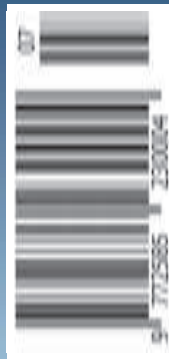


ΣΤΟ DRINKABILITY ΤΟ ΠΑΙΧΝΙΔΙ ΤΗΣ CRAFT



ΚΑΙ Ο ΘΕΟΣ ΕΠΛΑΣΕ ΤΙΣ ΖΥΜΕΣ



BEER & BRUNCH

ΤΕΥΧΟΣ
ISSN:
2585-2302

08

www.agronews.gr

07/19

ΔΩΡΕΑΝ ΜΕ ΤΗΝ AGRENDA ΚΑΙ ΣΤΗ ΣΥΝΕΧΕΙΑ ΑΥΤΟΤΕΛΩΣ ΜΕ 3 €



THE GLOBAL GLANCE ΠΕΤΥΧΕ ΤΟ ΒΡΑΣΙΜΟ ΜΕ ΚΑΝΝΑΒΗ

ΜΕ ΑΝΟΙΧΤΑ ΖΥΘΟΠΟΙΕΙΑ Η ΠΙΤΑ ΓΙΝΕΤΑΙ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗ

ΖΥΘΟΠΟΙΑ
ΠΗΝΕΙΟΥ



BREWED IN
LARISSA
ENJOYED
EVERYWHERE!



www.lolabeer.gr



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



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

MADE IN GREECE

Το ταξίδι της μύρας από το μονότονο παρελθόν στο θολό παρόν και ως το άγνωστο μέλλον

Η εμπειρία έχει δείξει ότι υπάρχει πάντα μια σχετική ευκολία στην αποτύπωση των εξελίξεων που έχουν λάβει χώρα κατά το παρελθόν, ενώ παραμένει δύσκολη η καταγραφή του σήμερα, πολύ περισσότερο δε η ανίχνευση της πορείας ενός κλάδου στο ορατό μέλλον.

Ακολουθώντας τα γεγονότα που συνδέονται με τον κλάδο της μπίρας στη νεότερη Ελλάδα, μάλλον είναι απλό να καταγραφούν οι εξελίξεις από την εποχή του Ιωάννη Φιξ μέχρι και την σταδιακή άρση του ιδιότυπου μονοπωλίου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας.

Πλησιάζοντας στο σήμερα, τα πράγματα γίνονται κάπως πιο θολά. Ειδικά μετά την έκρηξη που σημειώνεται στο φάσμα της μικροζυθοποιίας η κατάσταση θα μπορούσε να πει κανείς ότι περιπλέκεται. Η ανάπτυξη του κλάδου είναι αδιαμφισβήτητη, οι επιχειρηματικές πρωτοβουλίες στον τομέα διαδέχονται η μία την άλλη, ωστόσο απαιτείται ακόμα χρόνος, προκειμένου να ξεχωρίσουν τα πετυχημένα ζυθοβραστήρια και οι ετικέτες που πραγματικά αξίζουν.

Να αναφερθεί εδώ ότι το κίνημα των μικρών ζυθοβραστήρων και της δημιουργίας μονάδων περιορισμένης παραγωγής, πρωτοεμφανίστηκε στη Μεγάλη Βρετανία τη δεκαετία του 1970 και πολύ γρήγορα εξαπλώθηκε στην Αμερική, για να επιστρέψει εκ νέου στην Ευρώπη κάποια χρόνια αργότερα. Στην Ελλάδα η υπόθεση της μικροζυθοποιίας κάνει δειλά την εμφάνισή της λίγο πριν τη δύση του προηγούμενου αιώνα, αρχής γενομένης από κάποια νησιά του Αιγαίου (Σαντορίνη, Χίος, Σάμος, Τήνος, Μύκονος και φυσικά Κρήτη). Δύο δεκαετίες μετά δείχνει να απλώνει ρίζες, τουλάχιστον κατά τόπους και στην ηπειρωτική χώρα. Το πού μπορεί να φθάσει όλο αυτό,



θα το δείξει πάντως ο χρόνος.

Για κάποιους ήταν το όραμα του Κώστα Μπουτάρη, που είδε νωρίς τη νέα εποχή ανάπτυξης στον κλάδο της μπίρας και επένδυσε -ίσως κάπως πρόωρα- στην αναβίωση της Ζυθοποιίας Βορείου Ελλάδος με τη μύρα Ζύθος. Για άλλους, ρόλο έπαιξε το εγχείρημα Συριανού με τη Ζυθοποιία Αταλάντης, κυρίως δε η... επανάσταση Πολιτόπουλου με τη Ζυθοποιία Μακεδονίας - Θράκης. Κορύφωση αποτελεί επίσης, η γενναία προσπάθεια των αδελφών Γκρέκν (Genesis) και η συνεργασία τους με τον Γιάννη Χίτο, που με όχημα την Ολυμπιακή Ζυθοποιία και το ιστορικό σήμα της Fix Hellas (από τον Γιάννη Κουρτάκη) καθιέρωσε την ελληνική μύρα. Όπως και να 'χουν τα πράγματα, η μύρα παραμένει στον αφρό. 88



ΓΙΑΝΝΗΣ ΠΑΝΑΓΟΣ



BEER & BRUNCH

Ιδιοκτησία

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

Εκδότης - Διευθυντής

Γιάννης Πανάγος

Σύμβουλος έκδοσης

Λάζαρος Γατσέλος

Επιμέλεια έκδοσης

Ειρήνη Σκρέκη

Σύνταξη

Μαρία Γιουρουκλή
Μαρίνα Σκοπελίτου
Κώστας Λώνης
Χρ. Κανελλακόπουλος
Βασίλης Κατσάρος
Ευάγγελος Τσιώνος
Θεόδωρος Μπίτζιος
Γιώργος Κοντονής
Λεωνίδα Λιάμης
Πέτρος Γκόγκος

Δημιουργικό - Σελιδοποίηση

Βασιλική Κονόμου
Φανή Παπαετροπούλου

Εμπορικός Διευθυντής

Παναγιώτης Αραβαντινός

Διαφήμιση - Μάρκετινγκ

Μωρίς Σιακκίς
Νατάσα Στασινού

Διανομή

ΑΡΓΟΣ Α.Ε.

Εκτύπωση - Βιβλιοδεσία

NONSTOP

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.



Να προωθήσει την κουλτούρα της μπίρας και να διευρύνει το κοινό στο οποίο απευθύνεται ήταν ο στόχος της εκδήλωσης Ανοικτά Ζυθοποιεία Σελ. 22



Στιγμές από τη διεθνή σκηνή του ζύθου

14 Η πιο ειλικρινής καμπάνια στον κόσμο

«Ίσως να μην ήταν η καλύτερη μπίρα στον κόσμο, γι' αυτό την αλλάξαμε» λέει η Carlsberg στη Μεγ. Βρετανία

15 Με συνταγή ηλικίας 220 ετών

Αφού μελέτησαν για χρόνια συνταγές του 12ου αιώνα που σώθηκαν από τη φωτιά, οι μοναχοί του Grimbergen φτιάχνουν νέα μπίρα

16 Τρέχει με χίλια η ζυθοποιία της Κίνας

Τη μεγαλύτερη διεύρυνση της αξίας τους καταγράφουν αυτή τη χρονιά οι κινεζικές μάρκες λέει η Brand Finance

16 Το πιο πολύτιμο brand στον κόσμο

Ξεπερνώντας την Bud Light, η Budweiser είναι για πρώτη φορά η πιο πολύτιμη μάρκα μπίρας

29 Ήρθε η ώρα της ζύμωσης με κάνναβη

Ετοιμάζεται στον Καναδά από την Province Brands η πρώτη μπίρα του κόσμου που ζυμώνεται με κάνναβη

50 Οχι πια πλαστικό αποφάσισε η Diageo

Με μια επένδυση 16 εκατ. στερλινών οι μπίρες της Diageo θα χρησιμοποιούν μόνο ανακυκλώσιμα υλικά συσκευασίας

Κάτι βράζει...

08

Το παιχνίδι δεν παίζεται πια στο ποιος θα κάνει την πιο πικρή μπίρα, σύμφωνα με τον πρόεδρο της Ελληνικής Ένωσης Ζυθοποιών και ιδιοκτήτη της Septem, Σοφοκλή Παναγιώτου

24

Κοπάει με αξιώσεις την αγορά η Ομάδα Ζυθοποίησης του Τμήματος Επιστημών Οίνου, Αμπέλου και Ποτών του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής, που δεν αποκλείει και την κυκλοφορία δικής της μπίρας στα ράφια των εγχώριων μπαρ

26

Με τον πειραματισμό να είναι η ουσία της ζυθοποίησης, πολλή ενέργεια αφιερώνεται στον εντοπισμό νέων γεύσεων και αρωμάτων. Ωστόσο υπάρχουν και οι συντηρητικοί που κουνούν το δάχτυλο σε υπερβολικά ακραίους συνδυασμούς



30

Το 1883 ο Emil Hansen δουλεύοντας στο Carlsberg Foundation της Κοπεγχάγης, καταφέρνει να απομονώσει για πρώτη φορά καθαρό ζυμομύκητα. Η τεχνολογική εξέλιξη από εκεί και μετά ήταν καταγιστική...

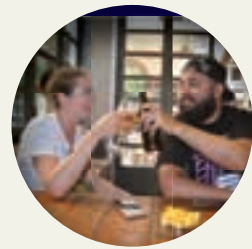
Παμε Brunch!

38 Για κολασμένη μπυροποσία

Με εκατοντάδες ετικέτες και 23 βρύσες να «ρέουν», το Barley Bargo είναι ο παράδεισος της κολασμένης μπυροποσίας

40 Sunday's ExBEERience

Το Sunday's ExBEERience του Barley Cargo ακολουθεί τα BeerTrails της καλής χειροποίητης μπίρας, λένε οι δημιουργοί του



43 Να πει η μπίρα την ιστορία της

«Η ζυθοποιία πρέπει να μπορεί να πει μια ιστορία καθώς την γεμίζουμε στο ποτήρι του πελάτη», κατά τον Mr Barley

44 Ταξίδια στη γαστρονομία

Αρμονία, που προκύπτει τόσο με το πάντρεμα των γεύσεων, όσο και με την αντίθεση, είναι το κλειδί για τον τέλει συνδυασμό μπίρας και φαγητού

46 Δημοφιλής όπως μια Lager

Με τη λέξη «Lager» να σημαίνει «αποθήκη» και να αναφέρεται στα υπόγεια, παγωμένα κελάρια όπου γινόταν η ζύμωση και η μακρόχρονη ωρίμανση οι μπίρες του είδους είναι οι πιο δημοφιλείς



Πίνδος®

ΤΑ ΝΟΣΤΙΜΑ ΟΡΕΙΝΑ ΚΟΤΟΠΟΥΛΑ

ΝΕΑ ΣΕΙΡΑ
αθλητικών
Πίνδος

Από φρέσκα
ορεινά κοτόπουλα,
ελεύθερης βοσκής

Η νόστιμη & υγιεινή επιλογή
στα αθλητικά!

Με τη γεύση και τον αέρα του χωριάτικου, η ΠΙΝΔΟΣ φέρνει κοντά μας μια νέα σειρά αθλητικών! Από φρέσκα ορεινά κοτόπουλα, ελεύθερης βοσκής, τα νέα αθλητικά 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».



ΣΤΗΝ ΑΥΓΗ ΤΗΣ ΝΕΑΣ ΔΕΚΑΕΤΙΑΣ

Αν παρατηρήσουμε τη διεθνή αγορά και κάνουμε μια υποθετική προσαρμογή στα ελληνικά δεδομένα, θα δούμε πως οι προοπτικές ανάπτυξης τόσο ποιοτικά αλλά πολύ περισσότερο ποσοτικά είναι πολύ μεγάλες



ΚΩΣΤΑΣ ΑΒΡΑΜΙΔΗΣ
ELIXI BREWERY



ήμερα φαίνεται να υπάρχει μπροστά ένας

Γολγοθάς για το χτί-

σιμο της κουλτούρας της μπύρας. Κάθε μέρα όλο και περισσότεροι άνθρωποι μπαίνουν στο κλαμπ των εραστών της μπύρας, αργά αλλά σταθερά αυξάνονται οι καταναλωτές που τολμούν να δοκιμάσουν νέες γευστικές εμπειρίες και να μυηθούν σε ένα προϊόν που καλώς ή κακώς μέχρι σήμερα το θεωρούσαν ως αναψυκτικό με αλκοόλ. Το αύριο είναι εκεί και περιμένει να κατακτηθεί! Αν παρατηρήσουμε τη διεθνή αγορά και κάνουμε μια υποθετική προσαρμογή στα ελληνικά δεδομένα, θα δούμε πως οι προοπτικές ανάπτυξης τόσο ποιοτικά αλλά πολύ περισσότερο ποσοτικά είναι πολύ μεγάλες.

Οραματιζόμενοι λοιπόν ένα εφικτό μέλλον σε βάθος δεκαετίας μπορούμε να ελπίσουμε πως οι σημερινές προσπάθειες θα έχουν κυριαρχήσει στο μέρος της κατανάλωσης που τους αναλογεί και ταυτόχρονα θα έχουν καταφέρει να επεκταθούν και σε άλλες αγορές, ενώ νέα μικροζυθοποιεία θα έχουν δημιουργηθεί προσφέροντας νέες επιλογές και πιθανότατα οπτικές.

