

ΠΑΡΑΓΕΙΣ ΒΥΝΗ ΟΤΑΝ ΟΛΟΙ ΘΕΛΟΥΝ ΜΠΥΡΑ



Η ΠΡΟΚΛΗΣΗ ΤΟΥ PAIRING

BEER & BRUNCH



ΤΕΥΧΟΣ
ISSN:
2585-2302

14

www.agronews.gr

02/24

ΔΩΡΕΑΝ ΜΕ ΤΗΝ AGENDA ΚΑΙ ΣΤΗ ΣΥΝΕΧΕΙΑ ΑΥΤΟΤΕΛΩΣ ΜΕ 3 €



ΛΥΚΙΣΚΟΣ ΣΤΗ ΧΑΛΚΙΔΙΚΗ ΑΠΟ ΤΗ SEVEN SEALS


BEER AGING ΣΕ ΒΑΡΕΛΙΑ ΕΛΛΗΝΩΝ ΟΙΝΟΠΟΙΩΝ


UNDENIABLY CRAFT





Alea
BREWING
— CO. —




 aleabrewingco

 alea_brewingco

 @aleabrewingco

 AleaBrewingCo

 alea-brewing-co

Μικροζυθοποιία Μεταμόρφωσης IKE

Χλόςης 87, 14452 Μεταμόρφωση | EMAIL: info@aleabrewingco.gr | T. 213 001 7953

www.aleabrewingco.gonnaorder.com

Μπύρα χωρίς αλκοόλ ή απλά μια λεμονάδα;

Κανείς δεν μπορεί να πει με βεβαιότητα αν η τάση που καταγράφεται για τα μη αλκοολούχα ποτά είναι προϊόν ωριμότητας της καταναλωτικής κοινότητας ή αποτέλεσμα τακτικών marketing, τούτέστιν πλύσης εγκεφάλου. Ωστόσο το μόνο σίγουρο είναι πως η ζήτηση για μπύρες χωρίς αλκοόλ συνεχώς αυξάνεται. Το γεγονός αυτό κάνει πολλούς ζυθοποιούς να αναζητούν επίμονα τρόπους περαιτέρω βελτίωσης της γευστικής δομής των ετικετών που εστιάζουν στο άνευ, με πρώτο ζητούμενο, βέβαια, τη διατήρηση της γευστικής απόλαυσης που προσφέρει μια μπύρα με αλκοόλ. Να πούμε εδώ ότι η αγορά μπύρας χωρίς αλκοόλ σημειώνει ταχεία ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια και σύμφωνα με το Ευρωβαρόμετρο προβλέπεται να παρουσιάσει αύξηση της τάξεως του 7% την προσεχή πενταετία.

Στο Ηνωμένο Βασίλειο, το οποίο θεωρείται μια από τις πιο δυναμικές αγορές χωρίς ή με χαμηλό αλκοόλ, ο αναλυτής της αγοράς ποτών IWSR εκτιμά ότι περισσότερο από το ήμισυ του ενήλικου πληθυσμού αγόρασε ένα προϊόν χωρίς αλκοόλ ή χαμηλής περιεκτικότητας σε αλκοόλ πέρυσι.

Ο Δανός προμηθευτής συστατικών ζύμωσης (μαγιές) που βρίσκουν εφαρμογή στον κλάδο της μπύρας, Chr Hansen, μίλησε στη συγκεκριμένη αγορά το 2016 και επαίρεται ότι είναι ο πρώτος που λάνσαρε μια βιολογική λύση για την παραγωγή μιας μπύρας 0,0% χωρίς αλκοόλ. Σχεδόν οκτώ χρόνια μετά, ο Chr Hansen δεν βλέπει κανένα σημάδι που να δείχνει ότι η αγορά της μπύρας χωρίς αλκοόλ επιβραδύνεται.

Η ανάπτυξη της αγοράς μπύρας χωρίς αλκοόλ συνδέεται σε μεγάλο βαθμό με την επιθυμία των καταναλωτών για υγεία και ευεξία, καθώς και με τη αποφυγή του στιγματισμού συνοδεύει πολλές φορές τους πότες. Αυτή ακριβώς η τάση υπαγορεύεται από καταναλωτές που προσέχουν μεν την υγεία τους, προτιμούν ωστόσο την μπύρα, μόνο που θα ήθελαν να είναι και νόστιμη και χωρίς αλκοόλ.



*Με στοιχεία από το beveragedaily.com

Το γευστικό αποτέλεσμα πάντως παραμένει το κρίσιμο ζητούμενο για την αποδοχή των μη αλκοολούχων ποτών από τους καταναλωτές, γι' αυτό, σύμφωνα με τον Chr Hansen, έχει ιδιαίτερη σημασία η προσφορά διαφορετικών γευστικών επιλογών για την κάλυψη της ζήτησης της αγοράς.

Αξίζει να σημειωθεί ότι μικρές αλλά και μεγάλες μονάδες με παγκόσμια εμβέλεια, ανταποκρίνονται με αυξημένη παραγωγή μπύρας χωρίς αλκοόλ. Μάλιστα, διεθνείς όμιλοι όπως είναι η AB InBev και η Heineken έχουν θέσει συγκεκριμένους στόχους για το πόσο από τον όγκο της μπύρας τους πρέπει να είναι μη αλκοολούχο. Για την AB InBev, το 20% της μπύρας της θα πρέπει να είναι χαμηλή ή χωρίς αλκοόλ έως το 2025. Για τους αρνητές αυτής της τάσης πάντως πλανάται το ερωτηματικό, γιατί μπύρα (χωρίς αλκοόλ) και όχι λεμονάδα ή οποιοδήποτε άλλο αναψυκτικό. ☹



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 / Βασικός Μέτοχος / Νόμιμος Εκπρόσωπος
Γιάννης Πανάγος

Σύμβουλος έκδοσης
Λάζαρος Γατσέλος

Επιμέλεια έκδοσης
Ειρήνη Σκρέκν

Σύνταξη
Μαρία Γιουρουκέλη
Λεωνίδα Λιάμης
Πέτρος Γκόγκος
Ζήσης Πανάγος
Γιώργος Λαμπίρης
Γιώργος Κοντονής
Κώστας Λώνης
Χρ. Κανελλακόπουλος
Βασίλης Κατσάρος

Δημιουργικό - Σελιδοποίηση
Χαρά Οικονόμου
Φανή Παπαετροπούλου

Εμπορικός Διευθυντής
Παναγιώτης Αραβαντινός

Διαφήμιση - Μάρκετινγκ
Ειρήνη Βλάχου
Σταύρος Κοντός
Πολύνα Γεωργαγγέλη

Διανομή
ΑΡΓΟΣ Α.Ε.

Εκτύπωση - Βιβλιοδεσία
Καθημερινές Εκδόσεις
Μονοπρόσωπη ΑΕ

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 άλλων, χωρίς προηγούμενη άδεια του εκδότη. Νόμος 2121/1993 και κανόνες Διεθνούς Δικαίου που ισχύουν στην Ελλάδα.



Ο Θάνος Μαντάς, Team Leader της Alea Brewing Co. και ένας από τους ιδρυτές της, περιγράφει τη διαδρομή αυτή στο Beer & Brunch.



Στιγμές από τη διεθνή σκηνή του ζύθου

10 Πιάσε μια μπίρα και στη Σαουδική Αραβία

Σε λειτουργία μετά από 70 χρόνια το πρώτο κατάστημα πώλησης αλκοόλ στη Σαουδική Αραβία

10 Το τεστ μπίρας και ο Steve Jobs

Να ξεφύγει από την πεπατημένη των συνεντεύξεων για μια νέα επαγγελματική θέση είχε καταφέρει ο αιμίμητος CEO της Apple Steve Jobs

11 Γκολ στο Super Bowl βάζει ο Lionel Messi

Ο παγκόσμιος αστέρας συμμετέχει διαφημίζοντας την μπίρα Michelob Ultra

12 Next best thing στις πρωτεΐνες

Οι ζύμες της μπίρας αναμένεται να πρωταγωνιστήσουν στην εξελισσόμενη αγορά των plant-based προϊόντων

50 Αντιδρούν οι Ολλανδοί

Να μοϊκόταρουν τα κυλικεία του γηπέδου της ολλανδικής Nijmegen αποφάσισαν οι φιλάθλοι όταν χρέωσαν 6,80 ευρώ το πλαστικό ποτήρι μπίρας

50 Η πρώτη χορηγία στους Ολυμπιακούς

Η Anheuser-Busch InBev θα είναι ο πρώτος επίσημος χορηγός Ολυμπιακών Αγώνων από τον κλάδο της μπίρας

Κάτι βράζει...

06

Όταν οι αδερφοί Matt και Joe Hamill δημιούργησαν τη βυνοποιία Red Shed Malting στον Καναδά έδωσαν λύση στο θέμα της διαδοχής της εκμετάλλευσης που διατηρεί ο πατέρας τους ο οποίος καλλιεργεί δημητριακά, ενώ επέκτειναν και την οικονομική δραστηριότητά τους ως αντίβαρο στην ακριβή αγροτική γη.

32

Στη σχέση εξάρτησης που από αρχαιοτάτων χρόνων συνδέει την μπίρα με το βαρέλι επέστρεψε δυναμικά τα τελευταία 20 χρόνια η δημιουργική πνοή της craft ζυθοποιίας.

16

Στην καλλιέργεια του δικού της λυκίσκου σχεδιάζει να προχωρήσει η μικροζυθοποιία Seven Seals από την Ιερισσό Χαλκιδικής.



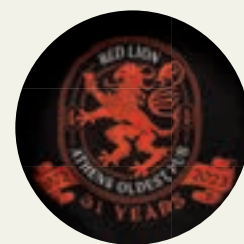
46

Η επιστήμη της Αρχαιολογίας επιβεβαιώνει την παραγωγή τους από την πρώτη στιγμή που ο άνθρωπος ασχολήθηκε με την μπίρα. Σήμερα αυτό που δεν πρέπει να ξεχνά κανείς είναι ότι οι Weiss, δηλαδή οι σιταρένιες «κλωμές» μπίρες με τη μοναδική γεύση, δεν μοιράζονται ποτέ σε δύο ποτήρια...

Παμε Brunch!

38 Φιλοξενία και γεύση στο Red Lion

Διακριτικό αλλά εκεί, απέναντι από το Χίλτον, το Red Lion είναι ένα από τα λίγα σημεία στον πλανήτη, στα οποία έχουν καθίσει Αμερικανοί και Σοβιετικοί διπλωμάτες να πιούν την μπίρα τους.



44 Η πρόκληση του pairing

Ένα εξελισσόμενο πείραμα είναι η προσπάθεια να αποφασίσει κανείς ποιες γεύσεις είναι πιο κατάλληλες με κάθε μπίρα.

48 Στο κυνήγι της νέας ετικέτας

Ελληνικές ετικέτες μπίρας κάνουν το ντεμπούτο τους και κεντρίζουν το ενδιαφέρον. Ποια να επιλέξετε;



Septem MICROBREWERY
EST. 2009



3 BROTHERS BREWS
Hops, Malts, Yeast, Water



ΖΥΘΟΠΟΙΑ ΠΗΝΕΙΟΥ



HANDCRAFTED BEER

Craft
EST. 1999



ΖΥΘΟΠΟΙΑ



ΑΝΑΣΤΑΣΙΟΥ

BLACKOUT
Brewing



Όταν οι αδερφοί Matt και Joe Hamill δημιούργησαν τη βυνοποιία Red Shed Malting στην Αλμπέρτα του Δυτικού Καναδά πριν από οκτώ χρόνια έδωσαν λύση στο θέμα της διαδοχής της εκμετάλλευσης που διατηρεί ο πατέρας τους John Hamill, ο οποίος καλλιεργεί κυρίως δημητριακά, ενώ επέκτειναν και την οικονομική δραστηριότητά τους ως αντίβαρο στην ακριβή αγροτική γη.

 ΣΟΦΙΑ ΣΠΥΡΟΥ



ΠΑΡΑΓΕΙΣ ΒΥΝΗ, ΟΤΑΝ ΟΛΟΙ ΘΕΛΟΥΝ ΜΠΥΡΑ





Η ίδρυση της Red Shed Malt, που παράγει κυρίως ειδικές βύρες, στηρίχθηκε και στο γεγονός ότι η παραγωγή craft μπύρας αυξάνεται ραγδαία στην Αλιμπέρτα και στο Καναδά, αντιπροσωπεύοντας μερίδιο 10% της συνολικής αξίας του κλάδου, που ανέρχεται σε 6 δις ευρώ.





Η εταιρεία Red Shed Malting ιδρύθηκε το 2015 όταν μια αλλαγή στο νομικό πλαίσιο της Αλμπέρτα άνοιξε το δρόμο για την παραγωγή craft μπίρας στην επαρχία. «Στο ξεκίνημα κάναμε μια σειρά από επισκέψεις και διερευνήσαμε τις δυνατότητες συνεργασίας με μικρές ζυθοποιίες όπου διαπιστώσαμε ότι οι ειδικές βύνες παράγονταν κυρίως στην Ευρώπη», θα πει ο Matt Hamill, ο οποίος εργαζόταν παράλληλα και ως τραπεζικός πριν ασχοληθεί αποκλειστικά με τη βυνοποιία και συνεχίζει «είδαμε έτσι ένα παράθυρο ευκαιρίας για να καλύψουμε το κενό που υπήρχε στην αγορά αξιοποιώντας την παραγωγή κριθαριού και δημητριακών της οικογενειακής φάρμας. Γνωρίζαμε εξαρχής ότι ο στόχος μας δεν είναι να ανταγωνιστούμε τις μεγάλες βυνοποιίες της Αλμπέρτα που παράγουν περίπου 140.000 τόνους βύνης βάσης. Η παραγωγή μας άλλωστε δεν ξεπερνά τους 500 τόνους αλλά απευθυνόμαστε σε ζυθοποιίες που ενδιαφέρονται να προσδώσουν στο προϊόν χρώμα, άρωμα και γεύσεις που το διαφοροποιούν από τη μαζική παραγωγή». Αξίζει εδώ να σημειωθεί ότι ο Κα-

Κατά κύριο λόγο οι καρποί που βυνοποιεί η Red Shed Malting παράγονται από τον John Hamill ο οποίος καλλιεργεί 8.500 στρέμματα με κριθάρι, σιτάρι, κανόλα, βρώμη κτηνοτροφικό μπιζέλι και σίκαλη.



Το 20% της έκτασης που καλλιεργείται με κριθάρι στην Αλμπέρτα είναι φυτεμένο με ποικιλίες του Olds College.



Τα κύρια συτλ για τα οποία έχει γίνει γνωστή η Red Shed Malting είναι η βύνη με νότες καφέ και σοκολάτας.



Ο αριθμός των ζυθοποιείων που παράγουν craft μπύρες στην Αλμπέρτα αυξήθηκε από 13 σε 150 σε μία δεκαετία.

ναδάς είναι η πέμπτη μεγαλύτερη παραγωγός χώρα κριθαριού και η τρίτη μεγαλύτερη χώρα εξαγωγής βύνης.

Σήμερα η βυνοποιία Red Shed Malting παράγει 15 κωδικούς που προέρχονται κυρίως από κριθάρι αλλά περιλαμβάνουν βυνοποιημένο σιτάρι, βρώμη και σίκαλη. Τα προϊόντα διαφοροποιούνται ανάλογα με την ποικιλία αλλά και την επεξεργασία του σπόρου κατά τη μεταποίησή του. Όπως εξηγεί ο Matt Hamill παράγουν ένα φάσμα προϊόντων χάρη στους χειρισμούς χρόνων και θερμοκρασίας «αυξάνοντας τη θερμοκρασία στο τέλος της παραμονής του σπόρου στο φούρνο δημιουργούμε βύνες με μια ποικιλία από νότες μεταξύ άλλων από ξηρούς καρπούς και δημητριακά».

