αυθεντικούς αγγλικούς και αμερικανικούς λυκίσκους. Είναι φυσικά θολή, πλούσια σε γεύση αλλά ευκολόπιση με την χαρακτηριστική πικράδα των Pilsner σε ισορροπία με τη βύνη και με ιδιαίτερη επίγευση. **Αλκοόλ: 5%**



Veltins

Ξεκίνησε στο Grevenstein της Γερμανίας από ένα μικρό ζυθοποιείο-ταβέρνα το 1824. Σήμερα, το εργοστάσιο της οικογένειας ειδικεύεται μόνο στην Pilsener, χρησιμοποιώντας τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του νερού των πηγών της περιοχής. Θεωρείται η πρώτη γερμανική μύρα που χρησιμοποίησε τον όρο Pils. Έχει ξανθό, κρυστάλλινο χρώμα και φρέσκια, ελαφρώς πικρή γεύση. **Αλκοόλ: 4,8%**



EZA

Μια premium Pilsner με πλούσιο σώμα, άρωμα και πικράδα. Φτιαγμένη με βύνη από δίστιχο καλοκαιρινό και εξάστιχο χειμωνιάτικο κριθάρι, εκλεκτές ποικιλίες λυκίσκου, μαγιά, μαλτόζη και κρυστάλλινο νερό από τις πηγές του Παρνασσού, ακολουθεί ζύμωση μακράς ωρίμανσης που δίνει μεστή γεύση. **Αλκοόλ: 5,2%**



Krombacher

Η αποκαλούμενη ως το Μαργαριτάρι της Φύσης παράγεται από δίστιχο καλοκαιρινό κριθάρι, αρωματικό λυκίσκο Hallertau και φρέσκια μαγιά μύρας, καλλιεργημένη από την ίδια την Krombacher, ακολουθώντας τον Γερμανικό Νόμο Αγνότητας του 1516 ενώ η συνταγή της αποτελεί επτασφράγιστο μυστικό. **Αλκοόλ: 4,9%**



Septem Monday's

Φρέσκια φιλτραρισμένη μύρα, με χρυσοκίτρινο χρώμα και κρεμώδη συμπαγή αφρό. Χαρακτηρίζεται από έντονα αρώματα λουλουδιών, κίτρου και λυκίσκου και έχει ελαφρώς γλυκιά γεύση, με διακριτική παρουσία βύνης, δροσιστική οξύτητα και πικράδα, που αναδεικνύουν την έντονα αρωματική επίγευση, με αρώματα λουλουδιών, καραμέλας και ανθόμελου. **Αλκοόλ: 5%**



Νήσος

Διαυγής, κρυστάλλινη, με πλούσιο χρυσοχάλκινο χρώμα και άρωμα βύνης, με νότες λυκίσκου και πινελιές από βότανα και πιπέρι. Γεμάτο, μεστό σώμα με δροσιστική αίσθηση στο στόμα. Γλυκιά αίσθηση βύνης στην αρχή που ολοκληρώνεται σε μία επίγευση ευχάριστης πικράδας. Ευκολόπιση, με σπιρτάδα και ισορροπημένη. **Αλκοόλ: 5%**

Νέες κυκλοφορίες



BOHEMIAN PILSNER

Με την προσθήκη γενναίων δόσεων αμερικανικών λυκίσκων στην κλασική εκτέλεση της Bohemian Pilsner και με τη μέθοδο dry hopping παρασκευάζεται η νέα μπίρα της Μίκου. Στη γεύση είναι ελαφρώς πικρότερη και μετρίως γλυκιά και φρουτώδης.
4,2% αλκοόλ (*Μικροζυθοποιία Μυκόνου*)

ONIRO

Μια American Pale Ale, με τρεις διαφορετικούς αμερικανικούς λυκίσκους. Έντονα αρώματα τροπικών φρούτων και νότες εσπεριδοειδών. Γευστικά κυριαρχούν το ροδάκινο, το βερίκοκο και το μάνγκο. Έχει ήπια πικράδα, που ισορροπεί τέλεια με τις καραμελωμένες βύνες.
5,4% αλκοόλ
(*Dreamer Brewing*)



ΑΛΦΑ STRONG

Η πρώτη ελληνική Lager με υψηλό αλκοόλ. Με χρυσαφί χρώμα, πλούσιο αφρό, απαλή πικράδα και φρουτώδη χαρακτήρα. Έχει ισορροπημένη και μεστή γεύση και έντονη επίγευση λόγω του αλκοόλ.
7% αλκοόλ (*Αθηναϊκή Ζυθοποιία*)



ALCOHOL FREE

Μία ξανθιά δροσιστική Lager με πλούσιο αφρό μεγάλης διάρκειας. Έχει απόλυτα ισορροπημένη γλυκόπικρη γεύση και μία ελαφριά διακριτική πικράδα στην επίγευση. 0,5% αλκοόλ (**EZA**)



ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ

Μια μπύρα Lager αφράτη, ελαφριά και γευστική. Η Lager κυριαρχεί στην ελληνική αγορά και βρίσκεται με διαφορά πρώτη στις προτιμήσεις του καταναλωτικού κοινού παγκοσμίως. 3,8% αλκοόλ (**Ζυθοποιία Αναστασίου**)



LUBEN BREW

Ως μία μπύρα που δεν χρειαζόμασταν, αλλά σίγουρα μας αξίζει, περιγράφουν οι δημιουργοί της τη Luben. Βυνώδης, μυρωδάτη, Dark IPA με πλούσιο σώμα και ελαφρά πικράδα. Παρασκευάστηκε ειδικά για τα 5 χρόνια του Luben TV. 7,3% αλκοόλ (**Satyr Brews**)

ΑΛΗ RED ALE

Μία κόκκινη, βυνώδης, ελαφρώς γλυκιά μπύρα, με βελούδινη επίγευση. Έχει έντονη παρουσία της καραμέλας και του μπισκότου ενώ ταυτόχρονα διακρίνεται και η διακριτικά ψημένη βύνη που της προσδίδει μία ισορροπημένη πικράδα. 5% αλκοόλ (**Μικροζυθοποιία Θεσσαλονίκης**)



STRANGE YEARS

Μια Double-Dry-Hopped IPA με λυκίσκους Galaxy και Simcoe. Αρωματική και φρουτώδης, με γεμάτο σώμα. Είναι η επετισηκή μπύρα της Strange Brew για τον εορτασμό του ενός έτους. 7,5% αλκοόλ (**Strange Brew**)



Στα 750 δισ. δολάρια η παγκόσμια αγορά

Από τα 530 εκατ. δολάρια το έτος 2016 η παγκόσμια αγορά μπύρας αναμένεται να αγγίξει τα 750 δισ. δολάρια έως το έτος 2020, με μία αύξηση 6% κατ' έτος

Best 2018 στις ΗΠΑ

Για δεύτερη χρονιά οι homebrewers των ΗΠΑ ψήφισαν την Two Hearted® Ale της Bell's στην κορυφή της σχετικής λίστας



Λιγότερα μπουκάλια

Την πώση στην κατανάλωση μπύρας επικαλείται η O-I για το κλείσιμο της μονάδας κατασκευής μπουκαλιών στην Ατλάντα



Μπύρα για τον πόνο

Σύμφωνα με έρευνα του Πανεπιστημίου του Greenwich, η μπύρα δρα καλύτερα από το Tylenol



Αλλάζει χέρια η Four Corners

Στον έλεγχο της Constellation Brands



Όλοι μιλούν για το beer pairing

Αύξηση 147% καταγράφεται τα τελευταία δύο χρόνια στις συζητήσεις των social media για το ταίριασμα μπύρας-φαγητού



Η πιο πολύτιμη της Λατ. Αμερικής
Η αξία του brand Skol της Βραζιλίας για το 2017 εκτιμήθηκε στα 7,78 δισ. δολάρια



Αναγραφή θερμίδων

Πληθαίνουν οι φωνές και στην Αυστραλία για υποχρεωτική αναγραφή θερμίδων στα αλκοολούχα ποτά

SIRIS MicroBrewery VOREIA BEER



**Φρέσκια, απαστερίωτη μπύρα.
Υπερήφανα ελληνική.**

Στη Μικροζυθοποιία Σερρών παράγουμε φρέσκες, απαστερίωτες μπίρες υψηλής ποιότητας και γλυκύτητας γευστικής και διατροφικής αξίας, επιλέγοντας βύνες και λυατικούς από όλον τον κόσμο. **Voreia Pilsner.** Μία αυθεντική Pilsner με αρώματα λουλουδιών και εσπεριδοειδών, διακριτική πικράδα, ισορροπημένη γεύση και ευκρίστητη επίγευση. **Voreia India Pale Ale.** Μία I.P.A. με αρώματα εσπεριδοειδών και κωνοφόρων, κεκριμπαρένιο χρώμα, γλυκόπικρη γεύση και μεγάλης διάρκειας επίγευση. **Voreia Stout.** Μία εξαιρετικά καβουρδισμένη σοκολατένια Ale με 6 διαφορετικές βύνες, ελληνικό κριθάρι, βελούδινη γεύση και αρώματα σοκολάτας και καραμέλας. **Voreia Wit.** Μια Βέλγικου τύπου Weiss μπίρα, όπου το Ελληνικό κριθάρι, το πορτοκάλι και ο κόλιανδρος προσδίδουν έναν πιο μεσογειακό χαρακτήρα. **Voreia Smoked Amber Ale.** Μια καπνιστή Ale με λαχταριστές γεύσεις και αρώματα καπνού, ξύλου και μπίσκων που ακολουθούνται στο παρασκήνιο από νότες καραμέλας και σταφίδας. Απλά εντυπωσιακές!



ENJOY

NISSOS

THE INTERNATIONALLY AWARDED

CRAFT BEER

BREWED IN
THE GREEK ISLANDS

ARTISANAL



CYCLADES MICROBREWERY
AT TINOS ISLAND

www.nissos.beer