Το εφικτό όμως προϋποθέτει και έναν χάρτη εξέλιξης των πραγμάτων. Θεμέλιο για την ανάπτυξη της μικροζυθοποιίας αποτελεί ο εκσυγχρονισμός της υπάρχουσας νομοθεσίας. Υπάρχουν τεράστια κενά σε μία νομοθεσία που κοντεύει να κλείσει έναν αιώνα ζωής και είναι φτιαγμένη με μέτρο τα μεγάλα ζυθοποιεία. Η νομοθεσία σε συνδυασμό με τη λογική που συχνά διέπει τις υπηρεσίες, πως ό,τι δεν αναφέρεται στον νόμο απαγορεύεται, μειώνει τις δυνατότητες καινοτομίας και πειραματισμού αφαιρώντας τον πραγματικό λόγο ύπαρξης της μικρής ζυθοποιίας. Κάποια στιγμή πρέπει να υπάρξει μια σύγχρονη ματιά από την πλευρά του κράτους

Υπάρχουν τεράστια κενά σε μία νομοθεσία που κοντεύει να κλείσει έναν αιώνα ζωής και είναι φτιαγμένη με μέτρο τα μεγάλα ζυθοποιεία

και δυστυχώς δεν υπάρχει πολύς χρόνος για κωλυσιεργίες.

Δεύτερο θέμα και εξίσου σημαντικό είναι η διαχείριση του μέλλοντος από τους ίδιους τους μικροζυθοποιούς. Χρειάζεται σχέδιο και όραμα, πρέπει με την ανάπτυξη του κλάδου να ξεπεραστεί το άγχος της επιβίωσης των παραγωγών και να δοθεί χώρος στη δημιουργία φρέσκων ιδεών. Περιμένουμε να δούμε περισσότερες συνεργασίες και συλλογικές ενέργειες ώστε το υπάρχον κοινό να διατηρήσει το ενδιαφέρον του και ταυτόχρονα να προσελκύσουμε και άλλο.

Τέλος, περιμένω να δω καινοτομία και βελτίωση των παραμέτρων παραγωγής και συσκευασίας που επιβαρύνουν το περιβάλλον. Επενδύσεις σε επιστροφόμενα μπουκάλια ή σε μπύρα σε κουτάκι είναι κινήσεις που θεωρώ έχουν μεγάλη σημασία και ταυτόχρονα ενισχύουν την ανταγωνιστικότητα των προϊόντων μας λόγω μείωσης του κόστους συσκευασίας, το οποίο αποτελεί και έναν από τους βασικούς λόγους, που οι μπύρες μικροζυθοποιίας είναι λιγότερο προσίτες στο καταναλωτή. 88

© ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑ: ΓΕΩΡΓΙΑ ΚΑΡΑΜΑΛΗ



www.beercatalog.gr
Ο κόσμος της μπίρας



Έγκυρη και αξιόπιστη ενημέρωση για την μπίρα
Οδοιπορικά και αφιερώματα • Beer Lifestyle

Σοφοκλής
Παναγιώτου

Τάση της craft το drinkability

Το παιχνίδι δεν παίζεται πια στο
ποιος θα κάνει την πιο πικρή μπύρα



ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ
ΣΤΗ ΜΑΡΙΝΑ ΣΚΟΠΕΛΙΤΟΥ



Εξήντα λεπτά μαζί με τον Σοφοκλή Παναγιώτου αρκούν για να συζητήσεις όλα όσα απασχολούν τον κλάδο του ελληνικού ζύθου. Ο συνιδρυτής της επιτυχημένης Μικροζυθοποιίας Septem και πρόεδρος της Ένωσης Ελλήνων Ζυθοποιών μίλησε στο B&B για το όραμα της σύνδεσης της μπύρας με την πρωτογενή παραγωγή, αλλά και την ελληνική επιχειρηματικότητα, η οποία μπορεί να αποτελέσει μέρος της αφήγησης της ελληνικής ζυθοποιίας. Τοποθετήθηκε για το θέμα της μπύρας με γεωγραφική ένδειξη και τα προϊόντα που βαφτίζονται craft, ενώ εξήγησε τους λόγους για τους οποίους έχει κολλήσει η μεταρρύθμιση στο κομμάτι της νομοθεσίας. Τέλος, αναφέρθηκε στο αίτημα υπαγωγής της ΕΕΖ στο πρόγραμμα για την προώθηση των εξαγωγών σε Τρίτες χώρες, αλλά και στη νέα τάση της craft σκηνής, η οποία σύμφωνα με τον ίδιο είναι το «drinkability».



ΓΕΩΡΓΙΑ ΚΑΡΑΜΑΛΗ





”

Ερχάστηκα στην ολιγοτομία από το 1999, όταν τελείωσα τις σπουδές μου. Γεννήθηκα στην περιοχή, έλειπα απ' αυτήν 19 χρόνια και ήθελα να επιστρέψω και να κάνω κάτι εδώ. Έτσι, το 2005 αποφασίσαμε να φτιάξουμε το δικό μας μικροζυθοποιείο.

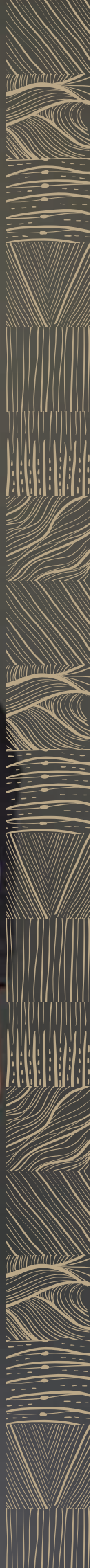
”

Η παραγωγή του δικού μας λικίσκου είναι ένα project που πιστεύουμε και θα εξελιχούμε. Χρειάζεται χρόνος για να δεις πώς συμπεριφέρονται οι πτοικίλιες και να βρεις τις βέλτιστες συνθήκες. Έχουμε χρησιμοποιήσει τις πτοικίλιες Gassade και Ghinook.

”

Η μονάδα μας στήθηκε με τη λογική ενός μικρού επισκέψιμου ζυθοποιείου. Ξεκινήσαμε από ένα χωράφι και χτίσαμε τα πάντα με τέτοιο τρόπο ώστε να μην δημιουργηθούν πρόβληματα στο περιβάλλον ή στη μέλλοντική λειτουργία του εργοστασίου.

«Το γεγονός ότι το 25% του τζίρου μας προέρχεται από εξαγωγές σε 14 χώρες οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στις βραβεύσεις μας και την παρουσία μας σε πολλά διεθνή φεστιβάλ» αναφέρει ο κ. Παναγιώτου.



Όλα ξεκίνησαν από μια «τρελή ιδέα», όπως έχετε δηλώσει. Ποια ήταν αυτή η ιδέα;

Το 2005 αποφασίσαμε μαζί με τον αδελφό μου, τον Γιώργο, να φτιάξουμε ένα μικροζυθοποιείο στον τόπο μας, το Αυλωνάρι Εύβοιας. Η ιδέα ήταν τρελή, γιατί τότε μικροζυθοποιία δεν υπήρχε. Επίσης, η λογική μας ήταν να παράγουμε μπύρα με γεύση και άρωμα στα πρότυπα ενός πολύ καλού κρασιού. Όπως στο κρασί οι οινολόγοι προσπαθούν να αναδείξουν τα χαρακτηριστικά της ποικιλίας σταφυλιού, αντίστοιχα στην μπύρα στόχος μας είναι να αναδείξουμε τα χαρακτηριστικά της κάθε ποικιλίας λυκίσκου. Ουσιαστικά, η διαφοροποίηση της Septem έγκειται στο γεγονός ότι για εμάς ο λυκίσκος είναι το κυρίαρχο συστατικό της μπύρας.

Η βαρύτητα που δίνετε στη συγκεκριμένη πρώτη ύλη φαίνεται και από το γεγονός ότι παράγετε τον δικό σας λυκίσκο.

Είμαστε στην πέμπτη χρονιά καλλιέργειας του δικού μας λυκίσκου, την οποία ξεκινήσαμε πειραματικά. Η παραγωγή λυκίσκου απορρέει από το όραμά μας, να συνδέσουμε την πρωτογενή παραγωγή με το τελικό προϊόν, καθώς πολλές φορές ξεχνάμε ότι η μπύρα αποτελεί ένα προϊόν μεταποίησης αγροτικών προϊόντων. Η παραγωγή μας πηγαίνει αρκετά καλά, αν και δεν την έχουμε αναπτύξει στο βαθμό που θα θέλαμε, καθώς παράλληλα «τρέχουμε» άλλα επενδυτικά projects.

Μια παρόμοια άποψη για τη σύνδεση της μπύρας με την πρωτογενή παραγωγή εξέφρασε και ο CEO της AB InBev, Carlos Brito. Η ελληνική ζυθοποιία, πώς θα μπορούσε να κάνει πιο εμφανή αυτή τη σύνδεση;

Αν θέλουμε να δείξουμε ότι υπάρχει σύνδεση με την τοπικότητα, ως ξεκινήσουμε από το βασικό συστατικό της μπύρας, το νερό. Όλα τα ζυθοποιεία της χώρας παράγουν μπύρα με ελληνικό νερό. Ωστόσο, πέρα από το κομμάτι των πρώτων υλών, σημαντικότερο θεωρώ το κομμάτι της επιχειρηματικότητας. Αυτή τη στιγμή, στη χώρα λειτουργούν 45 μικροζυθοποιεία, τα περισσότερα εκ των οποίων στην περιφέρεια: ο ορισμός της αποκεντρωμένης ανάπτυξης. Είμαστε οικογενειακές επιχειρήσεις που χρησιμοποιούμε ελληνικά χέρια, υπερφορολογούμε καταβάλλοντας υπέρμετρους φόρους και εισφορές, και επιλέξαμε να μην μεταναστεύσουμε, αναζητώντας φορολογικούς παραδείσους σε άλλες χώρες. Τέλος δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι το 95% της μπύρας που καταναλώνεται στην Ελλάδα, παράγεται στη χώρα.

Σε αυτό το πλαίσιο, η μπύρα με γεωγραφική ένδειξη θα μπορούσε να βοηθήσει;

Γεωγραφική ένδειξη δεν έχει κατοχυρώσει ούτε το Βέλγιο, όπου υπάρχουν οι Trappist. Οι Trappist διαφοροποιούνται ουσιαστι-

«Η παραγωγή του λυκίσκου απορρέει από το όραμά μας να συνδέσουμε την πρωτογενή παραγωγή με το τελικό προϊόν καθώς συχνά ξεχνάμε ότι η μπύρα αποτελεί προϊόν μεταποίησης αγροτικών προϊόντων»



Η μικροζυθοποιία Septem παράγει 400-450.000 λίτρα μπύρας τον χρόνο.

κά στον τρόπο και τόπο παρασκευής τους (μοναστήρια), όχι στις πρώτες ύλες. Επομένως, το να πούμε ότι θα κάνουμε στην Ελλάδα μπύρα με γεωγραφική ένδειξη «Εύβοια», παραδείγματος χάριν, επειδή παράγουμε τον λυκίσκο στην περιοχή ή θα καλλιεργήσουμε κριθάρι, μου θυμίζει την ελληνική έμπνευση όταν θελήσαμε στο παρελθόν να κατοχυρώσουμε τον όρο «φρέσκια μπύρα», πρωτοπορώντας παγκοσμίως. Η λογική των προϊόντων με γεωγραφική ένδειξη προϋποθέτει έρευνα και καθορισμό μεθόδων παραγωγής που αποσκοπούν στην παρασκευή προϊόντων με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά. Μόνο με αυτές τις προϋποθέσεις τα συγκεκριμένα προϊόντα αποκτούν φήμη και διείσδυση στην αγορά, ενισχύοντας την εμπιστοσύνη του καταναλωτή. Επομένως στόχος πάντοτε πρέπει να είναι η σωστή ενημέρωση του καταναλωτή και η εμπέδωση σχέσεων εμπιστοσύνης μαζί του, και σε καμιά περίπτωση η εξαπάτηση του. Για παράδειγμα παγκοσμίως τα τελευταία δέκα χρόνια με την ραγδαία ανάπτυξη της craft μπύρας, έχει παρουσιαστεί το φαινόμενο των «crafty» προϊόντων. Αρχικά εμφανίστηκαν στην Αμερική, όπου οι μεγάλες ζυθοποιίες λάνσαραν προϊόντα με εικόνα (φιάλη-ετικέτα κτλ) που παραπέμπει σε μικροζυθοποιία, με σκοπό να εκμεταλλευθούν το συγκεκριμένο trend. Δυστυχώς, το ίδιο φαινόμενο των "crafty" προϊόντων παρατηρούμε το τελευταίο διάστημα και στην χώρα μας.

Με αυτές τις εταιρείες είστε στην ίδια Ένωση.