Η φάρμα του John Hamill

Στην πλειονότητα των περιπτώσεων οι καρποί που βυνοποιεί η Red Shed Malting παράγονται από τον John Hamill ο οποίος καλλιεργεί 8.500 στρέμματα με κριθάρι, σιτάρι, κανόλα, βρώμη κτηνοτροφικό μπιζέλι και σίκαλη. Η παραγωγή του όσον αφορά στο βυνοποιίσιμο κριθάρι ανέρχεται σε 1.500 τόνους ενώ παράγει 800 τόνους κανόλα και 1000 τόνους σιτάρι. Μιλώντας για τις αποδόσεις του στην καλλιέργεια κριθαριού θα πει «στόχος μας είναι να επιτύχουμε 900 κιλά ανά στρέμμα αλλά στην πράξη ο μέσος όρος της απόδοσης ανέρχεται σε περίπου 750 κιλά ανά στρέμμα. Βέβαια σε μια χρονιά που είναι είτε πολύ ξηρή ή υγρή θα πάρουμε περίπου 600 κιλά ανά στρέμμα ενώ στη χειρότερή μας χρονιά πήρα-

με μόλις 450 κιλά». Από την παραγωγή κριθαριού περίπου το 30% απορροφάται από την οικογενειακή βυνοποιία ενώ η υπόλοιπη ποσότητα διατίθεται στην εγχώρια αγορά για την παραγωγή βύνης βάσης.

Οι παραγωγοί συνεισφέρουν οια κονδύλια της έρευνας

Σε αντίθεση με την Ελλάδα όπου η έρευνα δεν συνδέεται με την αγροτική παραγωγή στον Καναδά το αντίστοιχο ΕΘΙΑΓΕ λαμβάνει πολύ σοβαρά υπόψη τις ανάγκες των αγροτών στο σχεδιασμό των ερευνητικών προγραμμάτων. «Η έρευνα που κάνουν στη βελτίωση των ποικιλιών κριθαριού κρατικά ιδρύματα όπως το Olds College of Agriculture and Technology είναι κρίσιμης σημασίας. Αντιμετωπίζουμε σκληρό ανταγωνισμό σε διεθνές επίπεδο καθώς σημαντικό ποσοστό της καναδικής παραγωγής κριθής προορίζεται για εξαγωγή. Για να παραμείνουμε ελκυστικοί είναι απαραίτητο προϊόν με κορυφαία ποιοτικά χαρακτηριστικά». Γι' αυτό ο ίδιος θεωρεί ότι η οικονομική του συμμετοχή στην έρευνα είναι απόλυτα συμφέρουσα, καθώς το 15% της χρηματοδότησης κρατικών ιδρυμάτων αγροτικής έρευνας καλύπτεται από συνεισφορές κλαδικών φορέων μεταξύ των οποίων και συλλογικών φορέων αγροτών. Επιπλέον, όπως συμπληρώνει, οι κλαδικοί φορείς αναλαμβάνουν και να ενημερώσουν και να φέρουν σε επαφή τη βιομηχανία ζυθοποιίας με τον παραγωγό. 88

Ο John Hamill καλλιεργεί την ποικιλία κριθαριού Lowe, η οποία έχει προέλθει από τα εργαστήρια του Olds College of Agriculture & Technology του Καναδά



Μιύρα μετά από 70 χρόνια

Σε λειτουργία το πρώτο κατάστημα πώλησης αλκοόλ στη Σαουδική Αραβία

Τοποθετημένο στη διπλωματική συνοικία της πρωτεύουσας Ριάντ, το πρώτο κατάστημα πώλησης αλκοόλ στη Σ. Αραβία αντικατοπτρίζει τις προσπάθειες του πρίγκιπα διαδόχου Mohammed bin Salman να κάνει το βασίλειο της Σ. Αραβίας πιο δημοφιλή προορισμό για επιχειρήσεις και τουρίστες, σύμφωνα με το πρακτορείο Associated Press. Το κατάστημα είναι ανοικτό μόνο σε μη μουσουλμάνους διπλωμάτες που πρέπει να προσκομίσουν διπλωματική ταυτότητα για να ψωνίσουν αλκοολούχα ποτά. Σημειώνεται ότι το κατάστημα δεν ακυρώνει τις απαγορεύσεις αλκοόλ που ισχύουν για τους πολίτες από τη δεκαετία του 1950. 88



«Τεστ μύρας» για τους υποψήφιους υπαλλήλους της Apple, εφάρμοξε ο Steve Jobs

Να ξεφύγει από την πεπατημένη των συνεντεύξεων για μια νέα επαγγελματική θέση είχε καταφέρει ο αείμνηστος CEO της Apple Steve Jobs εγκαταλείποντας τις παραδοσιακές ερωτήσεις και δημιουργώντας έναν ιδιαίτερο τρόπο, για να συναντάει έναν υποψήφιο νέο συνάδελφο, ο οποίος χαρακτηρίζεται ως το «τεστ της μύρας». Ουσιαστικά, όταν ένας υποψήφιος υπάλληλος πήγαινε για συνέντευξη, εκείνος τον έβγαζε για βόλτα στους υπαίθριους χώρους της εταιρείας και του προσέφερε μια μύρα για να δει αν ταιριάζει με τα δεδομένα της εταιρείας. Με αυτό τον τρόπο, σύμφωνα με τα σχετικά δημοσιεύματα που ήρθαν πρόσφατα στο φως της δημοσιότητας, έκανε τους υπαλλήλους να χαλαρώσουν για να δει το πραγματικό τους πρόσωπο. Μάλιστα, όπως ο ίδιος έλεγε, έτσι κατάφερνε να ξεχωρίσει τους μεγάλους παίκτες του χώρου. 88



Michelob **ULTRA**



ΤΚΟΛ στο Super Bowl

Στην απόλυτη διοργάνωση του δημοφιλέστερου αθλητικού γεγονότος στις ΗΠΑ, του Super Bowl, που διεξάγεται στις 11 Φεβρουαρίου στο Λας Βέγκας, «συμμετέχει» για πρώτη φορά ο Lionel Messi ως πρωταγωνιστής διαφήμισης της μπύρας Michelob Ultra. Πρόκειται για ένα σποτ 60 δλ. που τον δείχνει να παραγγέλνει μια μπύρα καθώς περπατάει σε ένα μπαρ και την αντίδρασή του όταν η κάνουλα σταματά να ρέει. Η συνεργασία του Αργεντινίου σούπερ σταρ με τη μητρική εταιρεία της Michelob Ultra, Anheuser-Busch, ξεκίνησε το 2020. Το σποτ αποτελεί μέρος της επένδυσης της μάρκας στο αμερικανικό ποδόσφαιρο. Ήδη η Michelob Ultra έχει ανακοινώσει πως θα είναι χορηγός στο Copa America 2024 αλλά και στο Μουντιάλ του 2026. 88



Next best thing στις εναλλακτικές πρωτεΐνες οι ζύμες της μπίρας

Το δρόμο δείχνει η start up ProteinDistillery



Στο συνεχώς εξελισσόμενο τοπίο των plant-based προϊόντων και στη δύσκολη πρόκληση της ανάπτυξης φυσικών προϊόντων με ελάχιστη επεξεργασία και χωρίς τη χρήση επιβλαβών προσθέτων, η μαγιά μπίρας εμφανίζεται ως ένα πανίσχυρο εργαλείο για τη δημιουργία νέων πρωτεϊνικών επιλογών, που έρχονται όχι μόνο να αντικαταστήσουν τα παραδοσιακά κρέατα και γαλακτοκομικά προϊόντα, αλλά να ενσωματωθούν με επιτυχία σε προϊόντα αρτοποιίας αντικαθιστώντας ακόμα και τα αυγά. Σε αυτή την κατεύθυνση, η Start-up Protein Distillery έχει αναπτύξει ένα συστατικό με βάση τη μαγιά μπίρας που θα μπορούσε να παρέχει πρωτεΐνη για μια ολόκληρη σειρά διαφορετικών προϊόντων. Η πρωτεΐνη της Protein Distillery, η οποία αναπτύσσεται επί του παρόντος σε πι-

λοτική κλίμακα, παρασκευάζεται από μαγιά μπίρας, την οποία αποκτά από παράπλευρους πόρους άλλων εταιρειών, και μέσω μιας σειράς βιολογικών διεργασιών, τη μετατρέπει σε καθαρή πρωτεΐνη. Το αποτέλεσμα είναι μια πρωτεΐνη απαλλαγμένη από χαρακτηριστικά γεύσης και χρώματος, που καταφέρνει να διατηρηθεί πλήρως λειτουργική σε όλες τις διαδικασίες μαγειρέματος. Πέραν της συνηθισμένης μαγιάς μπίρας, η εξερεύνηση νέων δυνατοτήτων μέσω εξειδικευμένης τεχνολογίας ανακύκλωσης αποκαλύπτει τη δυνατότητα εξαγωγής πρωτεΐνης από διάφορες ζυμωμένες βιομάζες. Ως εκ τούτου οι κίνδυνοι εφοδιασμού της Protein Distillery ελαχιστοποιούνται. Αυτή η προσέγγιση είναι όχι μόνον καινοτόμα, αλλά και υψηλά βιώσιμη, ελαχιστοποιώντας το περιβαλλοντικό αποτύπωμα. **Β. Μαντά 88**

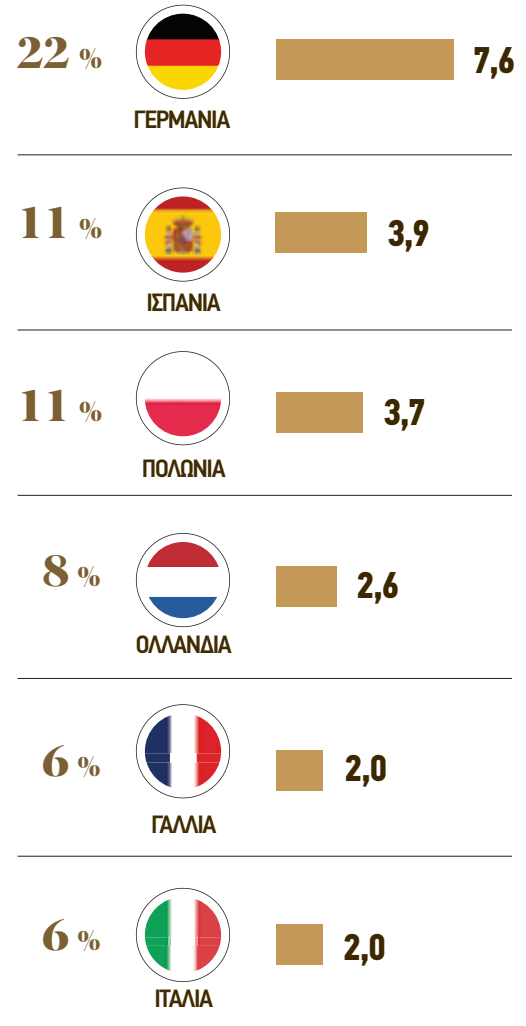


Η πρωτεΐνη από μαγιά μπίρας αναμένεται να αποτελέσει το next big thing στην αγορά τροφίμων, καθώς προσφέρει πραγματικά υψηλή θρεπτική περιεκτικότητα, εξαιρετική βιοδιαθεσιμότητα και τριπλόσκι αριθμό αμινοξέων.

ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΜΠΥΡΑΣ ΕΕ

% ΤΗΣ ΣΥΝΟΛΙΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΤΗΣ ΕΕ

ΔΙΣ. ΛΙΤΡΑ



Επιστρέφει στα προ πανδημίας επίπεδα η παραγωγή μπίρας

Κατά 7% περισσότερη μπίρα παρήγαγαν οι χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης το 2022 σε σχέση με το 2021, σύμφωνα με στοιχεία που δημοσιεύθηκαν από την Eurostat. Σύμφωνα με τα ευρήματα, η ΕΕ παρήγαγε σχεδόν 34,3 δισ. λίτρα μπίρας με αλκοόλ και 1,6 δισ. λίτρα με λιγότερο από 0,5% αλκοόλ ή καθόλου. Το 2019 είχε παραγωγή 34,7 δισ. λίτρων, ωστόσο μέχρι το 2022 η συνολική παραγωγή μπίρας (με & χωρίς αλκοόλ) ισοδυναμούσε με 80 λίτρα ανά κάτοικο.

Κορυφαίος εξαγωγέας μπίρας παρέμεινε και το 2022 η Ολλανδία, ενώ στις εισαγωγές πρώτη παραμένει η Γαλλία. Ο μεγαλύτερος εξαγωγικός προορισμός για μπίρα ήταν το Ηνωμένο Βασίλειο.

Διασταυρώσεις ποικιλιών βυνοποιήσιμου κριθαριού

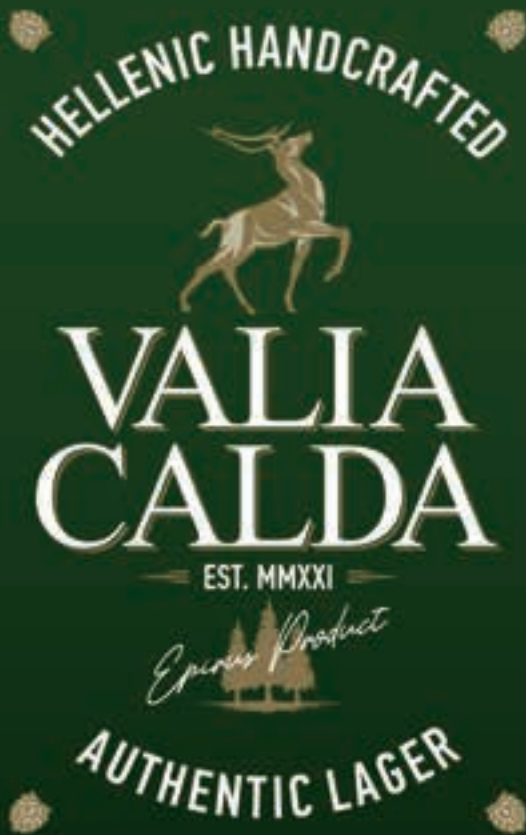
«Τρέχει» το Ινστιτούτο Σιτηρών του ΕΛΓΟ ΔΗΜΗΤΡΑ

Πρόγραμμα διασταυρώσεων των καλύτερων εμπορικά ποικιλιών που κυκλοφορούν στην αγορά, με στόχο τη δημιουργία νέων ελληνικών ποικιλιών βυνοποιήσιμου κριθαριού για τις ανάγκες της βιομηχανίας ζυθοποίησης, έχει σε εξέλιξη το Εργαστήριο Σιτηρών του Ινστιτούτου Γενετικής Βελτίωσης και Φυτογενετικών Πόρων του ΕΛΓΟ-ΔΗΜΗΤΡΑ. Το βελτιωτικό πρόγραμμα, που ξεκίνησε να εφαρμόζεται από το 2017, κυρίως διότι οι ποικιλίες που καλλιεργούνται για την παραγωγή βυνοποιήσιμου κριθαριού είναι αποκλειστικά ξένης προέλευσης και συχνά εμφανίζουν προβλήμα-

τα προσαρμοστικότητας, βρίσκεται στο τελικό στάδιο αξιολόγησης και την επόμενη τριετία, θα είναι έτοιμο να δώσει στην αγορά ποικιλίες υψηλής παραγωγικότητας και ποιότητας, άριστα προσαρμοσμένες στις ελληνικές εδαφικές και κλιματικές ξηροθερμικές συνθήκες. Όπως σημειώνει στο Β&Β ο ερευνητής του ΕΛΓΟ - Δήμητρα, Ιωάννης Μυλωνάς, το βυνοποιήσιμο κριθάρι έχει πλεονεκτήματα έναντι άλλων σιτηρών στα μεσογειακά-ξηροθερμικά περιβάλλοντα, γεγονός σημαντικό λαμβάνοντας υπόψη ότι το κλίμα της χώρας μας γίνεται συνεχώς πιο ξηροθερμικό. **Α. Λιάμης 88**



Πρωτοπόρο φυτό για συστήματα μειωμένων εισροών καθιστούν το βυνοποιήσιμο κριθάρι τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του.



Έως το 2030 μηδενικό αποτύπωμα

Πλάνο επενδύσεων που θα ανέλθει στα 65 εκατ. ευρώ για τα έτη 2024-2026 θα υλοποιήσει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία στον παραγωγικό τομέα, ενώ το 50% του ποσού θα διατεθεί με στόχο να μειώσει τις εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα με επενδύσεις στα δύο εργοστάσια που διατηρεί σε Αθήνα και Πάτρα. Πιο συγκεκριμένα, σύμφωνα με τον διευθύνοντα σύμβουλο της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, Αλέξαν-



δρο Δανιηλίδη στο πλαίσιο σχετικής ενημέρωσης για την παρουσίαση της Έκθεσης Βιώσιμης Ανάπτυξης της εταιρείας, από το 2023 πέτυχε το ισοδύναμο της ηλεκτρι-

κής ενέργειας να προέρχεται από ΑΠΕ ενώ για το 2024 είναι προγραμματισμένο να ξεκινήσει μία ευρεία επενδυτική διαδικασία στο εργοστάσιο της Πάτρας προκειμένου να πετύχει την προμήθεια και θερμικής ενέργειας από ΑΠΕ με τη δημιουργία ενός φωτοβολταϊκού πάρκου. Απώτερος στόχος της εταιρείας είναι να πετύχει μηδενικό αποτύπωμα άνθρακα έως και το 2030. **Γ. Λαμπίρης 88**



Κριθάρι από τον τόπο της

Θέλει η Ηλειακή Ζυθοποιία από την Αρχαία Ολυμπία



Σε μια έκταση 20 στρεμμάτων η Ηλειακή Ζυθοποιία έχει πραγματοποιήσει ήδη τις πρώτες φυτεύσεις με γενετικό υλικό κριθαριού από την ευρύτερη περιοχή. Στόχος σύμφωνα με τον υπεύθυνο της Ζυθοποιίας, Διονύση Μπριντζίκη, είναι να αναπτύξει την κατανάλωση τοπικής μπίρας και την κουλτούρα της μέσα στα επόμενα χρόνια, δίνοντας ένα κίνητρο και παράδειγμα σε αγρότες της περιοχής να υλοποιήσουν κάτι αντίστοιχο για να ενισχυθεί ο πρωτογενής τομέας. Σημειώνεται ότι η δυναμικότητα παραγωγής της Ηλειακής

Ζυθοποιία ανέρχεται στα 40.000 εκατόλιτρα και με δυνατότητα να βράζει καθημερινά σε τρεις βάρδες έως και 10 τόνους μπίρα. Αυτή την περίοδο ετοιμάζει δύο νέες μπίρες. Πρόκειται για μία διαφοροποιημένη -ως προς τη ζυθοποίηση- Lager καθώς και μία κόκκινη. Ο μεγαλύτερος όγκος πωλήσεων της εταιρείας προέρχεται από τις Lager, Pils και Pale Ale, στις οποίες φέτος θα δώσει μεγαλύτερη έμφαση, επιδιώκοντας μέσω αυτών να περάσει το μήνυμα ενός ποιοτικού τοπικού προϊόντος. **Γ. Λαμπίρης 88**



Η Ζυθοποιία Πηνειού με έδρα τη Λάρισα βρίσκεται στη φάση ολοκλήρωσης της τρίτης φάσης του επενδυτικού της σχεδίου.

Η πρώτη πλήρως ψηφιακή εγχώρια μικροζυθοποιία

Η Ζυθοποιία Πηνειού έχει μεταβεί σε έναν απόλυτα διαφανή και φιλικό προς το περιβάλλον τρόπο παραγωγής

Σε συνεργασία με την ελληνική startup εταιρεία Oliveex η Ζυθοποιία Πηνειού κατάφερε να ψηφιοποιήσει πλήρως τις παραγωγικές διαδικασίες και να εφαρμόσει τεχνητή νοημοσύνη με σκοπό τη βελτιστοποίηση του τρόπου λειτουργίας της. Έχοντας ήδη επενδύσει σε σύγχρονο μηχανολογικό εξοπλισμό χρησιμοποίησε το λογισμικό της Oliveex και είναι σε θέση να διατηρεί πλήρως ψηφιακό αρχείο για κάθε παρτίδα μύρας που δημιουργείται, με αυτοματοποιημένο τρόπο, χω-

ρίς την εμπλοκή ανθρώπινου παράγοντα. Τα ψηφιακά αρχεία περιέχουν παραγωγικά δεδομένα, δείκτες παραγωγικότητας αλλά και συσχετίσεις με άλλες βιομηχανικές διεργασίες δίνοντας τη δυνατότητα απόλυτης ψηφιακής ιχνηλασιμότητας, εξασφαλίζοντας την αναγνώριση δυσλειτουργιών ή σφαλμάτων σε πραγματικό χρόνο και καταφέροντας μετά την εφαρμογή να βελτιώσει σημαντικά τους δείκτες ποιότητας αλλά και να βελτιστοποιήσει τις διαδικασίες της. 88

Εξαγορά του 60% της Valia Calda

Στην απόκτηση ποσοστού πλειοψηφίας στην ηπειρώτικη μικροζυθοποιία Valia Calda προχώρησε η εταιρεία Ηλιακή Δύναμη του επιχειρηματία Πέτρου Καραναστάση, επικεφαλής του ομίλου PK Energy, ο οποίος εκτός από τις Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας το τελευταίο διάστημα έχει πραγματοποιήσει επενδύσεις στον τομέα της υδροπονικής καλλιέργειας σε συνδυασμό με συμπαραγωγή ηλεκτρικής και θερμικής ενέργειας υψηλής απόδοσης. Στο νέο εταιρικό σχήμα της Valia Calda συμμετέχουν από πλευράς της PK Energy ο Θανάσης Τοσιδής και ο Θωμάς Τσιώτας. Με βάση τις νέες ισορροπίες, ο ιδρυτής της ζυθοποιίας, Βαγγέλης Λαγός, παραμένει στην εταιρεία και διατηρεί το 40% και το υπόλοιπο 60% ανήκει πλέον στους νέους μετόχους. Η Valia Calda έχει καταθέσει αίτηση για επιχορήγηση του επενδυτικού της σχεδιασμού μέσω Αναπτυξιακού για νέο ζυθοποιείο δαπάνης 2 εκατ.ευρώ σε πρώτη φάση. **Γ. Λαμπίρης 88**



Αναβάθμιση μέσω επενδύσεων για την Corfu Beer

Από τη Δράση «Αναβάθμιση πολύ μικρών & μικρών επιχειρήσεων για την ανάπτυξη των ικανοτήτων τους στις νέες αγορές» του Επιχειρησιακού Προγράμματος Ανταγωνιστικότητα, Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία (ΕΠΑνΕΚ), με επενδυτικό σχέδιο συνολικού προϋπολογισμού 200.000 ευρώ χρηματοδοτήθηκε η Κερκυραϊκή Ζυθοποιία «Corfu Beer».

Βασικός στόχος ήταν η ενίσχυση της παραγωγικής διαδικασίας με τη δημιουργία μιας επιπλέον γραμμής παραγωγής με σύγχρο-

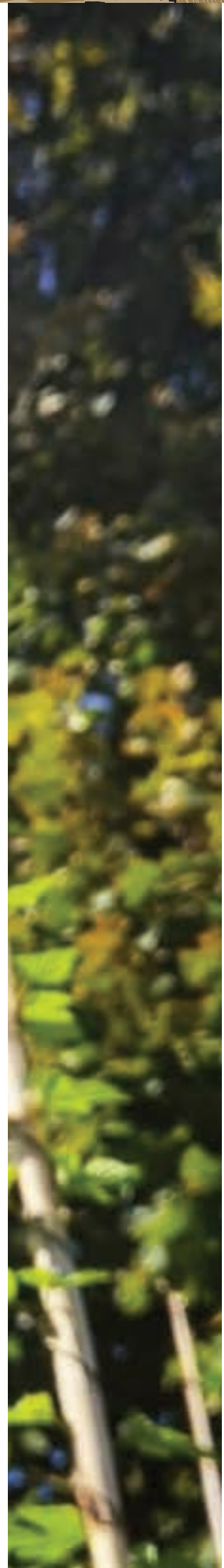
νο εξοπλισμό και αυτοματοποιημένη διαδικασία. Επίσης στο επενδυτικό σχέδιο περιλαμβάνονταν και η χρηματοδότηση ενεργειών προώθησης και προβολής. Επιπλέον αξιοποιήθηκαν οι πόροι και για την πρόσληψη προσωπικού. Όπως αναφέρει ανακόινωση του ΕΠΑνΕΚ, η επένδυση υλοποιήθηκε απρόσκοπτα και χάρη σε αυτήν η επιχείρηση ενίσχυσε σημαντικά την ανταγωνιστικότητά της, ενίσχυσε τη γκάμα των προσφερόμενων προϊόντων και αύξησε τις θέσεις εργασίας της. **Γ. Λαμπίρης 88**



Με 1.000 ρίζες στη Χαλκιδική

Στην καλλιέργεια του δικού της λυκίσκου σχεδιάζει να προχωρήσει η μικροζυθοποιία Seven Seals από την Ιερισσό Χαλκιδικής. «Η φύτευση, που αφορά 1.000 ρίζες, θα συνοδεύεται με μια εκδήλωση αφιερωμένη στη φύση με πολύ κέφι και craft μπύρα», τονίζει στο B&B, ο Δημήτρης Σταθώρης, ιδρυτής της μικροζυθοποιίας και αποκαλύπτει πως για το σκοπό αυτό θα ενοικιαστεί ένα χωράφι πολύ κοντά στο ζυθοποιείο. Η ημερομηνία της φύτευσης τοποθετείται μέσα στην άνοιξη. «Εκτός από το επικοινωνιακό στοιχείο, η δράση θα έχει σκοπό να μας δώσει το λυκίσκο που χρησιμοποιούμε στις αρωματικές μας μπύρες, τις IPA και PALE», εξηγεί ο ίδιος και διευκρινίζει ότι «δεν έχουμε καταλήξει στις ποικιλίες. Το σίγουρο είναι πως θα τις προμηθευτώ από έναν συνεργάτη στην Κόρινθο, που έχει δική του παραγωγή».

Λ. Λιάμης 88





Με μύρα ποτίζει τα βοοειδή ο Mr Facebook

Με άλευρα από μακαντέμια και μύρα αποφάσισε να εκτρέφει τα βοοειδή του ράντσου του στη Χαβάη ο Mark Zuckerberg έχοντας μάλιστα υψηλές κτηνοτροφικές φιλοδοξίες. «Στόχος μου είναι να δημιουργήσω μερικά από τα υψηλότερης ποιότητας βοδινά κρέατα στον κόσμο» σημειώνει ο ίδιος ενώ αξίζει να αναφερθεί ότι και στα εκλεκτά ιαπωνικά Wagyu δίνεται μύρα ως διεγερτικό της όρεξης. 88



Puffer Jackets σε περίπτωση καύσωνα

Η Heineken, σε συνεργασία με την Izzy Du, έφτιαξαν ένα μπουφάν που σε δροσίζει με παγωμένη μύρα. Ο μηχανισμός, αξιοποιεί παγωμένες μύρες, μέσα από τις οποίες περνά νερο το οποίο φτάνει μέσα από σωλήνες σε μέρη του σώματος ρίχνοντας τη θερμοκρασία έως και 5 βαθμούς Κελσίου. 88

Από 10-12 Μαΐου στην Τεχνόπολη Δ. Αθηναίων

Ένα τριήμερο πλούσιο σε μύρα από όλο τον κόσμο, tastings, street food, αλλά και συναυλίες, μουσικά happenings και games

Ραντεβού στο ΣΕΦ από 5-7 Απριλίου

Περισσότεροι από 20 παραγωγοί craft μύρας δίνουν ραντεβού στο Greek Beer Festival Only Craft, το οποίο υπόσχεται μια μοναδική εμπειρία από τις 5 έως τις 7 Απριλίου 2024 στο χώρο του περιστυλίου στο Στάδιο Ειρήνης & Φιλίας. Το φεστιβάλ θα πλαισιώσουν μουσικά πολλά εγχώρια συγκροτήματα! 88



Έντονα αρώματα βύνης και λυκίσκου θα πλημμυρίσουν την Τεχνόπολη του Δήμου Αθηναίων για τρεις ημέρες στο World of Beer 2024, μια διοργάνωση που θα φιλοξενήσει γνωστές αλλά και σπάνιες ετικέτες μύρας από όλο τον κόσμο αλλά και

πολλή γεύση, μουσική και happenings, όπως και πολλά Beer Workshops από επαγγελματίες του κλάδου. Το World of Beer διοργανώνεται από την Forum A.E. και τελεί υπό την αιγίδα & την στήριξη της Ελληνικής Ένωσης Ζυθοποιών. 88

Οι συνεργασίες, στο κέντρο της φιλοσοφίας του χειροποίητου ζύθου

Σύμφωνα με τον Φώτη Αναστασίου, επικεφαλής της ομώνυμης μικροζυθοποιίας



Μ

Μια εποικοδομητική διαδικασία, που πέρα από ανταλλαγή γνώσεων προσφέρει και όμορφες στιγμές, είναι σύμφωνα με τον Φώτη Αναστασίου, οι συνεργασίες μεταξύ των μικροζυθοποιών. Όπως σημειώνει ο επικεφαλής της μικροζυθοποιίας με έδρα το Χαλάνδρι, η οποία το 2023 γιόρτασε τα πέντε χρόνια λειτουργίας της δημιουργώντας δέκα συνεργατικές ετικέτες, «κάθε συνεργασία είναι παράλληλα μια προβολή του ζυθοποιείου που συνεργαστήκαμε καθώς και της περιοχής του, ενώ, πέρα από το όποιο οικονομικό όφελος, προσφέρει συγκίνηση στον καταναλωτή, αφού αποτελεί στην πραγματικότητα μια γιορτή της ελληνικής ζυθοποίησης». «Πολλά ταξίδια, πολ-

Οι δέκα συνεργατικές ετικέτες για τον εορτασμό των πέντε χρόνων της ζυθοποιίας μας ήταν ένα εγχείρημα πολύ δύσκολο αλλά νομίζω το φέραμε εις πέρας με απόλυτη επιτυχία

λοί φίλοι, αμέτρητα τηλεφωνήματα, συζητήσεις, εκατοντάδες ηλεκτρονικά μηνύματα και άφθονος ζύθος» αλλά τελικά τα καταφέραμε σημειώνει με σημασία ο ίδιος.