Οι δυσλειτουργίες και τα κακώς κείμενα που υπάρχουν στην αγορά και αφορούν μικρές και μεγάλες εταιρείες του κλάδου, δεν είναι αρμοδιότητα της Ελληνικής Ένωσης Ζυθοποιών. Ο θεσμικός ρόλος της ΕΕΖ είναι αφενός να εισηγείται μεταρρυθμίσεις και νομοθετικές αλλαγές που βελτιώνουν τη συνολική λειτουργία του κλάδου και αφετέρου να συμβάλλει στην προώθηση της κουλτούρας της μπύρας, όπως είναι η πρωτοβουλία των Ανοικτών Ζυθοποιείων που διοργανώνουμε φέτος για δεύτερη φορά. Η ΕΕΖ δεν έχει αρμοδιότητες ελεγκτή των ενδεχόμενων παρατυπιών σε επίπεδο αθέμιτων εμπορικών πρακτικών ή ετικετών και εταιρειών διακίνησης μπύρας που δεν πληρούν την κείμενη νομοθεσία. Επίσης, δεν έχει νομοθετικό ρόλο, καθώς όλοι βιώσαμε την 100% αύξηση του Ειδικού Φόρου Κατανάλωσης πριν 3 χρόνια, που είχε ως αποτέλεσμα σήμερα να έχουμε τον πέμπτο υψηλότερο ΕΦΚ στην Ευρώπη και η τιμή της μπύρας στον καταναλωτή να είναι σημαντικά ακριβότερη σε σχέση με όλες τις υπόλοιπες μεσογειακές χώρες. Υπάρχουν αρμόδιες αρχές που οφείλουν να ελέγχουν την εύρυθμη λειτουργία της αγοράς και τη νομιμότητα των ζύθων που διακινούνται, όπως επίσης και την ίση μεταχείριση μικρών



και μεγάλων εταιρειών του κλάδου.

Γυρνώντας στη Septem, θέλετε να μας μιλήσετε για τα κομβικά σημεία στην ιστορία της;

Μία κομβική στιγμή ήταν το 2012 όταν αποφάσισα να σταματήσω το κρασί. Μία απόφαση δύσκολη αλλά σημαντική γιατί απελευθέρωσε την μπίρα. Άλλο ένα σημείο ήταν το 2014, όταν προχωρήσαμε σε μία επένδυση για τον τριπλασιασμό, των εγκαταστάσεών μας. Τέλος, θα προσθέσω τις βραβεύσεις που ξεκίνησαν το 2010. Από αυτές ξεχωρίζει η βράβευση για το καλύτερο ζυθοποιείο της Ευρώπης το 2015 στο International Beer Challenge στο Λονδίνο, μία στιγμή που δεν χαρήκαμε γιατί επτά μέρες νωρίτερα είχαν επιβληθεί τα capital controls.

Αυτές οι βραβεύσεις άνοιξαν τον δρόμο για τις εξαγωγές της Septem;

Το γεγονός ότι αυτή τη στιγμή το 25% του τζίρου μας προέρχεται από εξαγωγές σε 14 χώρες οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στις βραβεύσεις μας και την παρουσία μας σε πολλά φεστιβάλ craft μπίρας στο εξωτερικό. Αλλά πέρα από αυτό έπρεπε να χτιστεί ένα brand name. Δεν μπήκαμε ποτέ στη λογική να πουλήσουμε τη φθηνότερη μπίρα ή να προσφέρουμε τα περισσότερα δωρεάν κιβώτια. Η εμπορική πολιτική της εταιρείας μας είναι ταυτόσημη για όλους τους συνεργάτες μας και αυτό συνεχίζεται και τώρα που τη διανομή έχει η εταιρεία Καρούλιας. Νομίζω ότι η λέξη-κλειδί σε όλη αυτή την πορεία είναι η υπομονή.

Λίγο πριν την εκπονή του 2018 παρουσιάστηκε ένα σχέδιο νόμου, που προκάλεσε αντιδράσεις. Κατόπιν αυτού, ο διοικητής της ΑΑΔΕ δήλωσε ότι θα οριστεί ομάδα εμπειρογνομώνων που θα

Στη νέα πρόκληση του 2020 η Ένωση Ελλήνων Ζυθοποιών θα υποβάλει εκ νέου αίτημα υπαγωγής στο ευρωπαϊκό πρόγραμμα προώθησης των εξαγωγών σε Τρίτες Χώρες

εκπονήσει ένα νέο πλαίσιο. Υπάρχουν εξελίξεις σε αυτή την ιστορία;

Τέλος Μαρτίου λάβαμε μία πρόσκληση για να συζητήσουμε. Αυτό που είχε συμφωνηθεί με το διοικητή της ΑΑΔΕ ήταν ότι η συζήτηση θα ξεκινούσε από μηδενική βάση. Ωστόσο, λάβαμε μία ενημέρωση στην οποία τα θέματα της συζήτησης ήταν ομότιπλα με τα δύο σχέδια νόμου που απορρίφθηκαν. Το να συζητήσουμε πάνω σε ένα νόμο, καταστροφικό για τον κλάδο, γιατί απλούστατα θέλει να εφαρμόσει τη νομοθεσία των αλκοολούχων ποτών στην μπίρα, δεν το θεωρώ θετικό. Η ΕΕΖ έστειλε επιστολές προς το υπουργείο Οικονομικών, την ΑΑΔΕ και το Χρημίο του Κράτους, αλλά μέχρι στιγμής δεν έχουμε λάβει επίσημη απάντηση. Αυτό που ζητήσαμε σαν Ένωση Ζυθοποιών, είναι ένα νέο, σύγχρονο κανονιστικό πλαίσιο, το οποίο θα διασφαλίζει ότι όλοι θα ελέγχονται και θα καταβάλλουν τους φόρους τους.

Η υπόθεση προχωρά με βήματα κελώνας...

Δυστυχώς, οι μεταρρυθμίσεις στην Ελλάδα προχωρούν με βήματα κελώνας. Ωστόσο, μία μεταρρύθμιση που δεν κοστίζει χρήματα στο κράτος, μειώνει την γραφειοκρατία και ελευθερώνει δυνάμεις στην αγορά, θα ενίσχυε την παραγωγικότητα, την κατά κεφαλήν κατανάλωση μπίρας και επομένως όλοι θα ήταν κερδισμένοι. Έχοντας 35 λίτρα κατά κεφαλήν κατανάλωση σταθερά την τελευταία επταετία, αυτό που κάνουμε είναι να έχουμε μία μικρή πίτα που τη μοιραζόμαστε όλοι. Μπορεί να μεγαλώνει το κομμάτι της μικροζυθοποιίας αλλά και αυτό γίνεται με πολύ αργούς ρυθμούς. Το κομμάτι της πραγματικής craft μπίρας στην Ελλάδα είναι περίπου το 1% της αγοράς, καθώς δεν συμπεριλαμβάνω σε αυτό την μπίρα που παράγεται



«Μην ξεχνάμε ότι το 95% της μπίρας που καταναλώνεται στην Ελλάδα, παράγεται στη χώρα.»



«Η επένδυση στη μικροζυθοποιία δεν κοστίζει 100, 200 ή 250.000 ευρώ, που ακούω συχνά. Είναι τεράστια και θα πρέπει να αποσβεστεί.»



«Έχοντας 35 λίτρα κατά κεφαλήν κατανάλωση την τελευταία επταετία, έχουμε μία μικρή πίτα που τη μοιραζόμαστε όλοι.»

μικροζυθοποιεία που αξιοποιούν το όριο των 200.000 εκατολίτρων ετήσιας παραγωγής

Πώς θα μπορούσε να μεγαλώσει η πίτα;

Για να μεγαλώσει η πίτα πρέπει να αυξήσουμε το κοινό μας. Για παράδειγμα «ακουμπάμε» ελάχιστα τον γυναικείο πληθυσμό. Επίσης, πρέπει να αναπτύξουμε την κουλτούρα της μπίρας. Να καταλάβει ο κόσμος ότι η craft δεν είναι απλά ένα κίτρινο ποτό με φυσαλίδες που πίνεται στους -20C κάτω από μία ομπρέλα. Μιλάμε για ποτό εφάμιλλο του κρασιού, που μπορεί να δώσει τις ίδιες γευστικές απολαύσεις και να συνδυαστεί με τη γαστρονομία.

Τις γυναίκες πώς θα μπορούσατε να τις προσεγγίσετε περισσότερο; Λανσάροντας προϊόντα χαμηλότερου αλκοόλ;

Οι γυναίκες καταναλώνουν κρασί, το οποίο έχει 12-13% αλκοόλ. Δεν νομίζω ότι έχουν πρόβλημα να καταναλώσουν αλκοόλ. Επομένως, είναι λίγο κλισέ αυτή η προσέγγιση. Περισσότερο πρέπει να αναδειξουμε ότι η μπίρα δεν παχαίνει, γιατί πολλές γυναίκες την αποφεύγουν γι' αυτό το λόγο. Επίσης, πρέπει να πάμε σε γεύσεις πιο γυναικείες, δηλαδή πιο φρουτώδεις και ήπιες. Θα βοηθούσε αν μπορούσαμε να παράγουμε φρουτόμπυρες. Ξαναγυρίζουμε λοιπόν στη νομοθεσία. Από εκεί και πέρα υπάρχει και το θέμα της εικόνας, καθώς η μπίρα θεωρείται αντρικό ποτό.

Άλλωστε ο Ανέστης ο Μπαμπατζιμόπουλος επέμενε ότι όποιος πείσει τις γυναίκες για τα προϊόντα του, έχει κερδίσει το παιχνίδι...

Ο Ανέστης Μπαμπατζιμόπουλος, που δυστυχώς έφυγε πρόσφατα, ήταν μεγάλος δάσκαλος. Συνεργάστηκα μαζί του όταν

**Λυκίσκοι
αρωματικοί,
αλλά με «άγρια»
πικράδα,
πιστεύω ότι θα
υποχωρήσουν
σημαντικά
για να βγουν
σε προσκήνιο
ευρωπαϊκοί με
πιο ήπιο άρωμα
και γεύση**

έκανα το μεταπτυχιακό μου. Συγκεκριμένα, η έρευνά μου ήταν πάνω σε αποστάγματα του Ανέστη. Ο ίδιος δούλεψε πολύ, ώστε να κάνει το απόσταγμα πιο προσιτό στις γυναίκες.

Η Ένωση κατέθεσε αίτημα υπαγωγής σε πρόγραμμα για την προώθηση των εξαγωγών σε Τρίτες Χώρες. Πώς εξελίχθηκε;

Καταθέσαμε το 2018, αλλά δεν εγκρίθηκε. Θα κάνουμε νέα προσπάθεια στην πρόσκληση του 2020. Η επόμενη θα γίνει μάλλον μαζί με κάποια ευρωπαϊκή χώρα και πιστεύουμε ότι θα έχουμε καλύτερες πιθανότητες. Γίνονται συζητήσεις και υπάρχει ενδιαφέρον για συνεργασία. Αν τα καταφέρουμε, θα πρόκειται για μία μεγάλη επιτυχία που θα αυξήσει την εξωστρέφεια των ελληνικών επιχειρήσεων, καθώς η επιδότηση για την προώθηση των εξαγωγών σε Αμερική, Αυστραλία και Κίνα είναι πολύ υψηλή.

Ποια θα είναι η επόμενη τάση στην craft;

Η τάση που έχει ξεκινήσει ήδη στην craft σκηνή, και το στοιχείό της αν θέλετε, είναι το «drinkability». Φεύγουμε πλέον από το κυνήγι των IBUs, δηλαδή για το ποιος θα κάνει την πιο πικρή μπίρα. Η τάση αυτή ξεκίνησε από την craft σκηνή της Αμερικής, όπου πολλοί ζυθοποιοί γυρίζουν πλέον σε ευρωπαϊκούς λυκίσκους, εγγλέζικους ή γερμανικούς, γιατί πέρα από το hoppiness και τη σκληρότητα, μία μπίρα τελικά θα πρέπει να είναι προσιτή στον καταναλωτή. Λυκίσκοι πάρα πολύ αρωματικοί, αλλά με «άγρια» πικράδα, πιστεύω ότι θα υποχωρήσουν και θα βγουν σε πρώτο πλάνο κάποιοι ευρωπαϊκοί με πιο ήπιο άρωμα και γεύση. ☺



Με την πιο ειλικρινή καμπάνια που έγινε ποτέ

«Ίσως να μην ήταν η καλύτερη μπίρα στον κόσμο,
γι' αυτό την αλλάξαμε» λέει η Carlsberg στη Μεγ. Βρετανία

Με μια διαφημιστική καμπάνια που χαρακτηρίζεται ως «η πιο ειλικρινής που έχει κάνει ποτέ» η Carlsberg λανσάρει στην αγορά της Μεγ. Βρετανίας μια νέα εκδοχή της κλασικής της ετικέτας. «Χάσαμε το δρόμο μας», παρατηρεί η εταιρεία. «Επικεντρωθήκαμε στην ποσότητα, αντί για την ποιότητα. Και τώρα αλλάζουμε» συμπληρώνει. Αποτέλεσμα δουλειάς 14 μηνών, η νέα μπίρα φτιάχνεται με διαφορετική συνταγή σε ό,τι αφορά το λυκίσκο και το κριθάρι και ξανασυστίνεται ως Δανέζικη Pilsner. 88



Μόνο με τα δικά της chips...