Βρίσκει τελικά το νόημά της η ζυθοποίηση μέσα από το πλαίσιο της -ιδιαίτερα δημοφιλούς πια- πρακτικής της συνεργασίας των μικροζυθοποιών στην ανάπτυξη νέων συνταγών;

Το νόημα για εμάς, στη Ζυθοποιία Αναστασίου, είναι ο πειραματισμός και η συνεχής βελτίωση, οπότε κατά κάποιο τρόπο ναι. Το να συνεργάζεσαι με άλλες ζυθοποιίες είναι μια εποικοδομητική διαδικασία, που πέρα από ανταλλαγή γνώσεων προσφέρει και όμορφες στιγμές. Έχουμε πολλούς φίλους σε όλη την Ελλάδα αλλά και στο εξωτερικό. Οι συνεργασίες είναι η επιτομή της φιλοσοφίας που ακολουθούμε όσοι ασχολούμαστε με τον χειροποίητο ζύθο και ελπίζω να ακολουθήσουν κι άλλοι το παράδειγμά μας, αφού όπως σε αυτή τη διαδρομή είμαστε συναγωνιστές και όχι ανταγωνιστές.

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

Οι διαφορετικές συνταγές δείχνουν το κομμάτι του πειραματισμού. Εμείς αυτό κυνηγάμε. Μια ζυθοποιία συνήθως γίνεται γνωστή από μια επιτυχημένη συνταγή, ενώ κάποιες ταυτίζονται με συγκεκριμένα στυλ. Κάποιες φημίζονται για τις IPA ενώ άλλες για τις Stout. Το νόημα των συνταγών είναι να δοκιμάζεις συνεχώς νέα πράγματα, κρατάει ζεστό το ενδιαφέρον του κοινού αλλά παράλληλα μαθαίνεις και βελτιώνεσαι.

Είναι αυτός ένας από τους λόγους που αυτή η πρακτική ανθίζει στις μέρες μας; Ποιοί άλλοι λόγοι οδηγούν ανταγωνιστικά στην πραγματικότητα σχήματα να βγαίνουν μαζί στην αγορά;

Όπως ανέφερα είναι μια κατάσταση που κερδίζουν όλοι. Το βασικό όμως θέμα είναι να γίνεται για να προσφέρει μια νέα συγκίνηση στον καταναλωτή και όχι απλά για οικονομικούς λόγους. Πολλοί δυστυχώς το χρησιμοποιούν καθαρά γι'



αυτό, πράγμα που με βρίσκει αντίθετο. Σε ένα άρθρο μου για την εξέλιξη της μικροζυθοποιίας στην Ελλάδα έχω τονίσει την έλλειψη σεβασμού προς τον καταναλωτή από κάποιους συναδέλφους, όπως και για την τεράστια δυστυχώς έμφαση στην εικόνα μιας συνταγής (ετικέτα, μάρκετινγκ κ.λπ.) παρά στην γεύση που είναι η ουσία για μένα.

Όταν δημιουργείται μια νέα ετικέτα από σχήματα δύο ή και περισσότερων μερών, ποια είναι τα βασικά στοιχεία της εμπορικής διαχείρισής της; Νέμεται μεγαλύτερης αξίας το σχήμα που φιλοξενεί τη διαδικασία στις εγκαταστάσεις του ή έχει το πιο ισχυρό εμπορικό brand; Όλες οι αποφάσεις που την αφορούν παίρνονται από κοινού; Εξαρτάται κυρίως από τις εταιρείες. Εμείς παρουσιάζουμε την πρότασή μας αλλά συμμετέχουμε ίσα στη δημιουργία τόσο της συνταγής, όσο και του μάρκετινγκ.

Με χαρά ξεκινάμε ένα νέο εγχείρημα στην όμορφη αυλή μας ακριβώς δίπλα από το ζυθοποιείο. Η ζυθοποιία μας θα αποκτήσει το δικό της εστιατόριο

Το οικονομικό κομμάτι είναι κάτι που αφορά και διαχειρίζεται πιο πολύ η ζυθοποιία που παράγει το προϊόν. Όλα αυτά όμως είναι σχετικά γιατί κάθε επιχείρηση λειτουργεί διαφορετικά.

Δέκα συνεργατικές ετικέτες σε ένα χρόνο με πλήρη, ακόμη και ιστορική, τεκμηρίωση της επιλογής τους και άρτια εικαστικά επιθετικού marketing;

Ήταν ένα εγχείρημα πολύ δύσκολο αλλά νομίζω το φέραμε εις πέρας με απόλυτη επιτυχία. Πολλά ταξίδια, πολλοί φίλοι, αμέτρητα τηλεφωνήματα, συζητήσεις, εκατοντάδες ηλεκτρονικά μηνύματα και άφθονος ζύθος. Νομίζω γιορτάσαμε τα πέντε μας έτη με τον καλύτερο δυνατό τρόπο χαράσσοντας παράλληλα μια νέα οπτική στο κομμάτι των συνεργασιών. Κάθε συνεργασία ήταν παράλληλα μια προβολή του ζυθοποιείου που συνεργαστήκαμε καθώς και της περιοχής του. Δεν το σκέφτηκα ποτέ σαν επιθετικό μάρκετινγκ, πιο πολύ σαν μια γιορτή της ελληνικής ζυθοποιίας.

Οι συνεργασίες σας είναι μόνο με μικροζυθοποιούς ή έχετε δημιουργήσει ετικέτες συνεργατικά και με νομάδες;

Κυρίως συνεργαζόμαστε με ζυθοποιίες, αφού μοιραζόμαστε το ίδιο πάθος αλλά κυρίως μοιραζόμαστε τα ίδια άγχη και τους ίδιους προβληματισμούς. Κοινώς μιλάμε την ίδια γλώσσα. Η νομαδική ζυθοποίηση υπάρχει από το 2013 περίπου και έχω βρεθεί από τους πρώτους και πιο ένθερμους υποστηρικτές της. Η μορφή που έχει πάρει σήμερα όμως με αφήνει αδιάφορο. Έχω εκφράσει και στο παρελθόν την ανησυχία μου για την ανεξέλεγκτη παρουσία των νομάδων. Μια παρουσία που ίσως φέρει σε δύσκολη θέση τις ελληνικές μικροζυθοποιίες στο μέλλον.

Ποια είναι τα σχέδια της Ζυθοποιίας Αναστασίου για το νέο έτος.

Με μεγάλη χαρά ξεκινάμε ένα νέο εγχείρημα στην όμορφη αυλή μας ακριβώς δίπλα από το ζυθοποιείο. Η ζυθοποιία μας θα αποκτήσει το δικό της εστιατόριο. Παράλληλα μας έχουν καλέσει σε διάφορα εγχώρια αλλά και ευρωπαϊκά φεστιβάλ ζύθου, αλλά και νέες συνταγές είναι καθ' οδόν. ☺



Το όνομα Local Heroes επιλέχθηκε για να εκφράσει τους κατοίκους της Πρέβεζας που αντιμετωπίζουν πολλές ελλείψεις σε βασικές υποδομές.

Οι Τοπικοί Ήρωες της Πρέβεζας

Δύο νομάδες ζυθοποιοί με αγάπη για τον τόπο τους



 ΓΙΩΡΓΟΣ ΛΑΜΠΙΡΗΣ

Επόμενο βήμα για τη Local Heroes η παρουσίαση μιας ισορροπημένης IPA, που επίσης θα ζυθοποιηθεί στις εγκαταστάσεις της Ζυθοποιίας Πηνειού.



Δύο νομάδες ζυθοποιοί που γνώρισαν την τέχνη της μπίρας κατά τη διάρκεια των σπουδών τους στο εξωτερικό, αποφάσισαν να ενώσουν τις δυνάμεις τους δημιουργώντας τη μικροζυθοποιία Πρέβεζας, με την ονομασία «Local Heroes». Η πρώτη τους ετικέτα είναι μία ευκολόπιστη Lager με την ονομασία «Ακτή», η οποία έγινε πραγματικότητα σε συνεργασία με τη Ζυθοποιία Πηνειού στη Λάρισα και τον Γιώργο Πέτρου. Ο λόγος για τον Γιώργο Χαλκίδη, ιδιοκτήτη της εταιρείας iFrame με έδρα την Πρέβεζα και δραστηριότητα στον τομέα της δημιουργίας εταιρικής ταυτότητας για επιχειρήσεις, και τον συνεταιρό του, Νίκο Τόλη, ο οποίος διατηρεί εταιρεία κάλυψης ηχητικών υποδομών. Η δημιουργία των «Local Heroes», δεν ήταν η πρώτη σύμπραξη μεταξύ τους, καθώς ήδη διατηρούν και ένα μπαρ με την ονομασία «Αποθήκη». «Η παραμονή μας στο εξωτερικό μας βοήθησε να κατανοήσουμε την κουλτούρα της μπίρας. Είχαμε εκτεταμένη τριβή με αυτήν και την κουλτούρα που πρεσβεύει, σε μπαρ, ζυθοποιεία, μικροζυθοποιεία του εξωτερικού. Και ερχόμενοι στην Ελλάδα ασχοληθήκαμε με το home brewing», λέει ο Γιώργος Χαλκίδης.

Η κοινή τους επιθυμία να ξεκινήσουν να ζυθοποιούν, ήρθε να απαντήσει «στην ανάγκη που υπήρχε στην περιοχή για μία ποιοτική Lager. Η Πρέβεζα προσφέρει καλή κουζίνα, η οποία έως τώρα δεν συνοδευόταν από μία μπίρα. Η Ακτή επιδίωξε να ταιριάξει με την ευρύτερη ανάγκη για μία ευκολόπιστη μπίρα», συμπληρώνει ο κ. Χαλκίδης. Εκτός από τη Lager που ήδη παρουσίασαν, ετοιμάζουν μία IPA. «Η συγκεκριμένη ετικέτα μας απασχολεί λίγο περισσότερο, καθώς θέλουμε να πετύχουμε ισορροπία. Θα περιέχει λυκίσκους από την Καλιφόρνια και θα επιδιώξουμε να μην είναι έντονα πικρή στη γεύση. Θα έλεγα ότι μου ταιριάζει πάρα πολύ η Double Hazy Jane IPA της Brewdog ως προς τα γευστικά της χαρακτηριστικά. Θα ήθελα η δική μας μπίρα να εμπεριέχει τροπικά αρώματα μάνγκο καθώς και εσπεριδοειδών. Κι αυτή τη δουλεύουμε στη Ζυθοποιία Πηνειού». Στα επόμενα βήματα είναι να δημιουργήσουν και μία τρίτη μπίρα, η οποία θα περιέχει συστατικό, που θα είναι συνδεδεμένο με την ευρύτερη διατροφική παράδοση της Πρέβεζας. Ωστόσο, σύμφωνα με τον Γιώργο Χαλκίδη, μένει να αποδειχθεί ότι το πάντρεμα της μπίρας με το συστατικό που θα επιλεγεί, είναι αρμονικό. Στόχος είναι με αυτή την κίνηση να αποκτήσει πανελλαδική απήχηση η προσπάθειά τους. ☞



Ο Γιώργος Χαλκίδης είναι ένας εκ των συνιδρυτών της νομαδικής μικροζυθοποιίας Local Heroes, που δημιουργήθηκε στην Πρέβεζα.



Θάνος Μαντάς

Η νομοθεσία κρατά πίσω την μπύρα

Το μέλλον στις συνεργασίες



ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΣΤΟΝ
ΓΙΩΡΓΟ ΛΑΜΠΙΡΗ



ΓΕΩΡΓΙΑ ΚΑΡΑΜΑΛΗ

Κ

Καθώς η παραγωγή μπύρας στην Ελλάδα έχει λάβει ευρεία διάσταση στον τομέα της μικροζυθοποιίας, η Αθήνα συγκεντρώνει και αυτή κάποιες ξεχωριστές προσπάθειες. Αξιόλογες και διαφοροποιημένες μονάδες παραγωγής που έρχονται να αποδείξουν ότι η μπύρα, εκτός από προϊόν μαζικής κατανάλωσης, μπορεί να έχει εξέχοντα ποιοτικά χαρακτηριστικά και ταυτόχρονα να αποτελεί μία μορφή τέχνης που με αρκετούς διαφορετικούς τρόπους αποτυπώνεται στη





”

Το πιο σύνηθες για όλους τους ζυθοποιούς είναι πως όταν ξεκινούν, νομίζουν ότι θα φτιάχνουν μπύρα με την ίδια ευκολία που το έκαναν και στο σπίτι τους, συνεχίζοντας να κάνουν το χόμπι τους

”

Ένας ακόμα μύθος που καταρρέει όταν ξεκινάει κανείς επιχειρηματική δραστηριότητα στην μπύρα, είναι ότι όλοι όσοι γνωστοί ή φίλοι έχουν καταστήματα εστίασης, θα φιλοξενήσουν την μπύρα του στο χώρο τους

”

Στην κουλτούρα μας είναι ευρύτερα διαδεδομένο να συνεργαζόμαστε και με άλλες ζυθοποιίες, με τις οποίες συνδημιουργούμε ετικέτες που αποτελούν ένα ξεχωριστό επεισόδιο και κυκλοφορούν για μόνο μία φορά στην αγορά



"Ιδρυτές της Alea Brewing Co. είμαστε εγώ, ο Αυγουστίνος Ευριπιώτης, ο Γιάννης Μακαρώνας, Κωνσταντίνος Πασχίδης και Παναγιώτης Κομνηνός. Ο πυρήνας αυτής της ομάδας παραμένει αμετάβλητος έως και σήμερα" σημειώνει ο Θάνος Μαντάς.

συσκευασία που τη φιλοξενεί. Τέτοιο εγχείρημα αποτελεί η Μικροζυθοποιία Μεταμόρφωσης ή Alea Brewing Co., η οποία ιδρύθηκε πριν από μερικά χρόνια από πέντε συνεργάτες. Ήταν αποφασισμένοι να αναδείξουν την τέχνη του ζυθοποιού τόσο στο τελικό προϊόν, όσο και στο κουτάκι αλουμινίου όπου συσκευάζεται. Ο Θάνος Μαντάς, Team Leader της Alea Brewing Co. και ένας από τους ιδρυτές της, περιγράφει τη διαδρομή αυτή στο Beer & Brunch. Προτεραιότητα για τους ζυθοποιούς και ιδιοκτήτες της, όπως και για τον κλάδο της μπύρας συνολικά, αποτελεί η τροποποίηση της νομοθεσίας που θα δώσει τη δυνατότητα χρήσης και άλλων συστατικών στην παραγωγή της όπως σοκολάτα, φρούτα, καφές και ταυτόχρονα θα ανοίξει το δρόμο των συνεργασιών με Έλληνες παραγωγούς στον πρωτογενή τομέα.

Πότε ξεκινήσατε την Alea Brewing Co.;

Όλα άρχισαν από το κτίριο στο οποίο βρισκόμαστε σήμερα, στην οδό Χλόης στη Μεταμόρφωση. Μετά από αρκετές δυσκολίες καταφέραμε να εντοπίσουμε το συγκεκριμένο ακίνητο. Ήταν αρκετά χρονοβόρα η διαδικασία να βρούμε τον κατάλληλο χώρο, ο οποίος θα μπορούσε να φιλοξενήσει μία ζυθοποιία μέσα στην πόλη. Η πρώτη μας παραγωγή πραγματοποιήθηκε τον Ιούλιο το 2019 και από τότε πέρασε αρκετός χρόνος.

Σύστησέ μας εάν θέλεις τους ανθρώπους πίσω από τη συγκεκριμένη προσπάθεια.

Γνωρίζομασταν όλοι πριν ξεκινήσουμε από την

πρότερη δραστηριότητά μας στον τομέα της οικιακής ζυθοποίησης. Ιδρυτές της Alea Brewing Co. είμαστε εγώ, ο Αυγουστίνος Ευριπιώτης, ο Γιάννης Μακαρώνας, Κωνσταντίνος Πασχίδης και Παναγιώτης Κομνηνός. Ο πυρήνας αυτής της ομάδας παραμένει αμετάβλητος έως και σήμερα.

Έχοντας ξεκινήσει ως home brewers, κάνατε στη συνέχεια κινήσεις για να εξειδικεύσετε το γνωστικό σας αντικείμενο;

Η εκπαίδευσή μας στην μπύρα και τα μυστικά της δεν έμεινε στο επίπεδο του home brewing. Για παράδειγμα, ο Αυγουστίνος πραγματοποίησε μεταπτυχιακό στη ζυθοποίηση και είναι ο επικεφαλής ζυθοποιός, ενώ αντίστοιχη μετακπαίδευση πραγματοποίησε ο Γιάννης Μακαρώνας. Αλλά και εγώ εκπαιδεύτηκα στη Σουηδία σε πρόγραμμα σχετικό με τη ζυθοποίηση.

Είναι τα πράγματα στο χώρο όπως τα περιμένατε όταν ξεκινήσατε;

Το πιο σύνθημα για όλους τους ζυθοποιούς είναι πως όταν ξεκινούν, νομίζουν ότι θα φτιάχνουν μπύρα με την ίδια ευκολία που το έκαναν και στο σπίτι τους, συνεχίζοντας να κάνουν το χόμπι τους. Κανείς δεν σκέφτεται τι θα κάνει με τις ποσότητες που παράγει. Από τη στιγμή που συστήνεται μία επιχείρηση, η συνθήκη αλλάζει, καθώς ο ζυθοποιός σταματάει να παράγει για να κεράσει μπύρα τους φίλους του. Πρέπει να κάνει ό,τι περνάει από το χέρι του για να διαθέσει στην αγορά την μπύρα του. Εκτός αυτού έρχεται αντιμέτωπος με έντο-



Μια ελαφριά μαύρη μπύρα (6.0% vol.) με αρώματα και γεύση σοκολάτας και καφέ, που δένουν αρωματικά με μια απαλή αίσθηση καπνιστής βόνης είναι η Smoky Stout

νη γραφειοκρατία καθώς έχει να διαχειριστεί το πού θα καταλήξει το προϊόν, να έρθει σε επαφή με χονδρεμπόρους ή καταστήματα για να προωθήσει την μπύρα του. Όλες αυτές οι διαδικασίες αποτέλεσαν επιμέρους προκλήσεις από την πρώτη στιγμή και νομίζω ότι πλέον βρισκόμαστε σε ένα αρκετά καλό σημείο διαχείρισής τους.

Ποια ήταν η σημαντικότερη δυσκολία αντιμετώπιστε στην επαφή σας με την αγορά προκειμένου να πουλήσετε τη μπύρα σας, όντας πλέον επαγγελματίες και όχι home brewers;

Ένας ακόμα μύθος που καταρρέει όταν ξεκινάει κανείς επιχειρηματική δραστηριότητα στην μπύρα, είναι ότι όλοι όσοι γνωστοί ή φίλοι έχουν καταστήματα εστίασης, θα φιλοξενήσουν την μπύρα ενός ζυθοποιού στο χώρο τους. Στην πραγματικότητα, ελάχιστοι είναι αυτοί οι οποίοι στην πράξη, έβαλαν την μπύρα μας στα μαγαζιά τους. Παρόλα αυτά πάντα υπάρχουν εκπλήξεις. Κι εκεί που δεν το περιμέναμε άνοιγε μία καινούργια πόρτα. Σήμερα θα μας βρει κανείς σε Θεσσαλονίκη, Αθήνα, Κρήτη, Κυκλάδες, Ρόδο και Πελοπόννησο, κυρίως στην Πάτρα.

Επιλέξατε να μην δημιουργήσετε κλασικές ετικέτες μπύρας, αλλά μία εικόνα σε κάθε κουτάκι, η οποία αποτελεί ουσιαστικά και την ονομασία της καθεμίας από τις μπύρες σας.

Αποφασίσαμε στη βασική σειρά προϊόντων μας να διατηρήσουμε την αναφορά στην ετικέτα της μπύρας και ουσιαστικά μέσω μίας εικόνας ενός ψαριού, μίας πεταλούδας, ενός παγκολίνου, να «ονομάσουμε» την κάθε μπύρα. Έτσι, μπορεί κάποιος να πάει και να ζητήσει μία «πεταλούδα» ή ένα «ψάρι», συνδέοντας την εικόνα με το προϊόν.

Είναι το αντίστροφο από αυτό που έγινε με την μπύρα Chloe, που αποτελεί τη συνεργασία μας με την μικροζυθοποιία Strange Brew. Ο κόσμος αναγνωρίζει περισσότερο το όνομα Chloe που βρίσκεται στην ετικέτα αλλά και την εικόνα της γάτας που είναι τυπωμένη πάνω στη συγκεκριμένη μπύρα. Παράλληλα, η χρήση των ζώων στις ετικέτες μας συνδέεται με τις ανησυχίες για το περιβάλλον και τη βιωσιμότητά του. Δεν είναι απλά μία κίνηση να αποτυπώσουμε κάποια ζώα πάνω σε μία ετικέτα.

Ποιες ετικέτες μπύρας βρίσκονται κάτω από



Η χρήση των ζώων στις ετικέτες της Alea συνδέεται με τις ανησυχίες για το περιβάλλον και τη βιωσιμότητά του.

την ονομασία Alea Brewing Co;

Ξεκινήσαμε με τη Wit, η οποία είναι ουσιαστικά μία βελγική Weiss, όπου απεικονίζεται η πεταλούδα. Επίσης παράγουμε την Pale Ale που έχει πάνω της την εικόνα του ψαριού, την Chloe μία Unity Lager με το χαρακτηριστικό σκίτσο μίας μαύρης γάτας και μία California Common, όπου πάνω στην ετικέτα της φιλοξενείται ο παγκολίνος και θα μπορούσε κανείς ότι μοιάζει με μία κόκκινη lager. Από εκεί και ύστερα έχουμε δημιουργήσει πολλές μπύρες περιορισμένες παραγωγής καθώς και συνεργατικές μπύρες, όπου η κάθε ετικέτα αποτελεί ένα ξεχωριστό επεισόδιο. Ένα τέτοιο παράδειγμα αποτελεί η σειρά «Hoppy Three Friends», μία συνεργασία με τις μικροζυθοποιίες Mustaki Nomad Brewing και Sourmena Brew. Στην κουλτούρα μας είναι ευρύτερα διαδεδομένο να συνεργαζόμαστε και με άλλες ζυθοποιίες, με τις οποίες συνδημιουργούμε ετικέτες που κυκλοφορούν για μόνο μία φορά στην αγορά.

Παράγετε όμως και για λογαριασμό τρίτων...

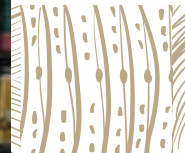
Είναι αρκετοί εκείνοι που μας ζητούν να παράγουμε μπύρα για εκείνους. Μία τέτοια περίπτωση αποτελεί η «608 Brewing Co.», μία Pale Ale με 5,6% περιεκτικότητα σε αλκοόλ, που παρουσιάζει φρουτώδη γεύση αλλά και αρώματα. Πρόκειται για μία από τις πιο επιτυχημένες μπύρες που έχουμε δημιουργήσει για λογαριασμό κάποιου άλλης ζυθοποιίας. Ακόμα ένα παράδειγμα είναι η «Ρόζα», μία Irish Red μπύρα για τους Hoppenians. Επίσης, έχουμε συνεργασία με την κυπριακή ζυθοποιία, Radical Way Brewing.

Γιατί αποφασίσατε να ασχοληθείτε με την μπύρα;

Ο καθένας από εμάς έχει να αφηγηθεί τη δική του ιστορία εάν τον ρωτήσεις ξεχωριστά.

Εσύ προσωπικά;

Εγώ προσωπικά ήθελα να σταματήσω να έχω αυτό τον πονοκέφαλο που είχα κάθε φορά που έπινα μπύρα εκτός σπιτιού στα χρόνια που βρισκόμουν στο εξωτερικό. Αντιλήφθηκα ότι έπρεπε να καταναλώνω αποκλειστικά εμφιαλωμένες μπύρες και όχι βαρελίσιας. Στην πορεία άρχισα να πίνω μπύρα σε ένα μαγαζί που είχε αποκλειστικά craft, η οποία στην αρχή μου φάνηκε



αρκετά πικρή, αλλά μου άρεσε η επίγευση που άφηνε. Μετά μπήκε μέσα μου το μικρόβιο και άρχισα να αναζητώ τον τρόπο για να φτιάξω τη δική μου μπύρα.

Κάτι που κάνατε ως ζυθοποιία και γενικά δεν συνηθίζεται στην εγκώρια μικροζυθοποιία, είναι ότι βγάλατε μπύρα μόνο σε κουτάκι.

Ξεκινήσαμε με το κουτάκι των 330ml. Και ήμασταν η πρώτη μικροζυθοποιία στην Ελλάδα που έβγαλε κουτάκι. Κάτι για το οποίο δεχτήκαμε αρκετά έντονη κριτική στην αρχή, γιατί ο κόσμος δεν ήταν συνηθισμένος σε κάτι τέτοιο. Ήταν μία συσκευασία που δεν συνηθιζόταν στη μικροζυθοποιία αλλά μόνο στις μεγαλύτερες ζυθοποιίες. Κάποιοι μάλιστα άρχισαν να μας λένε ότι δεν βάζουν το προϊόν στο μαγαζί τους, θεωρώντας το «φτηνιάρικο» και ταυτόχρονα μας ρωτούσαν πώς είναι δυνατόν να πουλάμε τόσο ακριβά, ενώ συσκευάζουμε σε κουτάκι. Δύο χρόνια μετά το δικό μας ξεκίνημα έγινε μία μεγάλη ανατροπή στην αγορά. Όλοι οι εισαγωγείς που ήθελαν να φέρνουν craft μπύρα από το εξωτερικό, διαπίστωσαν ότι ήταν μόνο σε κουτάκι. Τότε κατάλαβαν ότι όλα όσα μας είχαν πει και η κριτική που μας είχαν ασκήσει δεν ήταν σωστή. Και ήταν σαν να έφαγαν μία μεγάλη σφαλιάρα. Ωστόσο για εμάς το κουτάκι είναι το καλύτερο μέσο αποθήκευσης της μπύρας. Γιατί δεν το βλέπει ο ήλιος, είναι πλήρως ανακυκλώσιμο ως προϊόν, ελαφρύτερο κατά τη μεταφορά, αφήνει λιγότερο χώρο στο οξυγόνο σε σχέση με το μπουκάλι. Εκτός των άλλων όμως πάνω στο κουτί υπάρχει περιθώριο για να δημιουργήσει κάποιος μία ξε-

Από την πρώτη στιγμή υπήρξαμε υπέρμαχοι της λογικής να προσλάβουμε νέους ανθρώπους και να έρθουν στο χώρο μας να κάνουν την πρακτική τους αλλά και να μείνουν κοντά μας για αρκετό καιρό

χωριστή ετικέτα, κάτι που καταφέραμε εμείς πάνω στις δικές μας μπύρες.

Τι θέλετε να κάνετε από τώρα και στο εξής;

Ήδη έχουμε αναπτύξει μία καλή ομάδα συνεργατών στον τομέα της ζυθοποίησης. Από την πρώτη στιγμή υπήρξαμε υπέρμαχοι της λογικής να προσλάβουμε νέους ανθρώπους και να έρθουν στο χώρο μας να κάνουν την πρακτική τους αλλά και να μείνουν κοντά μας για αρκετό καιρό. Είναι κάτι που το θέλαμε κι εμείς στα φοιτητικά μας χρόνια και μοχθήσαμε για να φτάσουμε ως εδώ. Επομένως καταλαβαίνουμε πώς είναι να αναζητά κανείς την πρακτική εξάσκηση, γι' αυτό και βρισκόμαστε πολύ κοντά στην πανεπιστημιακή κοινότητα. Με τη βοήθεια της πανεπιστημιακής κοινότητας έχουμε δημιουργήσει μία πολύ καλή ομάδα ζυθοποιών. Ταυτόχρονα αυξάνουμε σταδιακά την παραγωγή μας, κάτι που θα κάνουμε και φέτος. Αυτό σημαίνει ότι θα προσθέσουμε νέες δεξαμενές, ενώ θα δημιουργηθούν νέες θέσεις εργασίας.

Με ποια κριτήρια επιλέγετε τις πρώτες ύλες που χρησιμοποιείτε;

Οι βύνες μας είναι ελληνικές, καθώς τις αγοράζουμε από την Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης. Με εξαίρεση κάποιες ειδικές βύνες που προμηθευόμαστε από τη Γερμανία, καθότι δεν παράγονται στην Ελλάδα. Οι λυκίσκοι που χρησιμοποιούμε προέρχονται από το εξωτερικό. Πολλά από τα μηχανήματά μας κατασκευάζονται από ελληνικές εταιρείες που βρίσκονται στη Μεταμόρφωση, γεγονός που μας διευκολύνει όταν αντιμε-



Η πρώτη παραγωγή μπίρας για τη μικροζυθοποιία Alea έλαβε χώρα τον Ιούλιο του 2019.



Οι βύνες που χρησιμοποιεί η Alea προέρχονται από Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης με εξαίρεση κάποιες ειδικές από τη Γερμανία.



«Προσπαθούμε να μην παράγουμε μπίρες που θεωρούνται «ακραίες», σημειώνει ο Θάνος Μαντάς.

τωπίσουμε κάποιο πρόβλημα ή βλάβη και χρειαστεί άμεση επιδιόρθωση.

Ποια είναι η φιλοσοφία σας ως προς την παραγωγή της μπίρας σας;

Φτιάχνουμε φρέσκια, αφιιτράριστη και απαστερίωτη μπίρα. Προσπαθούμε να μην παράγουμε μπίρες που θεωρούνται «ακραίες», όπως για παράδειγμα με υψηλή περιεκτικότητα σε αλκοόλ, που δύσκολα θα καταναλωθούν. Ταυτόχρονα περιμένουμε να ανοίξει ο Νόμος και να αλλάξει το βασιλικό διάταγμα του 1922. Έως τότε ακολουθούμε τον Γερμανικό Νόμο της «καθαρότητας», ο οποίος λέει ότι δεν μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε κάποιο άλλο συστατικό πέρα από νερό, βύνη, λυκίσκο και μαγιά. Αυτό το γεγονός μας περιορίζει. Γιατί η παγκόσμια τάση στην μπίρα έχει φέρει στο προσκήνιο την προσθήκη υλικών όπως η βανίλια, η σοκολάτα, ο καφές και αρκετά ακόμα.

Τι θα σημάνει στην πράξη η αλλαγή της νομοθεσίας;

Θα φέρει μεγάλες ανατροπές στην αγορά. Σκέψου μόνο ότι θα μπορούμε να παράγουμε μπίρα με πολλές διαφορετικές γεύσεις και σε αρκετές ακόμη παραλλαγές. Ταυτόχρονα όμως θα ανοίξει ο δρόμος για συνεργασία με άλλους Έλληνες παραγωγούς, οι οποίοι για παράδειγμα παράγουν φρούτα, τα οποία θα χρησιμοποιούνται για την παρασκευή μπίρας. Σε κάθε περίπτωση η υφιστάμενη νομοθεσία αποτελεί πλήγμα στον ελεύθερο ανταγωνισμό. Αυτή τη στιγμή οι εισαγωγείς φέρνουν στην Ελλάδα μπίρες με γεύσεις ή με πρόσθετα συστατι-

Περιμένουμε να ανοίξει ο Νόμος και να αλλάξει το βασιλικό διάταγμα του 1922. Θα φέρει μεγάλες ανατροπές στην αγορά. Θα μπορούμε να παράγουμε μπίρα σε πάρα πολλές παραλλαγές.