«Ένα συνδυασμό που συμπυκνώνει τη γεύση του καλοκαιριού, είτε τον απολαμβάνει κανείς στην παραλία, είτε στο μεσημεριανό δι-άλειμμα», προσφέρει η πρωτοποριακή στην παγκόσμια αγορά συνεργασία της Cape Cod Chips με τη ζυθοποιία Samuel Adams από τη Νέα Αγγλία των ΗΠΑ. Πρόκειται για πατατάκια σε γεύσεις με τριμμένο πιπέρι και λεμόνι, τα οποία θα παράγονται σε περιορισμένη έκδοση, ως συνοδευτικά στις φρουτώδεις νότες της IPA της Samuel Adams. Ο υπεύθυνος Μάρκετινγκ της Cape Cod, Aaron Torchio, ανέφερε σχετικά ότι από τη στιγμή που και οι δύο εταιρείες γεννήθηκαν στα βορειοανατολικά, έβγαζε νόημα να συνεργαστούν. 88





Μια συνταγή ηλικίας 220 ετών



Πέρασαν 220 χρόνια προκειμένου οι μοναχοί του Grimbergen να ξεκινήσουν τη ζυθοποίηση, αφού μελέτησαν για τέσσερα χρόνια αναλυτικές συνταγές του 12ου αιώνα της Μονής Norbertine, προτού καταστραφεί από φωτιά στα τέλη του 18ου αιώνα. Η ανακοίνωση έγινε από τον πατέρα Karel Stautemas, παρουσία του δημάρχου της πόλης και πλήθους κόσμου. Όπως ο ίδιος ανέφερε: «Είχαμε τα βιβλία, ωστόσο κανείς δεν μπορούσε να τα διαβάσει. Ήταν γραμμένα σε αρχαία λατινικά και ολλανδικά. Οπότε, επιστρατεύσαμε εθελοντές. Εντοπίσαμε λίστες υλικών με αναλυτικές πληροφορίες. Ωστόσο, μόνο κάποια στοιχεία υιοθετήθηκαν. Δε νομίζω ότι θα άρεσε σήμερα εκείνη η γεύση» σημείωσε ο ίδιος. Σε ό,τι αφορά τα σχέδιά τους, προγραμματίζεται να τροφοδοτείται κυρίως η γαλλική και η βελγική αγορά με τρία εκατομμύρια γυάλινα μπουκάλια των 330ml το χρόνο, ξεκινώντας από τα τέλη του 2020, σε συνεργασία με Carlsberg και Alken-Maes. ☪

Τρέχει με χίλια η ζυθοποιία της Κίνας

Σύμφωνα με τα στοιχεία του φετινού Brand Finance

Τη μεγαλύτερη διεύρυνση της αξίας τους καταγράφουν αυτή τη χρονιά οι ασιατικές -και ιδιαίτερα οι κινεζικές- μάρκες μπύρας, σύμφωνα με την ετήσια έκθεση για τις κραταιές μάρκες μπύρας της συμβουλευτικής εταιρείας Brand Finance, που δόθηκε στη δημοσιότητα τον Ιούλιο του 2019.

«Με τη ζήτηση για μπύρα να κινείται σε ιστορικά υψηλά στην Κίνα και τις προβλέψεις για τα επόμενα χρόνια να κάνουν λόγο για ενισχυμένο ρυθμό ανάπτυξης, ως αποτέλεσμα του μεγαλύτερου διαθέσιμου εισοδήματος της ανερχόμενης μεσαίας τάξης, η τάση εμφανίζει χαρακτηριστικά συνεχίσεως. Εάν οι συγκεκριμένες μάρκες αρχίσουν να έχουν παρουσία σε αγορές εκτός Κίνας, ενδεχομένως θα γίνουν με μάρτυρες έντονου ανταγωνισμού με καθιερωμένες δυτικές μάρκες μπύρας», εκτιμάται στην έκθεση.

Πιο συγκεκριμένα η κινεζική Snow είναι η ταχύτερα αναπτυσσόμενη μάρκα στην κατάταξη, περιλαμβάνεται στις δέκα κορυφαίες για πρώτη φορά φέτος, με αύξηση 52% στην αξία της, στα

3,7 δις δολάρια. Είναι ήδη η μπύρα με τις καλύτερες πωλήσεις στον κόσμο - με 101,2 εκατομμύρια εκατόλιτρα τον χρόνο - υπερδιπλάσιες από εκείνες της Budweiser. «Η μάρκα, που παραδοσιακά πωλείται στην Κίνα, έχει προχωρήσει σε μια σειρά στρατηγικών συνεργασιών, προκειμένου να υποστηρίξει την παγκόσμια παρουσία της, όπως αυτές με την ολλανδική Heineken και την αμερικανική Molson Coors» παρατηρεί η Brand Finance. Επίσης η εταιρεία Tsingtao είδε αύξηση 49% στην αξία της, στα 1,7 δις δολάρια, σκαρφαλώνοντας εννιά θέσεις στην κατάταξη, περισσότερο από οποιαδήποτε άλλη μάρκα. «Συνεχίζει να διατηρεί τη βάση με τους παραδοσιακούς της πελάτες στην Κίνα, την ώρα που έχει και τις περισσότερες εξαγωγές, με πωλήσεις σε περισσότερα από εκατό σημεία παγκοσμίως. Όπως και άλλες κινεζικές μάρκες, η Tsingtao γνωρίζει ισχυρό ανταγωνισμό από άλλες εταιρείες ζυθοποιίας διεθνώς,

ωστόσο έχει αντέξει, με ισχυρή διεύρυνση στις πωλήσεις την τελευταία χρονιά». 88



Η μπύρα με τις καλύτερες πωλήσεις στον κόσμο - με 101,2 εκατομμύρια εκατόλιτρα τον χρόνο - υπερδιπλάσιες από εκείνες της Budweiser είναι η κινεζική Snow.

Top 10 TA BRANDS ΜΕ ΤΗ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗ ΑΞΙΑ

	1 ↑ 2		2019: \$7,519m 2018: \$7,082m	+6,2%
	2 ↓ 1		2019: \$6,976m 2018: \$7,377m	-5,4%
	3 ← 3		2019: \$6,766m 2018: \$6,090m	+11,1%
	4 ↑ 5		2019: \$5,180m 2018: \$3,539m	+46,4%
	5 ↑ 8		2019: \$4,048m 2018: \$2,783m	+45,4%
	6 ← 6		2019: \$4,006m 2018: \$3,417m	+17,2%
	7 ↑ 11		2019: \$3,666m 2018: \$2,415m	+51,8%
	8 ↓ 4		2019: \$3,637m 2018: \$3,715m	-2,1%
	9 ↓ 7		2019: \$3,426m 2018: \$3,317m	+3,3%
	10 ← 10		2019: \$2,884m 2018: \$2,528m	+14,1%

Στην κορυφή του κόσμου η Budweiser

Ξεπερνώντας την Bud Light, η Budweiser είναι πια η πιο πολυτιμη μάρκα μπύρας διεθνώς για πρώτη φορά, σύμφωνα με την ετήσια έκθεση για τις κραταιές μάρκες της Brand Finance. Η αξία της Budweiser, που ανήκει στο καρτοφυλάκιο της AB InBev, ανήλθε κατά 6%, φτάνοντας τα 7,5 δις, γεγονός που αποδίδεται και στη κορυφαία στήριξη του FIFA 2018, η οποία ήταν η πιο ακριβή απ' όσες έχει προβεί. Ακόμη πιο σημαντικό θεωρείται το ότι της δόθηκε η ευκαιρία να επιταχύνει την ανάπτυξή της σε ξένες αγορές, μεταξύ των οποίων Ν. Αφρικής, της Κολομβίας, της Κίνας και της Αυστραλίας. 88



Η αξία μιας μάρκας προσδιορίζεται με βάση το καθαρό οικονομικό κέρδος που θα απέφερε στον ιδιοκτήτη της η πώληση στην ανοικτή αγορά.



Δύο ζυθοποιίες στο Μέτρο 4.2.2

Για τη μικρή μονάδα παραγωγής μπίρας στην Ικαρία, ο Αύγουστος θα δείξει το μέγεθος της επένδυσης στην οποία θα προχωρήσουν το φθινόπωρο, με σκοπό την αύξηση της παραγωγής της «Ικαριώτισσας» που εδώ και ένα χρόνο στην αγορά έχει δει αρκετές φορές τα αποθέματά της να εξαντλούνται. «Θα βάλουμε και άλλες δεξαμενές» μας λένε οι δραστήριοι άνθρωποι της Ικαριώτισσας, οι οποίοι μέχρι σήμερα παράγουν περί τους 28 τόνους μπίρας μηνιαίως. Η μπίρα είναι αποτέλεσμα των προσπαθειών της Ειρήνης Κουλουλία, του συζύγου Βαγγέλη Αγγελουδάκη, της αδερφής της Αφροδίτης Κουλουλία και του φίλου τους Γιάννη Κεφάλα που πήραν μια μέρα την απόφαση να φτιάξουν μια ζυθοποιία, με ίδια κεφάλαια 1,5 εκατ. ευρώ. Επόμενο βήμα, η εγκατάσταση τουλάχιστον τριών εξατονων δεξαμενών, που θα εξασφαλίσει σχεδόν τον διπλασιασμό της παραγωγής. Σημειώνεται ότι από τα συνολικά 18 επενδυτικά σχέδια που πήραν έγκριση στο Μέτρο 4.2.2 «Μεταποίηση με τελικό μη γεωργικό προϊόν», δύο αφορούν μονάδες παραγωγής μπίρας. Συγκεκριμένα πρόκειται για την Ικαριακή Ζυθοποιία Μονοπρόσωπη ΙΚΕ και τη Ζυθοποιία Νοτίου Αιγαίου ΙΚΕ για ίδρυση μικρής μονάδας παραγωγής ζύθου. 88



3 εκατ. Λίτρα μηλίτη ο στόχος για το 2019



Μία από τις βασικές προτεραιότητες της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας τα τελευταία χρόνια ήταν η παραγωγή μηλίτη στην Ελλάδα, όπως υπογράμμισε την Τετάρτη 12 Ιουνίου ο διευθύνων σύμβουλος της εταιρείας, Αλέξανδρος Δανιηλίδης, κατά την ξενάγηση δημοσιογράφων στη γραμμή παραγωγής μηλίτη του εργοστασίου της Πάτρας. Όπως ο ίδιος ανέφερε, μόλις ολοκληρώθηκε, τον Αύγουστο του 2018, η νομοθετική αναθεώρηση που

επέτρεψε στα ζυθοποιεία την παραγωγή μηλίτη, η εταιρεία προχώρησε άμεσα σε επένδυση 1,5 εκατ. ευρώ στο εργοστάσιο της Πάτρας ενώ ο στόχος για το 2019 είναι η παραγωγή 3 εκατομμυρίων λίτρων μηλίτη για τα brands Μηλοκλέφτης και Strongbow Gold Apple και Red Berries. Σύμφωνα με τον κ. Δανιηλίδη, η νέα γραμμή παραγωγής μηλίτη υπολογίζεται ότι θα δημιουργήσει πάνω από 2 εκατ. προστιθέμενη αξία για τη χώρα,

καθώς και 65 θέσεις εργασίας. Σε ό,τι αφορά την προμήθεια του χυμού μήλου, προέρχεται από την εταιρεία Αφοί Χριστοδούλου Α.Ε. (Οικογένεια Χριστοδούλου), που διαχειρίζεται ελληνικά μήλα από Πελοπόννησο και Μακεδονία. As σημειωθεί μάλιστα ότι η περιεκτικότητα σε χυμό μήλου είναι 50%, όπως ορίζει η ελληνική νομοθεσία, ενώ οι εισαγόμενοι μηλίτες έχουν περιεκτικότητα 20-30%. Επίσης όπως αναφέρθηκε η πρώτη χώρα στο εξωτε-

ρικό όπου θα ξεκινήσουν οι εξαγωγές είναι η Κύπρος όπου ήδη διεξάγονται συζητήσεις. As σημειωθεί ότι το εργοστάσιο της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στην Πάτρα μετράει 35 χρόνια λειτουργίας και 260 εργαζόμενους και αποτελεί τη μεγαλύτερη παραγωγική μονάδα της εταιρείας. Συνολικά κάθε χρόνο παράγονται εκεί 1.400.000 εκατολίτρα μπύρας, εκ των οποίων περίπου τα 90.000 εξάγονται. 88



© ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑ: ΓΕΩΡΓΙΑ ΚΑΡΑΜΑΛΗ

Συστήνει ξανά τη Fix η Ολυμπιακή

Στο rebranding του σήματος Fix θα αξιοποιήσει το μεγαλύτερο μέρος των κεφαλαίων της επένδυσής της, η οποία υπερβαίνει τελικά κατά 5 εκατ. το αρχικό budget

Κεφάλαια ύψους 12 εκατ. ευρώ, δρομολογεί τελικά για το 2019 η Ολυμπιακή Ζυθοποιία, με το μεγαλύτερο μέρος να πηγαίνει στο rebranding του σήματος FIX, ενώ το υπόλοιπο στις προγραμματισμένες επενδύσεις στις μονάδες παραγωγής σε Σίνδο και Ριτσώνα. Εξάλλου, φέτος η εταιρεία ολοκληρώνει το πενταετές επενδυτικό της πρόγραμμα ύψους 48 εκατ. ευρώ.