κά, τις οποίες οι καταναλωτές πληρώνουν ακριβότερα σε σχέση με αυτό που θα πλήρωναν για τις αντίστοιχες ελληνικές, ενώ εμείς την ίδια στιγμή είμαστε αποκλεισμένοι από την παραγωγή τους.

Καθώς πλέον έχουν περάσει τεσσαερισήμισι χρόνια σας ικανοποιεί η έως τώρα διαδρομή σας;

Απόλυτα. Εάν αναλογιστεί κανείς ότι επιζησαμε μετά την πανδημία και συνεχίζουμε, το γεγονός αυτό αποτελεί για εμάς πολύ μεγάλο κέρδος. Επίσης, έχουμε κερδίσει την εκτίμηση των συνεργατών και του καταναλωτικού κοινού, που έρχονται σε εμάς. Το κοινό βλέποντας τις μικροζυθοποιίες που αναπτύσσονται τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα, έχει αρχίσει να ασχολείται εντατικότερα με την μπίρα, κάτι που βλέπουμε και εμείς από το ενδιαφέρον που εκδηλώνουν όσοι μας επισκέπτονται ή μας γνωρίζουν.

Ανέφερες κάποια στιγμή ότι η φιλοσοφία σας επικεντρώνεται και στην προστασία του περιβάλλοντος. Τι σημαίνει η λέξη «περιβάλλον» για εσάς;

Εκτός από το να υποστηρίξουμε τους Έλληνες παραγωγούς, η σχέση μας με το περιβάλλον περνάει και από τη λέξη βιωσιμότητα. Γι' αυτό και τα υπολείμματα βύνης δεν απορρίπτονται αλλά επαναχρησιμοποιούνται στην κτηνοτροφία για την εκτροφή των ζώων. Επιπλέον, διατηρούμε συνεργασία με την επιχείρηση παραγωγής χειροποίητων σαπουνιών, Soap Up Project, η οποία δημιουργεί κάποια από τα σαπουνία της με υπολείμματα λυκίσκου ή βύνης. 88

ΣΤΟΝ ΚΟΣΜΟ



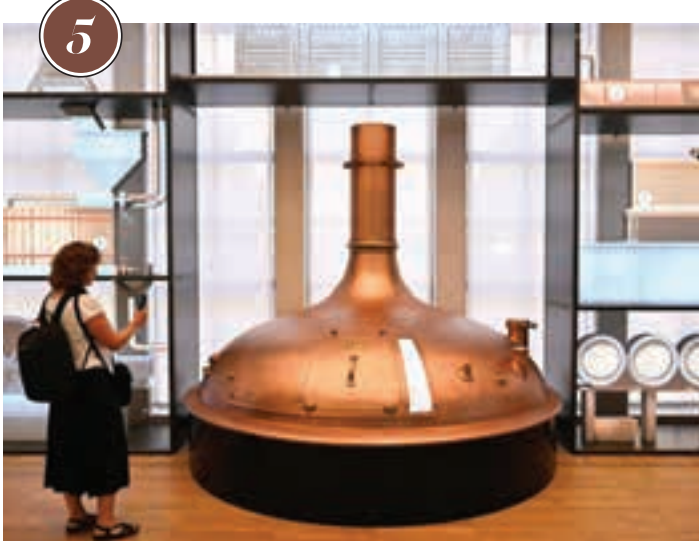
ΣΤΟ ΒΕΛΓΙΟ Ο ΝΑΟΣ ΤΗΣ ΜΠΥΡΑΣ

Στο φημισμένο Bourse των Βρυξελλών

Έχοντας προσελκύσει περισσότερους από 20.000 επισκέπτες στους τέσσερις μήνες της λειτουργίας του, το μουσείο Belgian Beer World προσφέρει μια πλούσια διαδραστική εμπειρία για την κουλτούρα της μπίρας



ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΛΛΙΟΠΗ ΤΣΑΡΝΑ



1. Το νεότευκτο Μουσείο Μπύρας στεγάζεται το παλιό κτίριο του Χρηματιστηρίου, στο φημισμένο Bourse, των Βρυξελλών.
2. Η πρώτη ζώνη στην οποία εισέρχονται οι επισκέπτες αναπαριστά με ακρίβεια την εκλεκτική, ενεργητική κουλτούρα του Βελγίου.
3. Το λογότυπο εμπνέεται από την ιστορία του Βελγίου στη ζυθοποιία, με τα αρχικά BB να αναφέρονται στο Belgian Beer.
4. Το γιγάντιο κεφάλι στην τρίτη ζώνη αναπαριστά τη δημιουργική σκέψη πίσω από τη διαδικασία παραγωγής μπίρας.
5. Η τέταρτη ζώνη καλύπτει τα στάδια παρασκευής μπίρας, από το άλεσμα και το ψήσιμο του κριθαριού μέχρι την απόσταξη.
6. Εντυπωσιακή πανοραμική θέα από την οροφή του κτιρίου, όπου βρίσκεται το καφέ.



Είναι η πρώτη φορά στην ιστορία που αξιοποιούνται τα 12.000 τ.μ. του Bourse.





Το Βέλγιο, παρότι μικρό σε έκταση, μπορεί να καυχιέται για την τεράστια παράδοση στον τομέα της μπίρας, η οποία αναδεικνύεται ακόμη περισσότερο μετά τη δημιουργία του Belgian Beer World, ενός μουσείου σχεδιασμένου σε συνεργασία με τις μεγαλύτερες ζυθοποιίες της χώρας, στο επιβλητικό νεοκλασικό κτίριο στο κέντρο των Βρυξελλών, που κάποτε στέγαζε το Χρηματιστήριο.

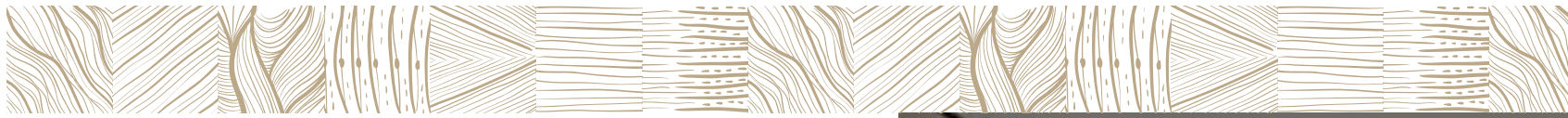
Το φημισμένο Bourse, που χρονολογείται από τον 19ο αιώνα, εγκαταλείφθηκε το 1996 μετά την εισαγωγή της μηχανογράφησης στις χρηματοπιστωτικές αγορές. Τα χρόνια που ακολούθησαν χρησιμοποιήθηκε ως χώρος προσωρινών εκθέσεων, μέχρι το 2010, όταν αγοράστηκε από τον Δήμο των Βρυξελλών για 4 δισ. ευρώ. Οι εργασίες ανακαίνισής του υπολογίζεται ότι κόστισαν περίπου 36 εκατ. ευρώ και, μάλιστα, σύμφωνα με το περιοδικό «The Brussels Times», 104 Βέλγοι ζυθοποιοί συμφώνησαν να συμμετέχουν στο έργο.

Τα εγκαίνια του Belgian Beer World, τον Σεπτέμβριο του 2023, σηματοδότησαν ένα νέο κεφάλαιο για το «χρυσό» βέλγικο προϊόν, που εξάγεται σε παγκόσμιο επίπεδο, οδηγώντας στην επίσημη μετονομασία του Χρηματιστηρίου σε «Ναό» της μπίρας. Το Μουσείο παρέχει στους επισκέπτες του την ευκαιρία να ανακαλύψουν μια άκρως διαδραστική εμπειρία, εκμεταλλευόμενο την τεχνολογία για να αναδείξει την ιστορική πτυχή της παρασκευής του προϊόντος, μέσα από συναρπαστικές και ασυνήθιστες ιστορίες. Σύμφωνα με τον δήμαρχο των Βρυξελλών, Philippe Close, αυτή είναι η πρώτη φορά στην ιστορία που

Η διαδικασία παρασκευής της μπίρας, αυτή αναλύεται λεπτομερώς μέσα από εργαστήρια πολλαπλών αισθήσεων, προσφέροντας στους επισκέπτες μια ολοκληρωμένη εμπειρία

αξιοποιούνται πλήρως τα 12.000 τετραγωνικά μέτρα του Χρηματιστηρίου. Το Belgian Beer World διαθέτει στους κάτω ορόφους γκαλερί με εστιατόριο, καταστήματα και εκθεσιακούς χώρους, οι οποίοι είναι πλήρως επισκέψιμοι για το κοινό.

Όσον αφορά τη διαδικασία παρασκευής του προϊόντος, αυτή αναλύεται λεπτομερώς μέσα από εργαστήρια πολλαπλών αισθήσεων, προσφέροντας στους επισκέπτες μια ολοκληρωμένη εμπειρία γνωριμίας με τα αρώματα και τις γεύσεις του ζύθου. Μετά από την εμπεριστατωμένη διαδραστική ματιά στο μυαλό ενός ζυθοποιού, που θα απολαύσουν, οι επισκέπτες θα έχουν τη δυνατότητα να κατευθυνθούν προς το μεγάλο μπαρ στον τελευταίο όροφο του κτιρίου, το οποίο προσφέρει πανοραμική θέα στο κέντρο της πόλης, για να δοκιμάσουν κάποιες από τις μπίρες με τη συνοδεία ιδιαίτερων εδεσμάτων. Μέσα σε λίγους μόλις μήνες από τα εγκαίνια του, το Belgian Beer World σημειώνει τεράστια επιτυχία, έχοντας προσελκύσει περισσότερους από 20.000 επισκέπτες. Κατά την παρουσίαση μιας νέας διαφημιστικής καμπάνιας για τη βελγική μπίρα, ο διευθυντής της Belgian Brewers, Krishan Maudgal, δήλωσε πως αρχικά αναμενόταν το 20% των επισκεπτών να είναι Βέλγοι και το 80% ξένοι τουρίστες. Ωστόσο, μετά από επτά εβδομάδες, το ποσοστό των Βελγών έχει ανέλθει περίπου στο 45%. Ο διευθυντής υπογράμμισε τη δέσμευση του μουσείου στην ποιότητα της εμπειρίας και παράλληλα στο σχέδιο αύξησης του αριθμού των επισκεπτών, ελπίζοντας να προσελκύσει 450.000 άτομα ετησίως. 88



Ξύγχρονα θαύματα βγαίνουν από το βαρέλι

Ξεχωριστές εμπειρίες
της εγχώριας αγοράς

Στη σχέση εξάρτησης που από αρχαιοτάτων χρόνων συνδέει την μπίρα με το βαρέλι επέστρεψε δυναμικά τα τελευταία 20 χρόνια η δημιουργική πνοή της craft ζυθοποιίας. Σήμερα το barrel aging δίνει εξαιρετικά αποτελέσματα στην αξιοποίηση των μαγικών ιδιοτήτων του βαρελιού χωρίς να υπάρχει περιορισμός στον τύπο που θα χρησιμοποιηθεί. Μάλιστα ιδιαίτερα δημοφιλή φαίνεται να γίνονται τα τελευταία χρόνια τα βαρέλια των Ελλήνων οινοποιών.







Μια «μοναστηριακού» τύπου Quadrupel, πλούσια σε σώμα και αρώματα, παλαιωμένη για 12 μήνες σε βαρέλια τσίπουρου για μέγιστη πολυπλοκότητα. Dark Amber χρώμα, έντονο άρωμα αποξηραμένων κόκκινων φρούτων, ενώ οι εστέρες και οι φαινόλες της Abbey μαγιάς έχουν μαλακώσει κατά τη διάρκεια της πολύμηνης ωρίμανσης. Super βυνώδης και με εμφανή επίδραση των βαρελιών (βανίλια, σοκολάτα) και της μελάσας, η Pandemonium Barrel Aged Quadrupel (13% alc. vol) αποτελεί ένα συνεργατικό προϊόν της Alea Brewing Co. και της νομαδικής Strange Brew. Ιδανική για να τη μοιραστείτε σε σπέσιαλ στιγμές με τους δικούς σας, αλλά και να τη παλαιώσετε, αν έχετε υπομονή. Ταιριάζει απόλυτα με γλυκά και παλαιωμένα τυριά. 88



Super βυνώδης

Η Pandemonium παλαιώνει για 12 μήνες
σε βαρέλια τσίπουρου

Σε βαρέλια Μαυροδάφνης από τον Παρπαρούση



Μία English Barleywine με περιεκτικότητα 12% σε αλκοόλ παλαιωμένη σε βαρέλια 17 ετών, τα οποία περιείχαν γλυκιά Μαυροδάφνη από την Οινοποιία Παρπαρούση, αποτελεί η «Mavrodaphne Barrel Aged Barley Wine» της Κυκλα. Επιδίωξη των ζυθοποιών είναι να προσδώσουν στην μύρα κάποια από τα χαρακτηριστικά που έχει συγκρατήσει το βαρέλι κατά την οινοποίηση. Η μικροζυθοποιία της Πάτρας έχει κατά καιρούς παρουσιάσει ανάλογα δείγματα γραφής με παραγωγή μύρας υψηλής περιεκτικότητας σε αλκοόλ, η οποία ζυμώνει σε χρησιμοποιημένα βαρέλια κρασιού όπως Imperial Stout, Tripel, Imperial English Brown Ale και Quadruple. Χρησιμοποιούν βαρέλια

για τη ζύμωση και την ωρίμαση της μύρας με τη μέθοδο της αυθόρμητης ζύμωσης ή και με βρετανομύκητα, όπως Flemish Red Ale, Brettanomyces Saison και Flemish Bruin. Επίσης έχουν δημιουργήσει υβρίδιο μύρας υψηλής περιεκτικότητας σε αλκοόλ με έντονη οξύτητα, η οποία είναι αρωματισμένη με φλοιούς σταφυλιού. Πρόσφατη κυκλοφορία μία Wild Ale μύρα με 7% vol., η οποία παλαιώνει μαζί με σταφύλια από την ποικιλία Σιδερίτης, προερχόμενα επίσης από την Οινοποιία Παρπαρούσης. Στα κύρια χαρακτηριστικά της είναι το διακριτικό φρουτώδες άρωμα, που μετριάζεται από ένα μέτριο επίπεδο πικρής γεύσης και μια αίσθηση γλυκύτητας που προέρχεται από το σταφύλι. 88



Τρία χρόνια ωρίμανσης ήταν αρκετά ώστε η Tripel της Σόλο, που ακούει στο όνομα «Τριπλή», να ολοκληρωθεί και το «σώμα», τα αρώματα αλλά και οι αλκοολικοί της βαθμοί στο 11,0% να έρθουν σε απόλυτη αρμονία. Χρώμα χάλκινο και βυνώδης, με έντονη γεύση καραμέλας και μπαχαρικών η Tripel, που διατίθεται σε γυάλινη φιάλη 750 ml, απευθύνεται στους φίλους του είδους και όχι μόνο. Με καταγωγή από την Κρήτη και μπολιασμένη με την εμμονή πως η καλή μπύρα είναι ανθρώπινο δικαίωμα, η μικροζυθοποιία Σόλο με έδρα το Ηράκλειο της Κρήτης, που ιδρύθηκε στα τέλη του 2015, απευθύνεται στην πραγματικότητα σε όλους όσοι επιθυμούν μια τέλεια μπύρα. Προβέυοντας πως craft μπύρα σημαίνει πάνω από όλα ανθρώπινη επαφή, το ζυθοποιείο της Σόλο στεγάζεται σε ένα σύγχρονο, βιομηχανικό κτήριο 300 τ.μ. στον εξοχικό οικισμό της Καλλιθέας -δίπλα στην ΒΙΠΕ Ηρακλείου- όπου πέρα από μια μονάδα παραγωγής, φιλοξενεί έναν επισκέψιμο χώρο διάδρασης και ζυθογνωσίας. ☘



Απόλυτη αρμονία

Για τη Σόλο craft μπύρα σημαίνει πάνω από όλα ανθρώπινη επαφή



Μοναδική γευστική εμπειρία

Για την barrel aged της Septem



Καστανό χρώμα με έντονα πορτοκαλί ανταύγειες και συμπαγή αφρό μεγάλης διάρκειας για την Dilemma, την barrel aged Barleywine της μικροζυθοποιίας Septem. Η αργή ωρίμανση για 8 μήνες σε καινούρια δρύινα γαλλικά βαρέλια, αναδεικνύει τα εντυπωσιακά αρώματα μπισκότου, καραμέλας, γλυκού περγαμόντου σε ισορροπία με την βανίλια και τα αποξηραμένα φρούτα. Μεστή, στρογγυλή στο στόμα, «κρύβει» με δεξιοτεχνία την υψηλή αλκοόλη (10,40% vol.) και τους 75 βαθμούς πικράδας με την γλυκύτητα και τη μεστή της γεύση. Η μεγάλης διάρκειας αρωματική επίγευση ολοκληρώνει μια μοναδική γευστική εμπειρία. Μια μπύρα που μπορεί κάποιος να απολαύσει άμεσα ή μετά από παλαίωση 2-3 ετών στην φιάλη. Δημιουργός, η Septem, η οποία δημιουργήθηκε από τον χημικό – οινολόγο Σοφοκλή Παναγιώτου και τον οικονομολόγο Γεώργιο Παναγιώτου στο Ωρολόγιο Εύβοιας και ξεκίνησε τη λειτουργία της τον Ιούνιο του 2009. ☺



Μεστή, στρογγυλή στο στόμα, η Septem Dilemma κρύβει με δεξιοτεχνία την υψηλή αλκοόλη (10,40% vol.).



BRANCH

ΕΛΛΑΔΑ & ΚΟΣΜΟΣ

ΤΟ ΞΕΧΩΡΙΣΤΟ ΓΕΥΜΑ ΠΟΥ ΕΓΙΝΕ ΤΑΣΗ



Φιλοξενία
και γεύση
στην αιώνια
pub
της Αθήνας



Διακριτικό αλλά εκεί, απέναντι από το Χίλτον, το Red Lion είναι ένα από τα λίγα σημεία στον μιλανήτη, στα οποία έχουν καθίσει Αμερικανοί και Σοβιετικοί διπλωμάτες να πιούν την μπίρα τους.

I



ΠΕΤΡΟΣ ΓΚΟΓΚΟΣ



ΓΕΩΡΓΙΑ ΚΑΡΑΜΑΛΗ

Ίδιο και απaráλλακτο εδώ και 52 χρόνια, retro, με χαμηλό πλιν ζεστό φωτισμό, σε βάζει σε μια χρονοκάψουλα. Ακόμα και τα ποτήρια είναι ίδια, κάτι που προβληματίζει τον Δημήτρη Αμπανούδη, αφού δεν μπορεί να τα αντικαταστήσει «γιατί δεν βγαίνουν πλέον ίδια». Ο Δημήτρης πρακτικά μεγάλωσε μέσα στην pub και μόλις τα τελευταία χρόνια το πήρε όλο πάνω του, για να ξεκουράσει τον πατέρα του Παντελή Αμπανούδη, έναν από τους πλέον θρυλικούς μπάρμεν των Αθηνών. «Δεν μπορεί, όλο και κάτι θα έχεις αλλάξει» ρωτήσαμε όταν περάσαμε το κατώφλι της Νηρηίδων 16. Μόνη υπενθύμιση ότι βρίσκεσαι στο σήμερα, είναι ο αντικαπινοστικός νόμος και οι δέκα βρύσες που γεμίζουν τα ποτήρια με τις πιο πρόσφατες προτάσεις δημιουργικών μικροζυθοποιών από την Ελλάδα. Αυτές είναι οι αλλαγές, τις οποίες διαχειρίστηκε ο Δημήτρης. «Δεν είμαστε beer specialists, αλλά μου αρέσουν οι συνεργασίες. Στην αρχή έφερα λοιπόν τρεις βρύσες από μικρούς, μετά τις έκανα έξι, τώρα έγιναν 10». Ένα εβδομαδιαίο rotation, καθώς οι «μπύρες φεύγουν σαν νεράκι» επιτρέπει στον Δημήτρη να στριμώξει στο Red Lion όλους τους φίλους που έκανε στις «ζυθοπεριοδείες» που ακολούθησαν μετά το καλάρωμα της πανδημίας. «Όποτε έχω κάτι καλό, θέλω οπωσδήποτε ο πε-

λάτης να το δοκιμάσει» θα εξηγήσει. «Σε αυτή την προσέγγιση, τα περιθώρια κέρδους περνάνε σε πέμπτη μοίρα, θα χαμηλώσουμε την τιμή ή θα προσφέρουμε μερικά ποτήρια γιατί θέλω εξασφαλίσω πως το κοινό θα δοκιμάζει μπύρες που συναρπάζουν». Δεν είναι μικρό πράγμα αυτό, ειδικά όταν έρχεται από την πιο παλιά pub των Αθηνών. «Είναι και αυτό ένας τρόπος να στηρίξει το εγχείρημα της σύγχρονης ελληνικής μπύρας» θα πει ο ίδιος.

Προσεγγμένη επιλογή υλικών στα πιάτα

Με την ίδια προσοχή, γεμίζει και τα ψυγεία του Red Lion για τους προσεγγμένους μεζέδες και τα πιάτα που συνοδεύουν τον χορταστικό κατάλογο με τις μπύρες. Κασέρια και γραβιέρες, λουκάνικα και αλλαντικά από μικρούς παραγωγούς. Εναλλάσσονται με τους ίδιους ρυθμούς που αλλάζουν τα βαρέλια. Ο Δημήτρης δεν σταματά να ψάχνεται με τη γεύση και θέλει ό,τι του αρέσει να το δοκιμάζει ακόμα και ο πιο βιαστικός περαστικός του μαγαζιού. Είναι θέμα χρόνου οι αναζητήσεις του Δημήτρη να βρουν μια ακόμα πιο γαστρονομική υπόσταση. «Υπάρχει μια σκέψη, να γίνει το πατάρι χώρος γευσιγνωσίας μπύρας και foodpairing. Μάλιστα, συλλέγουμε και αρκετές μπύρες που προσφέρονται για παλαιώση, οι οποίες θα μπορούσαν να αξιοποιηθούν σε κάτι τέτοιο» θα πει. 88

1 «Αν δεν ήταν το μπαρ, λογικά θα είχα μείνει στη Χίο, να ασχοληθώ με την παραγωγή αγροτικών προϊόντων. Πάντα με γοήτευε η ιδέα της παραγωγής τροφίμων» αποκάλυψε ο οικοδεσπότης του Red Lion, Δημήτρης Αμπανούδης

2 Τα iconic pop corn Red Lion, είναι μουσική συνταγή του Δημήτρη, ο οποίος έχει δεχθεί και επιχειρηματικές προτάσεις για να τα βγάλει στην αγορά.

3 Ξένες και ελληνικές μπύρες μαζί με αλλαντικά από μικρούς Έλληνες παραγωγούς.

4 Απέναντι από το Hilton, το Red Lion λειτουργεί αδιάκοπα από το 1972.



1



2



3



4

Έντονα αρωματικός χαρακτήρας κυρίως μπανάνα, και γεμάτο σώμα, για τη Salonikia Weiss της Sknipa.

Με ισορροπημένη πικράδα και ευχάριστο τελείωμα που διαρκεί η Gountry IPA Θέρως της Iama Brewing.





Ο Σταύρος Κοντός
δοκιμάζει...



Κάθε ετικέτα για εμπειρία



Απαστερίωτη αφιλτράριστη και φυσικά θολή σταρένια μύρα, που παράγεται με αρκετή ποσότητα βύνης σιταριού, ελάχιστη ποσότητα λυκίσκου και αφροζύμωτη μαγιά είναι η Saloniki Weiss (5,5% vol.). Μια μύρα με αρωματική και δροσιστική γεύση και χαμηλή πικράδα. Έχει έντονα αρωματικό χαρακτήρα κυρίως μπανάνα, και γεμάτο σώμα, ενώ διαθέτει πλούσιο αφρό με διάρκεια και ιδιαίτερη επίγευση. Σύμφωνα με τους δημιουργούς της, τη μικροζυθοποιία Sknira της Θεσσαλονίκης, ταιριάζει ιδανικά με ελαφριές σούπες, σαλάτες και dressing για σαλάτες, sushi, φέτα, κοτόπουλο, χοιρινό και γλυκά συμπεριλαμβανομένων των επιδορπίων.



Οι συζητήσεις αλλάζουν

Μια ακόμα αλλαγή στο θρυλικό Red Lion είναι και οι άνθρωποι. Με το φίλτρο της νοσταλγίας ενεργό, ο Δημήτρης θυμάται κάποιες από τις συζητήσεις που άκουγε όταν πρωτοξεκίνησε να σερβίρει κόσμο, έχοντας τελειώσει το Λύκειο. «Στις προ-Google εποχές, οι συζητήσεις έκλειναν σε επόμενη επίσκεψη στο μαγαζί. Δηλαδή, είχες δύο πελάτες που μπορεί να συζητούσαν κάτι για κάποιο αυτοκίνητο. Μετά έψαχνε σε έντυπα μέσα ο ένας, κάτι που μπορεί να του είχε πει ο άλλος και τον άκουγες να του απαντά την επόμενη φορά που βρίσκονταν στο χώρο», θυμάται. Φυσικά μέχρι και τότε, ήταν συνηθισμένο να έχεις μεμονωμένους πελάτες, οι οποίοι στη συνέχεια γίνονταν πηγαδάκια μεταξύ τους. Αυτό έχει αλλάξει σήμερα. Κάποτε στο πατάρι του μαγαζιού, υπήρχε και ειδικό lounge, όπου μπορούσε κανείς να ανέβει να πει τα κλασικά κοκτέιλς, με αυστηρό dresscode. «Νοικιάζαμε κιάλας κοστούμεια σε όποιον χρειαζόταν» περιγράφει ο Δημήτρης από τις αφηγήσεις του πατέρα του. Μια από τις σκέψεις του, ήταν να επαναλάβει το στήσιμο αυτό, για να αξιοποιήσει το πατάρι, ωστόσο οι εποχές δείχνουν διαφορετικές ανάγκες. 88

Η δεύτερη μύρα της Μικροζυθοποιίας Βοιωτίας, μία «Country» IPA στους 5,2% vol., προσφέρει ισορροπημένη πικράδα και ευχάριστο τελείωμα που διαρκεί. Η «Θέρως» κυκλοφόρησε στις 2 Ιουλίου του περασμένου καλοκαιριού κατά την περίοδο του θερισμού και αφιερώθηκε στους αγρότες της περιοχής.



Η πρόκληση του pairing

Ένα διαρκώς εξελισσόμενο πείραμα είναι η προσπάθεια να αποφασίσει κανείς ποιες γεύσεις είναι πιο κατάλληλες με κάθε μπίρα. Ισορροπία αλλά και αντίθεση, είναι σε κάθε περίπτωση οι λέξεις-κλειδιά.



Στα καλύτερά του το ρόδι του Ολύμπου

Από τους πρόποδες του Ολύμπου, συλλέγονται τα βιολογικά ρόδια από ιδιόκτητα κτήματα με τα οποία παρασκευάζονται οι γλυκόξινες σάλτσες πιστοποιημένες, χωρίς συντηρητικά και χωρίς ζάχαρη. Πίσω από την εταιρεία «Ωδή στο Ρόδι» βρίσκεται ο Στέφανος Πούτας που φροντίζει ο ίδιος με μεράκι, από πρώτο χέρι, όλη την διαδικασία καλλιέργειας, μέχρι τα προϊόντα του να φτάσουν σε κάθε οικογενειακό τραπέζι.



Οι «ιδιότρομες» ντομάτες της Δράμας

Πατέ λιαστής ντομάτας από τα «Ιδιότροπα» της Δράμας, την εταιρεία που δημιούργησε ο Βασίλης Χατζής διευθυντής στον Μελισσοκομικό Συνεταιρισμό Σίθων, μαζί με τη σύζυγό του, Μαρία Τσιασοσίδου, εν έτει 1992 όταν τα αποξηραμένα φρούτα και λαχανικά ήταν ελάχιστα διαδεδομένα στην Ελλάδα. Η α' ύλη προέρχεται από συμβολοιακή συνεργασία με επιλεγμένους παραγωγούς της Δράμας, της Καβάλας και των Σερρών.



Πάστα ελιάς από τη Μυτιληνιά Γη

Πάστα πράσινης ελιάς με καυτερή πιπεριά από την οικογενειακή επιχείρηση του Δημήτρη Αγιασωτέλλη, ενός ντόπιου παραγωγού, ο οποίος πριν από μερικά χρόνια αποφάσισε να αξιοποιήσει τη γη του τόπου του, συστήνοντας τη «Μυτιληνιά Γη». Βασική δραστηριότητα, η καλλιέργεια βιομηχανικής ντομάτας για την παρασκευή σάλτσας ντομάτας που σε κάποιους κωδικούς συνδυάζεται με άλλα τοπικά προϊόντα.



Κρητικό άρωμα στην καυτερή Γραβιέρα

Τεχνονγνωσία χρόνων και εξαιρετική πικάντικη γεύση που προσδίδει το καυτερό μπουκόβο προσφέρει η Γραβιέρα του οικογενειακού Τυροκομείου Ψηλορείτης του Ευστράτιου Κλάδου, που παρασκευάζει παραδοσιακά προϊόντα Κρήτης από το 1993 στο χωριό Λιβάδια Μυλοποτάμου Ρεθύμνης. Παράγεται με πρώτη ύλη γάλα από κοπάδια ντόπιων φυλών που βόσκουν σε ορεινά λιβάδια της περιοχής.



Αυτό που καθορίζει την επιλογή των υλικών για την δημιουργία ενός συνοδευτικού πιάτου που θα δέσει αρμονικά με την μπύρα, είναι φυσικά η ίδια η γεύση της. Γι' αυτό είναι χρήσιμο να γνωρίζεις κανείς τους παράγοντες από τους οποίους εξαρτάται..



Γεύση Αιγαίου από κομμάδια του βουνού

Σε μία από τις καλύτερες εκδοχές του το γαστρονομικό σήμα κατατεθέν του νησιού της Λέσβου παράγεται στο Τυροκομείο Αργένου, το οποίο ξεκίνησε τη λειτουργία του τη δεκαετία του 1950 στο ομώνυμο ημιορεινό χωριό της Λέσβου. Η πρώτη ύλη προέρχεται από τις περιοχές Άργενος, Λεπέτυμνος και Συκαμιά από κοπάδια που βόσκουν σε ένα φυσικό, πλούσιο περιβάλλον, μέσα στην καρδιά του βουνού.



Τριπλέτα νοστιμιάς από το Μέσοβο

Σε ιδανική ισορροπία, τα τρία ντόπια κρεατικά, πρόβειο, βοδινό και χοιρινό, δίνουν στο Τριπλέτο της Metsovita, το καθένα και τη νοστιμιά του. Με πλήρη ποιοτικό έλεγχο σε ολόκληρη τη διαδικασία παραγωγής, από την επιλογή των πρώτων υλών μέχρι τη συσκευασία και τη διάθεση του έτοιμου προϊόντος, η Metsovita λειτουργεί την υπερσύγχρονη μονάδα της σε μία καταπράσινη τοποθεσία λίγα χιλιόμετρα έξω από το Μέσοβο.