Σύμφωνα με τον επικεφαλής της Dejan Beko (φωτό), δρομολογούνται ο εμπλουτισμός της γκάμας με νέα προϊόντα, όπως είναι η γαλλική Kronenbourg 1664 Blanc και η νέα γέυση του μηλίτη Somersby, ενώ έμφαση δίνεται στη σειρά αναψυκτικών Tuborg. Σε ό,τι αφορά στην πορεία της αγοράς και κατ' επέκταση της

εταιρείας, τα στελέχη της, όπως ανέφεραν στο περιθώριο εκδήλωσης για την υπεύθυνη καταναλώση αλκοόλ, πέρυσι ήταν μια θετική χρονιά όπου η αγορά «έτρεξε» με +4% στο λιανημπόριο και η Ολυμπιακή Ζυθοποιία καρπώθηκε κατ' αντιστοιχία οφέλη, ενώ για φέτος εκτιμούν πως θα υπάρξει περαιτέρω ανάπτυξη μεταξύ 2% και 3%. Η ανάκαμψη της κατανάλωσης, οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στον τουρισμό. Στο μεταξύ, η Ολυμπιακή Ζυθοποιία ανακοίνωσε τη συνεργασία της με τη μη-κερδοσκοπική πρωτοβουλία Safe Water Sports τρέχοντας καμπάνια με μήνυμα «Απόλαυσε την ασφάλεια», με στόχο την ενημέρωση σε θέματα που σχετίζονται με τις δραστηριότητες στο νερό. 88



Επέκταση γραμμής παραγωγής

Ένα χρόνο μετά τα εγκαίνια του νέου της ζυθοποιείου στην Καλλιθέα Ηρακλείου, η Κρητική μικροζυθοποιία «Σόλο» προχώρησε σε επέκταση της γραμμής παραγωγής της με την προσθήκη πέντε νέων δεξαμενών ζύμωσης τετραπλασιάζοντας την παραγωγική της δυναμικότητα σε 200.000 λίτρα ετησίως. Τέσσερα χρόνια μετά την εμφάνιση της στην ελληνική σκηνή της craft ζυθοποιίας η Σόλο έχει κυκλοφορήσει πάνω από 45 ετικέτες μπύρας στην εγχώρια και διεθνή αγορά, μεταξύ των οποίων αρκετές σε συνεργασία με διεθνείς ζυθοποιίες από κάθε γωνιά του πλανήτη. Στο πλαίσιο επέκτασης του διεθνούς δικτύου της, η «Σόλο» έκανε πρόσφατα και την επίσημη είσοδό της στη Σκανδιναβία με προωθητικές ενέργειες στις 10 σημαντικότερες πόλεις της Νορβηγίας. ☞



Από τη Βιομηχανία Γάλακτος Κατερίνης

Σε μία νέα κατηγορία προϊόντων μπήκε η Βιομηχανία Γάλακτος Κατερίνης, που παράγει το γάλα Κορφί, καθώς λάνσαρε στην αγορά τις μπύρες Δίας, μια δροσιστική Lager, και VamBeer, μία Lager και μία Pilsener αφιλητράριστες, απαστερίωτες ελληνικές μπύρες χωρίς πρόσθετα χωρίς συντηρητικά προϊόντα παραδοσιακής αργής ζυθοποίησης. ☞



Διτή εκπαίδευση από την ΕΖΑ

Για το επάγγελμα του Ζυθοποιού και Βυνοποιού

Τη δυνατότητα εκπαίδευσης και απόκτησης πιστοποίησης στο επάγγελμα του Ζυθοποιού και Βυνοποιού προσφέρει η Ελληνική Ζυθοποιία Αταλάντης, σε συνεργασία με το Ελληνογερμανικό Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο, μέσω ειδικού προγράμματος Διττής Επαγγελματικής Εκπαίδευσης που εφαρμόζεται για πρώτη φορά στην Ελλάδα. Συγκεκριμένα, το τριετές πρόγραμμα ξεκίνησε στις 10 Ουνίου στις εγκαταστάσεις της ΕΖΑ, παρέχοντας στους συμμετέχοντες όλες τις απαιτούμενες θεωρητικές γνώσεις, ενώ ταυτόχρονα γίνεται πρακτική εφαρμογή σε πραγματικές συνθήκες. Σημαντικό πλεονέ-

κτημα για όσους παρακολουθούν το πρόγραμμα, αποτελεί το γεγονός ότι αμειβονται και ασφαλιζονται με τις πλήρεις νόμιμες αποδοχές. Ας σημειωθεί ότι το πρόγραμμα ακολουθεί πιστά τη δομή και το περιεχόμενο του αντίστοιχου προγράμματος, που εφαρμόζεται στη Γερμανία. Με την ολοκλήρωση των τριών κύκλων, οι εκπαιδευόμενοι δίνουν γραπτές, προφορικές και πρακτικές εξετάσεις, προκειμένου να λάβουν πιστοποιητικό Διττής Επαγγελματικής Εκπαίδευσης αναγνωρισμένο από την Κεντρική Ένωση Επιμελητηρίων Γερμανίας (DIHK), που χορηγεί το Ελληνογερμανικό Επιμελητήριο. ☞



© ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑ: ΓΕΩΡΓΙΑ ΚΑΡΑΒΑΛΗ

Όλοι θέλουν τη συνεργασία

Ντεμπούτο στο Made in Beer Festival για την πρώτη ελληνική μπύρα που αποτελεί προϊόν συνεργασίας δύο ζυθοποιείων, της Μικροζυθοποιίας Θεσσαλονίκης και της αθηναϊκής Noctua

Ο λόγος για την μπύρα «Hook Up», μία Dry Hopped Pale Ale στην οποία προστίθενται γενναίες ποσότητες λυκίσκου μετά τη ζύμωση για extra άρωμα και η οποία παρουσιάστηκε για πρώτη φορά στο Made in Beer Festival, που έλαβε χώρα το τριήμερο 19-21 Απριλίου στο Αμαξοστάσιο ΟΣΥ, στο Γκάζι. «Η συνεργασία είναι το μέλλον γιατί λείπουν από όλους οι πόροι για να κάνουμε το marketing των μεγάλων εταιρειών, οπότε με αυτά τα ωραία πράγματα μπορούμε να κινήσουμε το ενδιαφέρον. Λίγων ανθρώπων στην αρχή, αλλά αυτό δεν παύει να δημιουργεί μία τάση», δήλωσε στο B&B ο Νίκος Ρόδος της Μικροζυθοποιίας Θεσσαλονίκης. ☘



Πρωτότυπο «Συμπόσιο Ζύθου επί λίθου» στο Ίλιον

Περισσότερες από 100 ετικέτες μπύρας, γεύσεις από όλο τον κόσμο και πληθώρα πολιτιστικών events, περιμένουν όσους βρεθούν στην κεντρική πλατεία του Ιλίου μεταξύ 29 Αυγούστου με 1η Σεπτεμβρίου, στο πρωτότυπο φεστιβάλ ΚΥΚΕΩΝ Folk Beer Festival, το οποίο διοργανώνουν ο Πανελλήνιος Σύλλογος Φίλων Ζύθου σε συνεργασία με τον Δήμο Ιλίου. Πρόκειται για ένα τετραήμερο party με μουσική, χορό, θεατρικές παραστάσεις, διαδραστικούς διαγωνισμούς κ.ά., όπου επίτιμος καλεσμένος θα είναι ο «Κυκεών», το αρχαίο ποτό των Ελλήνων, που είχε ως βάση το κριθαρόζουμο και το κρασί, ενώ εμπλουτιζόταν με βότανα, αλλά και κασιόκισιο τυρί ανάλογα με τον τόπο παραγωγής του. Μάλιστα μία από τις εκπλήξεις του φεστιβάλ είναι η σύγχρονη αναβίωσή του σε περιορισμένη ποσότητα, σε συνεργασία με την Πατραϊκή Ζυθοποιία. Ας σημειωθεί ότι το ΚΥΚΕΩΝ Folk Beer Festival έχει την υποστήριξη του Ινστιτούτου Οδικής Ασφάλειας Ι.Ο.ΑΣ. «Πάνος Μυλωνάς», εκπρόσωποι του οποίου θα ενημερώνουν σχετικά τους επισκέπτες. Παράλληλα, οι ενδιαφερόμενοι θα έχουν την ευκαιρία να εκτελέσουν «ασκήσεις» φορώντας ειδικά γυαλιά προσομοίωσης μέθης, διαπιστώνοντας από πρώτο χέρι το πώς και πόσο επηρεάζεται ο οργανισμός από την κατανάλωση αλκοόλ. ☘

Η Ζυθογνωσία εξελίσσεται σε Athens Craft Beer Festival

Στο Ίδρυμα Μείζονος Ελληνισμού από 18-20 Οκτωβρίου

Την εξέλιξη της γνωστής έκθεσης μπύρας «Ζυθογνωσία» σε φεστιβάλ Χειροποίητης Μπύρας ανακοίνωσε στο Beer & Brunch η διοργανώτρια εταιρεία Vinetum. «Θέλουμε να επικεντρωθούμε στις υψηλού επιπέδου craft μπύρες μέσα από ένα event φεστιβαλικού τύπου το οποίο, σε ό,τι αφορά τους εκθέτες, θα είναι by invitation only, δηλαδή εμείς θα επιλέγουμε ποιοι θα παρουσιάσουν τις μπύρες τους στο κοινό, ακριβώς όπως γίνεται στα καλύτερα φεστιβάλ craft μπύρας ανά την υφή-

λιο. Για το λόγο αυτό αποφασίσαμε να συνεργαστούμε με την Cava di Patsi που θα είναι πλέον συνδιοργανωτής μας για το Athens Craft Beer Festival, το οποίο θα γίνει 18-20 Οκτωβρίου 2019 στο Κτήριο 56 του Ιδρύματος Μείζονος Ελληνισμού», δήλωσε ο Ντίνος Στεργίδης της εταιρείας Vinetum. Στο Athens Craft Beer Festival θα παρουσιαστούν 30 κορυφαίες μικροζυθοποιίες, ελληνικές και ξένες, πολλές από τις οποίες θα είναι πρωτοεμφανιζόμενες στην ελληνική αγορά. ☹



Στο Athens Craft Beer Festival θα παρουσιαστούν 30 κορυφαίες μικροζυθοποιίες, ελληνικές και ξένες.

KARMA
ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ
www.karmabeer.gr
Good People drink Good Beer.
This is Karma.



Το κάλεσμα της μπίρας

Τρόπους ανάδειξης της κουλτούρας του ζύθου και διεύρυνσης του κοινού στο οποίο απευθύνονται οι Έλληνες ζυθοποιοί αναζητά -με επιτυχία- η Ένωσή τους



ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ: ΜΑΡΙΝΑ ΣΚΟΠΕΛΙΤΟΥ



[© ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΕΣ: ΓΕΩΡΓΙΑ ΚΑΡΑΜΑΛΗ]

Με την κατά κεφαλήν κατανάλωση μπίρας στην Ελλάδα να μένει καρφωμένη στα 35 λίτρα την τελευταία επταετία, η Ελληνική Ένωση Ζυθοποιών αναζητά συνεχώς τρόπους ανάδειξης της κουλτούρας της μπίρας αλλά και διεύρυνσης του κοινού στο οποίο απευθύνεται. Ένας από αυτούς τους τρόπους είναι και η διοργάνωση της εκδήλωσης «Ανοικτά Ζυθοποιεία», η οποία πραγματοποιήθηκε φέτος για δεύτερη συνεχή χρονιά το Σάββατο 22 και την Κυριακή 23 Ιουνίου.

«Έχοντας 35 λίτρα κατά κεφαλήν κατανάλωση σταθερά την τελευταία επταετία, αυτό που κάνουμε είναι να έχουμε μία πύλα που τη γυρίζουμε γύρω γύρω. Μπορεί να μεγαλώνει το κομμάτι της μικροζυθοποιίας, αλλά και αυτό με πάρα πολύ μικρούς ρυθμούς. Η πραγματική craft μπίρα είναι στο 1% της αγοράς. Για να μεγαλώσει η πύλα πρέπει να αυξήσουμε το κοινό στο οποίο απευθυνόμαστε. Για παράδειγμα ένα κοινό που ακουμπάμε ελάχιστα είναι ο γυναικείος πληθυσμός», ανέφερε μιλώντας στο Β&Β ο Σοφοκλής Παναγιώτου, συνιδιοκτήτης της Μικροζυθοποιίας Septem, από το Ωρολόγιο Εύβοιας, και πρόεδρος της Ελληνικής Ένωσης Ζυθοποιών.

Τα μέλη της ΕΕΖ άνοιξαν τις πόρτες τους στο κοινό, προσφέροντας ξεναγήσεις και μία σειρά από

διαδραστικές εμπειρίες στους χώρους των ζυθοποιείων τους. Αξίζει να σημειωθεί ότι η συμμετοχή στις δράσεις ήταν δωρεάν.

Η φετινή διοργάνωση, σύμφωνα με τους ανθρώπους της Septem, το εργοστάσιο της οποίας επισκέφθηκε το Β&Β, σημείωσε μεγαλύτερη επιτυχία συγκριτικά με πέρυσι, γεγονός που υποδεικνύει ότι η συγκεκριμένη πρωτοβουλία εξελίσσεται με τον επιθυμητό τρόπο. Είναι χαρακτηριστικό ότι ενώ για το Σάββατο είχαν προγραμματιστεί τρεις ξεναγήσεις στους χώρους της μονάδας, τελικά πραγματοποιήθηκαν πέντε. Την Κυριακή, επίσης, η προσέλευση του κόσμου ήταν πολύ μεγάλη, με το πρώτο group να ξεπερνά τα 30 άτομα.

Ανοικτές Πόρτες σε όλη την Ελλάδα

Αξίζει να σημειωθεί ότι στη φετινή διοργάνωση «Ανοικτά Ζυθοποιεία» συμμετείχαν κάποιες από τις σημαντικότερες ζυθοποιείες και μικροζυθοποιείες της χώρας μας. Πέρα από τη Septem, την Αθηναϊκή Ζυθοποιία και την Ολυμπιακή Ζυθοποιία, τις πόρτες τους άνοιξαν η ΒΑΠ Π. Κουγιός ΑΒΕΕ, η Ζυθοποιία Πννειού ΙΚΕ, η Ζυθοποιία Σαντορίνης ΑΕΒΕ, η Ζυθοποιία Χίου, η Κρητική Ζυθοποιία ΑΕ, η Κρητικές Ζυθοποιίες - Ζηδιανάκης ΑΕ, η Μικροζυθοποιία Μυκόνου ΑΕΒΕ και η Μικροζυθοποιία Σεργών και Βόρειας Ελλάδος ΕΕ. ☘

Ο ίδιος ο Σοφοκλής Παναγιώτου ανέλαβε την ξεναγήση στις εγκαταστάσεις της Septem, όπου έχει γίνει μία επένδυση σε μηχανήματα τελευταίας τεχνολογίας.





Τα μέλη της ΕΕΖ άνοιξαν τις πόρτες τους στο κοινό, προσφέροντας ξεναγήσεις και μία σειρά από διαδραστικές εμπειρίες με τη συμμετοχή των επισκεπτών στις δράσεις να είναι δωρεάν



Η υπεύθυνη Εταιρικής Επικοινωνίας της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, Έλλη Παναγιωτοπούλου



Επιτυχημένη χαρακτηρίσαν την εκδήλωση οι άνθρωποι της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, η οποία συμμετείχε στην πρωτοβουλία ανοίγοντας τις πόρτες των ζυθοποιείων και των βυνοποιείων της σε Πάτρα, Θεσσαλονίκη, καθώς και στην Αθήνα το μικροζυθοποιείο «Αθηνέο».



Με μεγάλη συμμετοχή ολοκληρώθηκαν και οι επισκέψεις των φίλων της μύρας στις εγκαταστάσεις της Ολυμπιακής Ζυθοποιίας στη Ριτσώνα. Μεταξύ άλλων οι καλεσμένοι είχαν την ευκαιρία να παρακολουθήσουν το live session μαγειρικής με μύρα με τη διάσημη chef, Ελένη Ψυχούλη.



Το ερευνητικό έργο του Τμήματος κερδίζει το ενδιαφέρον συνεδριών δημιουργώντας συνθήκες για έναρξη διδακτορικού προγράμματος.

Κοιτάει την αγορά η Ομάδα Ζυθοποίησης

Εξοικείωση με όλα τα στάδια της παραγωγής



ΠΕΤΡΟΣ ΓΚΟΓΚΟΣ



ΓΕΩΡΓΙΑ ΚΑΡΑΜΑΛΗ

Δεν αποκλείεται
η κυκλοφορία μιας
πανεπιστημιακής ετικέτας
μπύρας στα ράφια των μπαρ.

Μικρές ποσότητες βύνης από τη Ζυθοποιία Μακεδονίας - Θράκης γίνονται η πρώτη ύλη πάνω στην οποία εκτονώνουν τη δημιουργικότητά τους οι φοιτητές και οι φοιτήτριες της Ομάδας Ζυθοποίησης του Τμήματος Επιστημών Οίνου, Αμπέλου και Ποτών του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής. Από το 2008, στο τότε ΤΕΙ Αθήνας η Ομάδα Ζυθοποίησης έχει μετατρέψει έναν μικρό χώρο του ιδρύματος σε ένα μικρό ζυθοποιείο, 100 λίτρων, μέσα στο οποίο νεαρά μυαλά πειραματίζονται με τις γεύσεις και τα αρώματα της μπύρας, αποκτώντας εξοικείωση με κάθε βήμα και κομμάτι της παραγωγής, από τη συνταγή μέχρι την κοστολόγηση και την προώθηση του προϊόντος. Την Παρασκευή 21 Ιουνίου, οι νεαροί ζυθοποιοί άνοιξαν το χώρο του οινοποιείου/ζυθοποιείου για το κοινό, στο πλαίσιο του Φεστιβάλ Ζύθου 2019, με αφορμή την ολοκλήρωση του ακαδημαϊκού έτους.

Είναι μια καλή ευκαιρία να δουν πώς το κοινό ανταποκρίνεται στις μπύρες τους» εξηγεί ο καθηγητής Παναγιώτης Ταταρίδης, καθηγητής του Τμήματος και ιθύνων νους της ομάδας, με αφορμή την οποία μάλιστα, μπόρεσε το 2014 να ξεκινήσει πρόγραμμα μεταπτυχιακών σπουδών. Το κοινό ανταποκρίθηκε αφού στις λίγες ώρες που βρεθήκαμε εκεί, πέρασε από το αυτοσχέδιο μπαρ των φοιτητών σύσσωμο το Πανεπιστήμιο Δυτικής Αττικής, για να δοκιμάσει πειραματικές APA, IPA, Weiss, Lager, Ale, πιο εξειδικευμένες βελγικού στυλ, αλλά και μπύρες με φρούτα, βότανα ή μπαχαρικά. Τα τελευταία χρόνια, αναφέρει ο καθηγητής, όλο και περισσότεροι φοιτητές δραστηριοποιούνται στην μπύρα, όλο και περισσότεροι αναζητούν εργασία σε ζυθοποιεία ενώ μερικοί απόφοιτοι ανοίγουν τα δικά τους. Αυτό κατέστη δυνατό χάρη στην άνθιση της μικροζυθοποιίας στη χώρα μας, που έφερε στην επιφάνεια 50 νέες επιχειρήσεις που αναζητούν την καινοτομία. Οι νέοι αυτοί επιχειρηματίες ζητάνε ζυθοποιούς και έτσι το Τμήμα Οίνου, Αμπέλου και Ποτών επιχειρεί να συνδέσει την επιστήμη και την έρευνα με την παραγωγή. «Οι μικροζυθοποιοί θέλουν βοήθεια» αναφέρει ο καθηγητής Ταταρίδης, συμπληρώνοντας πως στους άμεσους στόχους του είναι -μέσω του Τμήματος- να καταστεί δυνατή η παροχή υπηρεσιών. Άλλωστε, όπως υποστηρίζει, το κλίμα δεν είναι απογοητευτικό, ούτε έχει επέλθει ακόμη κορεσμός στην αγορά. 88



«Στην Ιταλία, μια χώρα του κρασιού, όπως και η Ελλάδα, υπάρχουν 500 μικρά ζυθοποιεία. Τηρουμένων των αναλογιών, στην Ελλάδα απέχουμε ακόμα πολύ από τα 120-150 που θα μας αναλογούσαν», σύμφωνα με τον καθηγητή Π. Ταταρίδη.





Η Carlsberg υπολογίζει πως ο ρυθμός ανάπτυξης της μπίρας χωρίς αλκοόλ είναι τρεις φορές μεγαλύτερος από αυτόν της συμβατικής με τα κέρδη ανά εκατόλιτρο να υπερβαίνουν τις υπόλοιπες κατηγορίες.



ZERO HERO



Νηφαλιότητα μετά την κατανάλωσή της, που σημαίνει χαμηλό ή καθόλου αλκοόλ, μια τάση που δείχνει να κυριαρχεί στην παγκόσμια αγορά, αλουμινένιο κουτάκι, πειραματισμό με το άρωμα και έγχυση ή ακόμη και ζύμωση με κάνναβη βρίσκει κανείς στο δρόμο του όταν αναζητά τα ίχνη που προδιαγράφουν το μέλλον της μπύρας μέσα στην επόμενη δεκαετία



ΠΕΤΡΟΣ ΓΚΟΓΚΟΣ

Κατανάλωση μπίρας κατά τη διάρκεια της οδήγησης ή μέσα στο καθωσπρέπει εργασιακό περιβάλλον μιας πολυεθνικής είναι μερικές μόνο από τις εικόνες που επιστράτευαν τα επιτελεία μεγάλων διαφημιστικών εταιρειών προκειμένου να προωθήσουν ένα προϊόν που ξεκίνησε ως niche και πλέον συνιστά μοχλό περαιτέρω ανάπτυξης της βιομηχανίας μπίρας. Πλέον, η Heineken, η AB InBev και οι Carlsberg, οραματίζονται τη δημοτικότητα της Coca Cola για τη χωρίς αλκοόλ μπίρα, αφού έχουν δει τα τελευταία χρόνια τα νέα τους προϊόντα αυξάνονται τόσο σε όγκο όσο και σε πωλήσεις. Αναμφισβήτητα πρόκειται για μια τάση μεταξύ άλλων που ήρθε για να μείνει. Σε μια αγορά με στάσιμες ποσότητες, μια τάση που εξασφαλίζει ανάπτυξη και προϊόντα προστιθέμενης αξίας, είναι η προσέγγιση των 0 βαθμών αλκοόλ. Για το λόγο αυτό, οι μεγάλοι παίκτες αντιλαμβάνονται την στροφή αυτή σαν ένα εύκολο στοιχείο, όποτε καλούνται να

Για την AB InBev το 8% του παγκόσμιου όγκου αφορά μπίρες χαμηλού ή μηδενικού αλκοόλ, με τον μεγαλύτερο ζυθοποιό του κόσμου να στοχεύει στην αναρρίχηση του ποσοστού στο 20% μέχρι το 2025



σχολιάσουν κάτι σχετικό. Πλέον το μότο είναι η μικρότερη κατανάλωση αλλά με μεγαλύτερη ποιότητα, που παρασύρεται από την παγκόσμια τάση υπέρ της ευζωίας. Έτσι, η Carlsberg υπολογίζει πως ο ρυθμός ανάπτυξης της μπίρας χωρίς αλκοόλ είναι τρεις φορές μεγαλύτερος από αυτόν της συμβατικής μπίρας με τα κέρδη ανά εκατόλιτρο μπίρας χωρίς αλκοόλ να υπερβαίνουν τις υπόλοιπες κατηγορίες.

Διψήφια ποσοδιά στην Ελλάδα

Η αγορά μπίρας χωρίς αλκοόλ στην Ελλάδα σημείωσε αύξηση σε όγκο αλλά και σε αξία σύμφωνα με στοιχεία της Nielsen που δημοσιεύονται στο FoodReporter, την στιγμή μάλιστα που η κατανάλωση της συμβατικής μπίρας παρουσιάζει ελαφριά υποχώρηση. Ειδικότερα, η αγορά της μπίρας χωρίς αλκοόλ αυξήθηκε κατά 13,3% σε αξία σε ετήσια βάση από το 2017 ως το 2018, την ίδια στιγμή που η συμβατική μπίρα κατέγραψε μείωση 1,4%. Για το ίδιο διάστημα, οι πωλήσεις σε όγκο μπίρας χωρίς αλκοόλ, άγγιξαν τα 2.255.097 εκατόλιτρα το 2018, σημειώνοντας αύξηση 11,6%.

Αρωματικές και σε αλουμίνιο

Υπάρχουν πολλοί γευστικοί συνδυασμοί που μπορεί να επιτύχει κανείς με λίγο νερό, λίγο κριθάρι και λυκίσκο, και κάπως έτσι μια νέα τάση που απευθύνεται κυρίως στον κόσμο της craft μπίρας έχει γεννηθεί. Άλλωστε ο πειραματισμός είναι η ουσία των μικρών ζυθοποιείων, πολλά εκ των οποίων αφιερώνουν τις δυνάμεις τους στον εντοπισμό νέων γεύσεων και αρωμάτων, που προσεγγίζουν ακόμα και μια μακαρονάδα με αμερικανικό τυρί. Ωστόσο υπάρχουν και οι συντηρητικοί που κουνούν το δάχτυλο και αντιτίθενται σε υπερβολικά ακραίους συνδυασμούς, αξιολογώντας τους ως απεγνωσμένες προσπάθειες εντυπωσιασμού. Παράλληλα η τάση της νηφαλιότητας έχει επηρεάσει και τις craft, όμως ο κλάδος αυτός βιώνει ακόμη μια μεταβολή, αυτήν από τη γυάλινη φιάλη στο αλουμινένιο κουτάκι. Έτσι την προηγούμενη χρονιά, πάνω από το 70% των craft πωλήθηκαν σε αλουμινένιο κουτί, με το 83% των παραγωγών που «το γύρισαν» να βλέπουν τις πωλήσεις τους να αυξάνονται κατακόρυφα. Μάλιστα η συσκευασία των 440ml είναι αυτή που επιβάλλεται επί της κλασικής των 330ml.