Με έμπνευση στα προϊόντα ζύμης

Όταν οι παραδοσιακές σπιτικές συνταγές συναντούν την αγάπη για ποιοτικές γευστικές επιλογές δημιουργούνται τα προϊόντα ζύμης Famiglia Di Pasta. Μια εταιρεία που ιδρύθηκε στην Αθήνα το 1992 από τον Γιώργο Παννόπουλο με κύρια δραστηριότητα της την παραγωγή παραδοσιακών προϊόντων ζύμης, τα οποία και διανέμει στην ελληνική και διεθνή αγορά ενώ σήμερα λειτουργεί υπερσύγχρονη μονάδα παραγωγής στη Μεσσηνία.



Αρωμα Χίου με τη Φάρμα Παφυλίδα

Βιολογικά - με πιστοποίηση από την Bioellas- αυγά από κόττες ελεύθερας βοσκής με αυθεντική γεύση, μακριά από το μοντέλο της βιομηχανοποιημένης παραγωγής, παράγει η Φάρμα Παφυλίδα, που γεννήθηκε το 2014 από την επιθυμία δύο παραγωγών της Χίου, του Θεοδωρή Πολίτη και του Άνθιμου Πιτσικούλη, να δημιουργήσουν ένα ξεχωριστό αποτέλεσμα στον πρωτογενή τομέα επιδιδόμενοι στην αυγοπαραγωγή.

ΑΓΟΡΑ

BEER & BRUNCH • ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

WEISS



Η επιστήμη της Αρχαιολογίας επιβεβαιώνει την παραγωγή τους από την πρώτη στιγμή που ο άνθρωπος ασχολήθηκε με την μπίρα. Σήμερα αυτό που δεν πρέπει να ξεχνά κανείς είναι ότι οι Weiss, δηλαδή οι σιταρένιες «κλωμές» μπίρες με τη μοναδική γεύση, δεν μοιράζονται ποτέ σε δύο ποτήρια...

BEER & BRUNCH

προτείνει



Bergina Weiss

Σταρένια εμφάνιση, η οποία οφείλεται στην ειδική αφροζύμη, από την οποία παρασκευάζεται, προσφέρει ένα πλούσιο, φρουτώδες άρωμα, που θυμίζει γαρίφαλο και μπανάνα. Και για το σερβίρισμα, αφού γεμίσει το ποτήρι κατά 80%, ανακινείται η μαγιά στον πάτο της φιάλης και προστίθεται. **5,4% vol.**



Seven Seals Fury Weiss

Το δεύτερο «Seal of Apocalypse» είναι μια θολή μύρα, χειροποίητη και απαστερίωτη, με άρωμα μπανάνας και γαρύφαλλου. Πρόκειται για τη Weiss της μικροζυθοποιίας από τη Χαλκιδική, που ξεκίνησε τη λειτουργία της τον Μάιο του 2021. **5,5% vol.**



Weihenstephaner Hefe Weissbier

Μια δροσιστική πρόταση είναι αυτή η φυσικά νεφελώδης λευκή μύρα με την πλούσια και γεμάτη μαγιά γεύση. Προέρχεται από το γερμανικό ζυθοποιείο που θεωρείται το παλαιότερο ενεργό του κόσμου, το κρατικό σήμερα Weihenstephan της Βαυαρίας, που ιδρύθηκε ως μοναστηριακό το 1040. **5,4% vol.**



Corfu Beer Amorosa Weiss

Κριθάρι και σιτάρι σε μια διαδικασία διπλής ζύμωσης δημιουργούν μια μύρα έντονα αρωματική, με γεμάτο σώμα και γεύση μπανάνας, γαρύφαλλου και βανίλιας. Μια σταρένια μύρα της μικροζυθοποιίας της Κέρκυρας με χρυσαφί θολό χρώμα που είναι ελαφρώς πικρή. **5,6% vol.**



Paulaner Weissbier

Η πιο φημισμένη σταρένια μύρα με τις μεγαλύτερες πωλήσεις παγκοσμίως στην κατηγορία της παρασκευάζεται με ειδικά επιλεγμένες αφροζύμες που προσδίδουν την ξεχωριστή της γεύση. Έχει ήπιο αφρισμό, φρουτώδη και μπαχαρένιο χαρακτήρα καθώς και λεπτές νότες ζύμης. Το χρώμα αγγίζει το πορτοκαλί ενώ έχει πικάντικη γεύση. **5,5% vol.**



Erdinger

Στην πιο κλασική εκπρόσωπο της Weiss, τη γερμανική μύρα με την παραδοσιακή συνταγή, τη γλυκόπικρη, ξηρή γεύση και το όξινο τελείωμα, μπορεί να διακρίνει κανείς αρώματα που θυμίζουν ανανά, κίτρο και μήλο, όπως και δημητριακών λόγω των βασικών συστατικών της. Όπως όλες οι Weiss περιέχει ίζημα μαγιάς στη φιάλη και επαναζυμώνεται σ' αυτήν. **5,3% vol.**



Salonikia Weiss

Απαστερίωτη αφιλτράριστη και φυσικά θολή σταρένια μύρα της Θεσσαλονικιάς Skhira Brewery που χαρακτηρίζεται από φρουτώδη γεύση, ελαφρώς γλυκιά και όξινη, με διακριτικό άρωμα λυκίσκου, έντονα αρωματικό χαρακτήρα κυρίως μπανάνα, και γεμάτο σώμα, ενώ διαθέτει πλούσιο αφρό με διάρκεια και ιδιαίτερη επίγευση. **5,5% vol.**



Alea Brewing Co. Wit

Η Wit είναι η βέλγικη εκδοχή της σταρένιας μύρας. Ανοιχτό κίτρινο χρώμα και αρκετά θολή. Η ελαφριά βυνώδης γλύκα της συνδυάζεται με το χαρακτήρα εσπεριδοειδών και μπαχαρικών στο άρωμα και στη γεύση, που προκύπτουν από τη χρήση κόλιανδρου και φλούδων πορτοκαλιού και νεραντζιού κατά την παραγωγή της. **5,0% vol.**



Local Streets Weiss

Σχετικά θολή, με όμορφο, κρεμώδη αφρό η Weiss μύρα της μικροζυθοποιίας από τον Βόλο. Η χαμηλή παρουσία γερμανικού λυκίσκου επιτρέπει να αναδυθεί ένα ευχάριστο άρωμα μπανάνας. Ελαφρώς σώμα και υψηλή ενανθράκωση, που προσδίδουν έναν «αναψυκτικό» χαρακτήρα και την καθιστούν ιδιαίτερα ευκολόπιση. **5,0% vol.**



König Ludwig Weissbier

Κλασική σταρένια μύρα μαγιάς με ελαφρώς θολό χρυσαφί σώμα, έντονα λευκό αφρό και μέση ανθράκωση. Μια ελαφριά μύρα με τέλεια ισορροπία, την οποία εγγυάται η παράδοση αιώνων από το βασιλικό ζυθοποιείο στο κάστρο Kaltenberg. **5,5% vol.**

Νέες κυκλοφορίες



WINTER DAYS (7,0% vol.)

Αρώματα και γεύσεις γλυκών μπαχαρικών, μπισκότου, φλούδας πορτοκαλιού και κανέλας και γεμάτο σώμα, με επίγευση που διαρκεί για την Winter Ale της Septem. **(Septem Microbrewery)**



BOURGOGNE OAKED RED ALE (7,2% vol.)

Μια Red Ale που συνδυάζει εξαιρετικά την πολυπλοκότητα μιας κόκκινης μύρας με την υψηλή αισθητική των εκλεπτυσμένων ερυθρών κρασιών. Εξαιρετικά ισορροπημένη, με τραγανή και ζωηρή υφή. **(Taos Brewing)**

SOURMENA RASPBERRY SHOWER (5,0% vol.)

Μια κόκκινη Sour Ale ζυθοποιημένη με βύνη κριθαριού, βρώμη, φράουλες, φραγκοστάφυλα και σμέουρα και δροσιστική όξινη γεύση. **(Sourmena Brew)**



BOHEMIAN FIG RHAPSODY SAISON (9,0% vol.)

Μια Imperial Saison, στην οποία έχει παίξει κομβικό ρόλο η προσθήκη σύκων, μεταξύ των οποίων και λιαστά από την Καλαμάτα, αλλά και λούπινων. Διακρίνονται νότες καρύδας και βοτάνων ενώ ο υψηλός αλκοολικός βαθμός κρύβεται καλά. **(KYKAO)**



CARPINUS RYE IPA

(6,5% vol.)

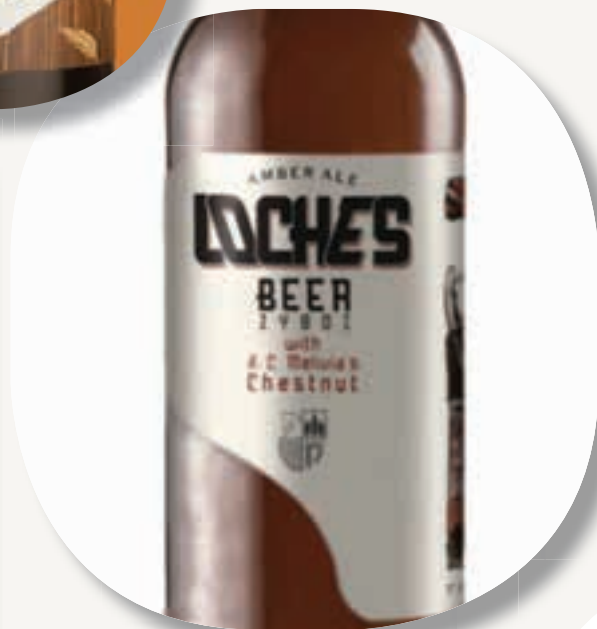
Αρώματα κίτρου και πορτοκαλιού και πιπεράτη γεύση για τη Rye IPA με σίκαλη της Μικροζυθοποιίας Ευρυτανίας της οποίας η ονομασία προέρχεται από τη λατινική ονομασία του δέντρου γαύρος *carpinus orientalis*, που έδωσε το όνομα στο Καρπενήσι. (Μικροζυθοποιία Ευρυτανίας)



POA (3,5% vol.)

Η πρώτη ετικέτα του 2024 για τη Ζυθοποιία Αναστασίου είναι η συνεργατική με τη Ζυθοποιία Πηγειού POA, το αρχαίο όνομα του καρπού της ροδιάς. Μια απολαυστική «Sour» με προσθήκη ροδιού και ιβίσκου.

(Ζυθοποιία Αναστασίου & Ζυθοποιία Πηγειού)



LOCHES BEER (4,7% vol.)

Με εμφανή την παρουσία του κάστανου, σώμα μέτριο με γλυκιά επίγευση που προδίδει σε συνδυασμό με το αλκοόλ μια αίσθηση ζεστασιάς για την πρώτη στην Ελλάδα Chestnut Amber Ale που δημιούργησε η συνεργασία της Ζυθοποιίας Πηγειού με τον ΑΣ Μελιβοίας.

(Ζυθοποιία Πηγειού)



SKNIPA LAGER (5,2% vol.)

Ψηλή και πλούσια κορώνα με κεχριμαρένιο χρώμα, αρώματα λουλουδιών και εσπεριδοειδών αλλά και πλούσια γεύση που ισορροπεί ανάμεσα στον γλυκό χαρακτήρα και την πικρή επίγευση για τη νέα Lager μικροζυθοποιίας από τη Θεσσαλονίκη. (Sknipa Brewery)



8 MILLS SESSION IPA

(4,8% vol.)

Αφιλτράριστη απαστερωμένη μπύρα από τη μικροζυθοποιία της Αστυπάλαιας. Μια Session IPA βγαλμένη από την παράδοση και την ιστορία του είδους. (8 Mills Brewing)



Η πρώτη χορηγία μπίρας σε Ολυμπιακούς Αγώνες

Η Anheuser-Busch InBev θα είναι επίσημος χορηγός τριών Ολυμπιακών Αγώνων, ξεκινώντας φέτος από το Παρίσι και ονομάζοντας την Corona Cero 0% ως επίσημη μπίρα των Αγώνων



Στην Carlsberg το 20%

Με τον Mikkel Bjergso να παραμένει στη θέση του CEO έκλεισε η συμφωνία για εξαγορά του 20% της Mikkeller από την Carlsberg



Αντιδρούν οι Ολλανδοί

Να μποϊκοτάρουν τα κυλικεία του γηπέδου της ολλανδικής Nijmegen αποφάσισαν οι φίλαθλοι όταν χρέωσαν 6,80 ευρώ το πλαστικό ποτήρι μπίρας



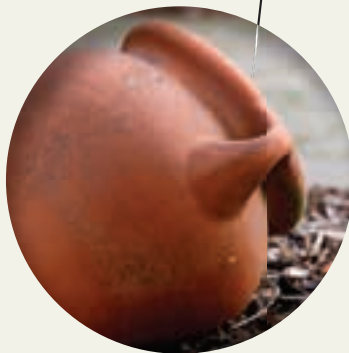
Παγκόσμια με την Asahi Super Dry

Πλάνο ανάπτυξης για την ιαπωνική Asahi με τη Super Dry, η οποία θα ζυμώνεται και στις ΗΠΑ για πρώτη φορά.



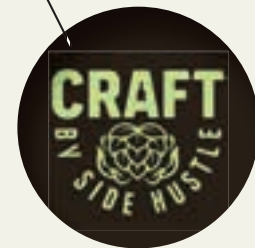
Δεν πίνουν μπίρα οι ΗΠΑ

Η χαμηλότερη κατανάλωση μπίρας σε αυτή τη γενιά σημειώθηκε το 2022 στις ΗΠΑ



Αμφορείς μπίρας 2.500 ετών στον Αμαζόνιο

Η αρχαιολογική σκαπάνη ανακάλυψε ισχυρή ζυθοποιητική δραστηριότητα σε αρχαία πόλη του σημερινού Εκουαδór στο δάσος του Αμαζονίου



Πρεμιέρα στα ΗΑΕ

Η αλλαγή στη νομοθεσία της χώρας, που επιτρέπει την παραγωγή και πώληση αλκοόλ, ανοίγει δρόμο για το πρώτο ζυθοποιείο, με το όνομα Craft by Side Hustle, στο Αμπού Ντάμπι

Βλέπει premium Indian μπίρα

Επενδυτικός οίστρος για την ινδική ζυθοποιία Bira 91 που θέλει να ζυμώσει premium μπίρα



Agronews

[ΠΡΩΤΟΠΟΡΙΑ]



2003

ΓΕΝΝΗΘΗΚΕ

ΤΟ ΠΡΩΤΟ
Αγροτικό portal

2,8

ΕΚΑΤ.ΑΡΘΡΑ

ΤΟ ΠΡΩΤΟ
Σε περιεχόμενο

ΤΟ ΠΡΩΤΟ
Σε επισκεψιμότητα

380.000

ΜΟΝΑΔΙΚΟΙ ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ
ΤΟ ΜΗΝΑ

ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙ ΙΔΕΕΣ



2.600.000

ΘΕΑΣΕΙΣ
ΣΕΛΙΔΩΝ



2,5

ΛΕΠΤΑ
ΧΡΟΝΟΣ ΠΑΡΑΜΟΝΗΣ



67.000

ΝΕΟΙ ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ
ΚΑΘΕ ΜΗΝΑ



89%

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΕΣ
ΤΟΥ ΧΩΡΟΥ

ΤΟ ΠΡΩΤΟ ΣΕ ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ, ΜΕ ΤΗΝ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΣΥΝΤΑΞΗΣ ΤΗΣ AGRENDA

www.agronews.gr

#LOVE FRESH BEER



📍 lola_fresh_beer
📱 lolafreshbeer
🌐 www.lolabeer.gr