ΚΑΝΝΑΒΗ ΣΕ ΤΡΟΦΙΜΑ ΚΑΙ ΠΟΤΑ

ΑΞΙΑ ΑΓΟΡΑΣ
(ΔΙΣ ΔΟΛΑΡΙΑ)

ΚΑΝΑΔΑΣ



16,75

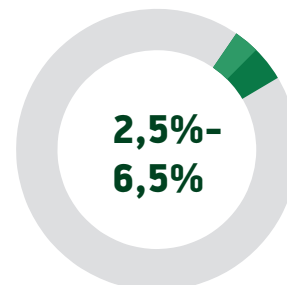
ΗΠΑ



22,2



ΠΕΡΙΕΚΤΙΚΟΤΗΤΑ
ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΣΕ ΤΗC



2,5%-
6,5%

Για τα καλά η κάνναβη μπαίνει στη συνταγή



Μπύρες με εκχύλισμα κάνναβης κυκλοφόρησαν αρκετές τα πρώτα χρόνια της πράσινης υστερίας, όμως αυτό που δεν είχε βγει στην αγορά μέχρι σήμερα είναι η ζύμωση του φυτού από τη φούντα ως τη ρίζα με το νερό και τον λυκίσκο. Η πρώτη μπύρα του κόσμου ζυμωμένη με κάνναβη θα είναι έτοιμη μόλις η κυβέρνηση του Καναδά προχωρήσει σε ρύθμιση που θα προβλέπει τη μεταποίηση κάνναβης σε ποτά κι τρόφιμα αργότερα μέσα στο έτος. Η αντικατάσταση όμως του κριθαριού και άλλων σιτηρών με κάνναβη στη διαδικασία παρασκευής μπύρας δεν ήταν μια εύκολη υπόθεση. Πρόκειται για μια τεχνολογία, που στα πρώτα της βήματα μπορούσε να προσφέρει μόνο ένα προϊόν με γεύση μπρόκολου σε αποσύνθεση και κόστος κοντά στα 60 δολάρια ανά φιάλη. Τον «πά-

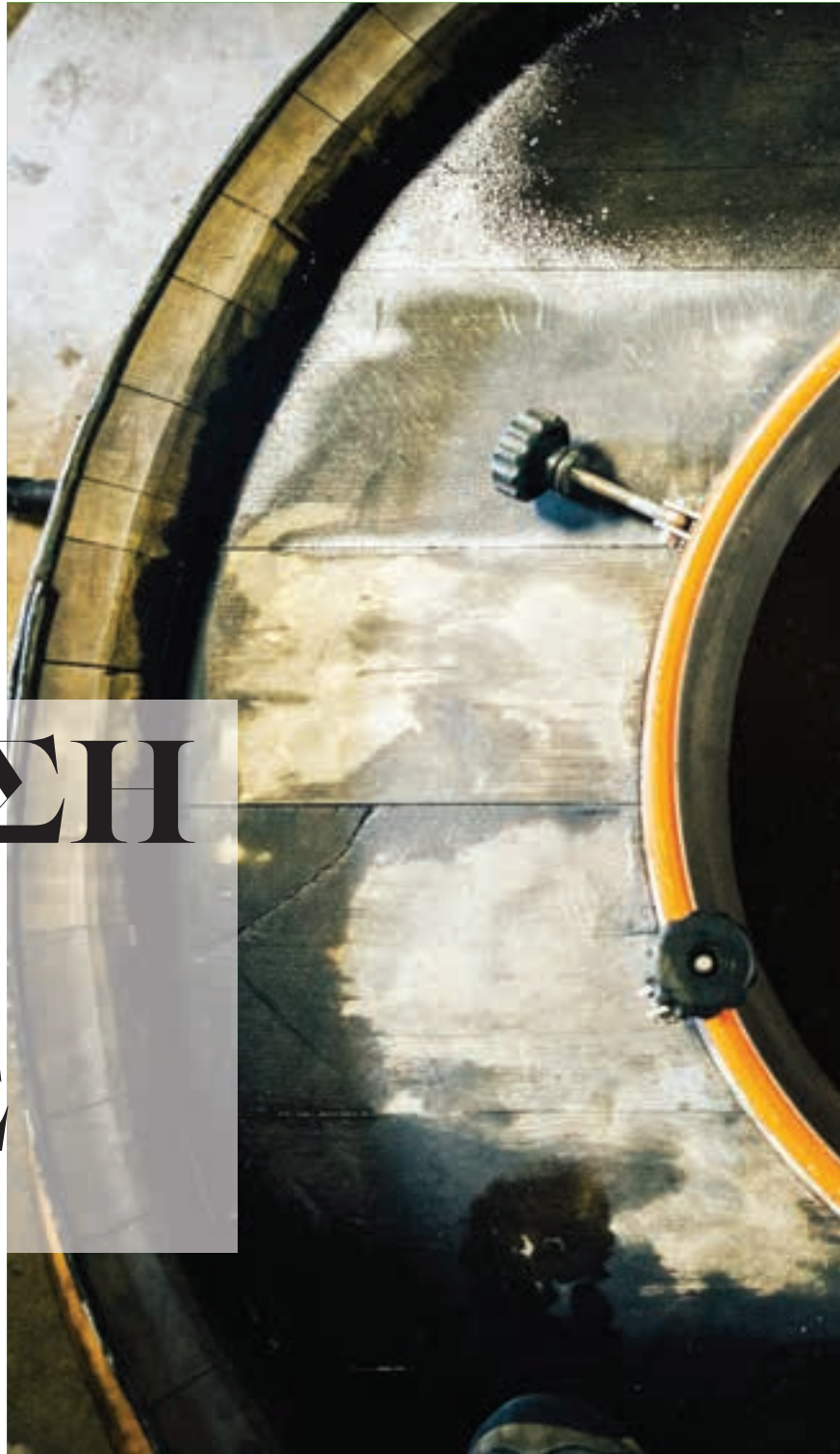
γο» έσπασε η Province Brands που έπειτα από χρόνια έρευνας και πολλών χρημάτων βρήκε τον τρόπο. Χωρίς κριθάρι και σιτηρά τα επίπεδα ζάχαρης και άρα οι θερμίδες είναι χαμηλότερες. Η μπύρα θα περιέχει 6,5 μικρογραμμάρια THC (αυτό που σε πιάνει) ενώ τα επίπεδα των υπόλοιπων κανναβινοειδών (αυτό που σε χαλαρώνει, λίγο) θα διαφέρουν ανάλογα με το προϊόν. Το επόμενο βήμα για την εταιρεία πίσω από αυτή την καινοτομία είναι η προσαρμογή της διαδικασίας παραγωγής σε μοντέλο οικονομίας κλίμακας, κάτι που όμως δεν θα χρειαστεί άμεσα δεδομένης της πολιτικής απροθυμίας στην άλλη άκρη του Ατλαντικού να προχωρήσει στις απαραίτητες μεταρρυθμίσεις που θα επέτρεπαν την παρουσία του προϊόντος στις αγορές της Ευρώπης. 88



Η μετάβαση στην αγροτική ζωή και τις μόνιμα εγκαταστημένες κοινωνίες, αποτελεί ένα σημαντικό γεγονός, για την ιστορία και την εξέλιξη όχι μόνο του ανθρώπινου είδους, αλλά και για τον ίδιο τον πλανήτη. Η εγκατάλειψη την νομαδικής ζωής όμως ώθησε τους προγόνους μας στην ανακάλυψη άλλων δρόμων για να καλυφθεί η ανάγκη για ταξίδια...

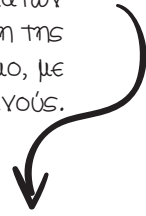
 ΚΩΣΤΑΣ ΛΩΝΗΣ

Η ΖΥΜΩΣΗ ΕΙΝΑΙ ΔΡΟΜΟΣ





Η επιθυμία για σταθερότητα στο τελικό προϊόν, τα πειράματα του Pasteur στη μικροβιακή έρευνα, η βιομηχανοποίηση των ζυθοποιείων και η εφαρμογή ψυκτικών μηχανημάτων έδωσαν ώθηση στη χρήση της βυθοζύμης σε όλο τον κόσμο, με φωτεινή εξαίρεση τους Βρετανούς.



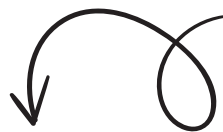
Yeast is known more for what it can do than what it is... Μια πρόταση που διαβάζουμε από τους Robinow C and Johnson B στο βιβλίο *Yeast Cytology: An overview in The Yeasts*, από το «μακρινό», όσον αφορά την επιστημονική εξέλιξη, 1991, ήταν μέχρι πρόσφατα αρκετά αληθινή. Η παραγωγή των πρώιμων αλκοολούχων ποτών ήταν πιθανότατα ένα ευτυχές ατύχημα, όπως άλλωστε και οι περισσότερες ανακαλύψεις, μιας και οι φυσικές πηγές σακκάρων είναι συνήθως προσβεβλημένες με μύκητες. Ο μεταβολισμός των σακκάρων από τον σακχαρομύκητα έχει ως αποτέλεσμα αιθανόλη και διοξείδιο ακόμα και υπό αερόβιες συνθήκες. Τα αλκοολούχα ποτά άνοιξαν τις πύλες της αντίληψης στους προγόνους μας και αυτό πρέπει να ήταν το βασικό κίνητρό τους για τη συνεχιζόμενη κατανάλωσή τους. Αυτή ήταν επίσης η αρχή σε μια πιο επιστημονική προσέγγιση, αν και στηρίχθηκε καθαρά στην παρατήρηση και την εμπειρία παρά στη θεωρητική γνώση. Από καθαρή σύμπτωση, η κατανάλωση τέτοιων αλκοολούχων ποτών είχε θετικές επιπτώσεις στη διατροφή, μιας και είχαν υψηλή θρεπτική αξία αλλά και αποστειρώ-

ναν πιθανά επικίνδυνες πηγές νερού. Η καλλιέργεια σιτηρών για ψωμί και για μπίρα είναι σχεδόν σίγουρο ότι αναπτύχθηκαν ταυτόχρονα. Κάπου εκεί πρέπει να παρατηρήθηκε και η χρησιμότητα της μαγιάς. Η μπίρα διαδόθηκε από τη Μ. Ανατολή στη Β. Ευρώπη και έγινε το κύριο ποτό της. Ο Tacitus σημείωνε πως η μπίρα ήταν το κοινό ποτό της Γερμανίας την περίοδο της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας, ενώ ο Pliny περιέγραφε τη χρήση των Γάλλων του αφρού κατά τη ζύμωση για την παραγωγή ψωμιού. Ακόμα και η λέξη yeast πιθανόν να έχει βάση σε πρωτο-γερμανική λέξη που σημαίνει «κάτι που αφρίζει». Έτσι βλέπουμε πως ακόμα και ετυμολογικά είχε σημασία η μαγιά αν και η ακριβής φύση της δεν είχε ακόμα αναγνωριστεί. Ακόμα και στον Reinheitsgebot, τον διάσημο νόμο περί καθαρότητας της μπίρας, δεν υπάρχει αναφορά στις ζύμες.

Συγνώμη, κύριε, μοιος είστε:

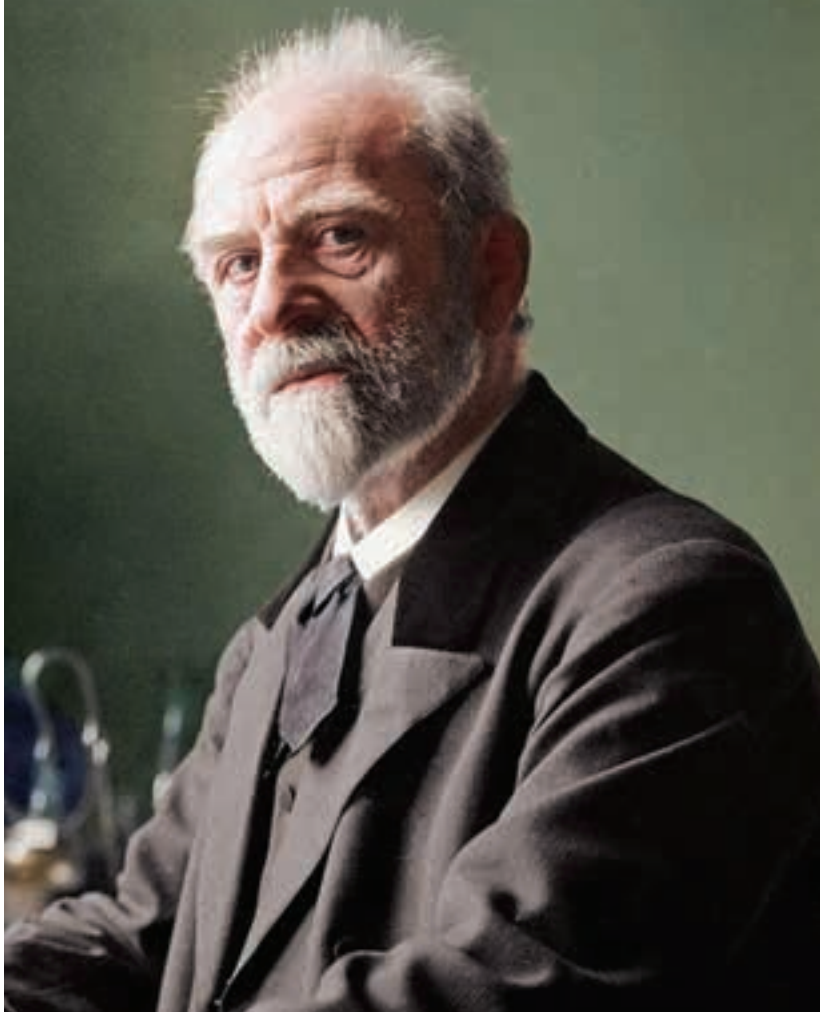
Με εξαίρεση τις Lambic μπίρες στο Βέλγιο όπου συμμετέχει όλη η κλωρίδα της περιοχής και τις ανά τον κόσμο Sour Ales όπου τα διάφορα βακτήρια έχουν τον ρόλο τους, ο κύριος υπεύθυνος για τη ζυθοποίηση, εί-

*Οι ζυμομύκητες θα
αγασχολήσουν πιο έντονα
τον κόσμο της ζυθοποίησης
τη δεκαετία που έρχεται*



Οι Lager μύκητες χρησιμοποιούνται για ζυμώσεις σε χαμηλότερες θερμοκρασίες (7-10 °C), και χρησιμοποιούνται περισσότερο σε πιο βιομηχανικές εγκαταστάσεις με πλήρη έλεγχο της θερμοκρασίας και συλλογής της μαγιάς.





Το 1883 ο Emil Hansen δουλεύοντας στο Carlsberg Foundation της Κοπεγχάγης, καταφέρνει να απομονώσει για πρώτη φορά καθαρό ζυμομύκητα.



ναι το είδος *Saccharomyces cerevisiae*. Το πρώτο βήμα για την αναγνώριση του υπόπου έγινε με την ανάπτυξη του μικροσκοπίου από τον Antoine van Leeuwenhoek. Ο Gay-Lussac συνέχισε το έργο με την πρώτη φόρμουλα για τη ζύμωση των σακχάρων, ο Theodor Schwan το 1837 βρήκε στο μικροσκόπιο τους μικροοργανισμούς και ο Meyen, που συνέχισε το έργο, του ονόμασε *Saccharomyces* (μύκητες σακχάρων). Πολλοί αρχιζυθοποιοί του 19ου αιώνα αναγνώρισαν τη σημασία των ζυμομυκήτων και συνήθιζαν να τους μεταφέρουν όπου πήγαιναν. Κάπου εκεί έχουμε και τις πρώτες διαφοροποιήσεις σε αφροζύμες και βυθοζύμες.

Από την Κοπεγχάγη με αγάμη

Το 1883 ο Emil Hansen δουλεύοντας στο Carlsberg Foundation της Κοπεγχάγης, καταφέρνει να απομονώσει για πρώτη φορά καθαρό ζυμομύκητα. Η τεχνολογική εξέλιξη από εκεί και μετά ήταν καταγιστική. Σχεδόν αμέσως έγινε η καλλιέργεια και η χρήση της Carlsberg Yeast Number 1 για εμπορική χρήση. Το 1897 ο Büchner επιδεικνύει τη δημιουργία αιθανόλης και διοξειδίου του άνθρακα από ζάχαρη μέσω ζυμομύκητα, παρέχοντας στην ουσία τον θεμέλιο λίθο της μοντέρνας βιοχημείας σε τέτοιο βαθμό, που οι περισσότερες ανακαλύψεις στην Κυτταρική Βιολογία, Φυσιολογία, Βιοχημεία και Γενετική, έγιναν χρησιμοποιώντας κύτταρα ζυμομύκητα. Μετά από αυτό, δεν αποτελεί έκπληξη το γεγονός ότι ο *S. cerevisiae* ήταν το πρώτο είδος που αναλύθηκε πλήρως ο γενετικός του κώδικας.

Αν και η ταξινόμηση των ειδών είναι μια εξαιρετικά επίπονη διαδικασία που συνεχώς αναθεωρείται, μπορούμε να πούμε ότι στο γένος *Saccharomyces* υπάρχουν 14 είδη, τα οποία διαιρούνται περαιτέρω σε 2 υπο-ομάδες ανάλογα με την ομοιομορφία τους. Η υπο-ομάδα που μας ενδιαφέρει στην περίπτωση μας περιέχει τα *S. cerevisiae*, *S. pastorianus*, *S. bayanus* και *S. paradoxus*. Βάσει των βιοχημικών διαφορών τους στη χρησιμοποίηση μελιβιόζης, την αφομοίωση φρουκτόζης και τη μέγιστη θερμοκρασία ανάπτυξης, έχουμε πάλι δύο ξεχωριστές ομάδες, *S. cerevisiae* και *S. paradoxus* από την μια και *S. pastorianus*, *S. bayanus* από την άλλη. Ο *S. cerevisiae* έχει εφαρμογή στην παραγωγή άρτου, κρασιού και μπύρας, ο *S. bayanus* αποκλειστικά στην οινολογία, ενώ ο *S. pastorianus* περιέχει εκείνα τα στελέχη που είχαν ταξινομηθεί αρχικά σαν *S. carlsbergensis* και χρησιμοποιούνταν σαν βυθοζύμες Lager.

Από τις Ale στις Lager

Πρακτικά και ιστορικά οι διαφορές είναι φαινομενικά απλές. Οι Ale μύκητες χρησιμοποιούνται για ζυμώσεις σε υψηλότερες θερμοκρασίες (άνω των 16°C), χρειάζονται λιγότερο χρόνο για να ζυμώσουν το γλεύκος και ανεβαίνουν στην κορυφή του δοχείου. Όλα αυτά τους επιτρέπουν να έχουν εφαρμογή σε μια ευρεία γκάμα ειδών και σε εγκαταστάσεις που δεν είναι απαραίτητα σε υψηλά βιομηχανικά πρότυπα. Οι Lager μύκητες χρησιμοποιούνται για ζυμώσεις σε χαμηλότερες θερμοκρασίες (7-10°C), χρειάζονται περισσότερες μέρες για την ολοκλήρωση της ζύμωσης και βυθίζονται στον πάτο της δεξαμενής. Ως εκ τούτου, χρησιμοποιούνται περισσότερο σε πιο βιομηχανικές εγκαταστάσεις με πλήρη έλεγχο της θερμοκρασίας και συλλογής της μαγιάς. 88

Ο μεταβολισμός των σακχάρων από τον σακχαρομύκητα έχει ως αποτέλεσμα αιθανόλη και διοξείδιο ακόμα και υπό αερόβιες συνθήκες.

Πρώτη στη Λάρισα, πρώτη παντού

Με μια Pilsner και μία Belgian Pale Ale ήδη στις προθήκες των καταστημάτων Λάρισας, Αθήνας και Θεσσαλονίκης και μια IPA να σιγοβράζει η LoLa, η πρώτη μύρα της Λάρισας, υπόσχεται να είναι πρώτη παντού

 ΤΟΥ ΠΕΤΡΟΥ ΓΚΟΓΚΟΥ

«Η πρώτη μύρα της Λάρισας οραματιζόμαστε να είναι πρώτη παντού: Στην ποιότητα, στην αξιοποίηση των ανθρώπων και των πρώτων υλών του τόπου μας, στη χρήση της υψηλής τεχνολογίας, στο σεβασμό του περιβάλλοντος». Με αυτά τα λόγια ο Διευθύνων Σύμβουλος της Ζυθοποιίας Πννείου, Γιώργος Πέτρου, χαιρέτισε την τελετή των εγκαινίων των νέων εγκαταστάσεων, που πραγματοποιήθηκε πρόσφατα. Ο ίδιος τόνισε ότι στόχος της Ζυθοποιίας είναι η συνεχής ανάπτυξη σε νέα προϊόντα και υπηρεσίες που να δίνουν τη μοναδική σφραγίδα της περιοχής της Λάρισας.

Σημειώνεται ότι η Ζυθοποιία Πννείου παράγει την μύρα με την εμπορική ονομασία LoLa στους τύπους Pilsner και Belgian Pale Ale. Πρόκειται για την πρώτη φρέσκια, απαστεριωτή μύρα που παράγεται στη Λάρισα από τοπικές πρώτες ύλες ενώ ενδιαφέρον παρουσιάζει η προέλευση του ονόματος, το οποίο, σύμφωνα με τον κ. Πέτρου, συντίθεται από τα αρχικά των λέξεων Longitude (Γεωγραφικό Μήκος) και Latitude (Γεωγραφικό Πλάτος), γι' αυτό και στην ετικέτα της φέρει τις συντεταγμένες της πόλης της Λάρισας. Μάλιστα αυτές τις μέρες κυκλοφόρησε στην αγορά

και το νέο μπουκάλι των 750ml της Belgian Ale. Πρόκειται για μια νέα, διαφορετική πρόταση για όσους θέλουν να απολαμβάνουν την αγαπημένη τους μύρα σε μεγαλύτερη ποσότητα, ενώ πολύ σύντομα αναμένεται να κυκλοφορήσει και μια τρίτη ετικέτα τύπου IPA.

Τα εγκαίνια του νέου ζυθοποιείου, που βρίσκεται στο 7ο κλμ. Οδού Λάρισας – Συκουρίου, τέλεσε ο Σεβ. Μητροπολίτης Λάρισας και Τυρνάβου κ. Ιερώνυμος, ενώ χαιρετισμό απύθυναν ο Περιφερειάρχης Θεσσαλίας Κ. Αγοραστός, ο δήμαρχος Λαρισαίων Απ. Καλογιάννης, καθώς και οι πρόεδροι του Επιμελητηρίου Σ. Γιαννακόπουλος και του Συνδέσμου Βιομηχάνων, Αχ. Νταβέλης.

Εκπαιδευτικά σεμινάρια

Όπως ενημέρωσε ο κ. Πέτρου, στο χώρο της Ζυθοποιίας Πννείου, σε ειδικά διαμορφωμένο χώρο, θα πραγματοποιούνται εκπαιδευτικά σεμινάρια για όλα τα στάδια παραγωγής της μύρας καθώς και γευσιγνωσίες. Εντός του κτιρίου λειτουργεί και κατάστημα λιανικής όπου θα μπορεί το κοινό να προμηθευτεί μύρα και συλλεκτικά αξεσουάρ Lola (t-shirts, καπέλα, ποτήρια κ.λπ.). 88



Η μύρα LoLa διατίθεται σε όλο Νομό Λάρισας και σε επιλεγμένα σημεία στην Θεσσαλονίκη και Αθήνα.



Ο Διευθύνων Σύμβουλος της Ζυθοποιίας Πηγειού, Γιώργος Πέτρου, χαιρέτισε την τελετή των εγκαινίων των νέων εγκαταστάσεων της Ζυθοποιίας, που συγκέντρωσε πλήθος κόσμου.



Στο πρώτο taproom της Αθήνας

Η Strange Brew, μία από τις πιο πετυχημένες ελληνικές ομάδες gypsy brewing, δημιούργησε στο Κουκάκι το πρώτο taproom της Αθήνας. Ένα μπαρ/ κάβα αφιερωμένο αποκλειστικά στην craft κουλτούρα της μπύρας



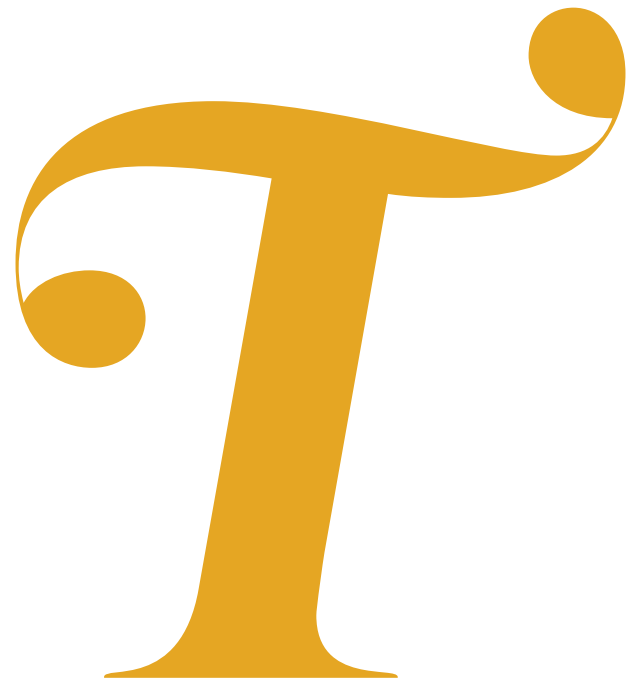
ΜΑΡΙΝΑ ΣΚΟΠΕΛΙΤΟΥ



ΓΕΩΡΓΙΑ ΚΑΡΑΜΑΛΗ



Από τις βρύσες του Strange Brew Taproom περνούν αξιολογες ελληνικές προτάσεις, καθώς, όπως εξηγεί ο κ. Περιστερής, «οι άνθρωποι που κάνουμε μπύρα στην Ελλάδα είμαστε μια κοινότητα και στηρίζουμε ο ένας τον άλλον».



Τι εστί Strange Brew; Ή μάλλον τι μπορεί να συμβεί όταν ένας μαθηματικός, ένας μηχανικός υλικών και ένας τοπογράφος «μπερδεύονται» με λυκίσκους και βύνες; Ήταν τέλη του 2015 όταν ο Ορέστης Θερινός, ο Αντώνης Περιστερής και ο Γιώργος Μαυροδάκος, τρεις φίλοι οικοζυθοποιοί, αποφάσισαν ότι οι πλαστικοί κουβάδες δεν ήταν πλέον αρκετοί. Συνήθησαν επίσημα στο κοινό το Μάιο του 2017 με τη Jasmine IPA, η οποία έβρασε στη Σπάρτη και συγκεκριμένα στη Λακωνική Ζυθοποιία. Ποια η φιλοσοφία του Strange Brew Taproom & Bottleshop; Ο νέος αυτός χώρος λειτουργεί ως το φυσικό σημείο συνάντησης των Strange Brew με τους φίλους της μπύρας. Ως gypsy brewers, που δεν διαθέτουν το δικό τους ζυθοποιείο, αναζητούσαν έναν τρόπο να έρθουν σε επαφή με το κοινό, για να του δώσουν την ευκαιρία να δοκιμάσει τις δικές τους μπύρες, και όχι μόνο, αλλά και να τον μυσήσουν στον «μαγικό» κόσμο τους.

Ποιες μπύρες μπορεί να βρει κανείς εκεί; Θα βρει φυσικά τις μόνιμες ετικέτες της Strange Brew. Την έντονα αρωματική, με γεμάτη γεύση εσπεριδοειδών και τροπικών φρούτων Jasmine IPA, τη γλυκόπικρη Export Stout Mandy Black, που ξεχωρίζει για το άρωμα σοκολάτας υγείας και καβουρδισμένων δημητριακών, και τη νέα Dr Haze, μία Double IPA, παραλλαγή της περσινής επετειακής Strange Years με 8% αλκοόλ, στη λογική των New England με «συγκρατημένη» πικράδα και φρουτώδη χαρακτήρα. Φυσικά, δεν πρέπει να ξεχνάμε τη σειρά Uncle Jam's Brewhouse Tales με τις one-off μπύρες, που παράγονται μία φορά. Υπάρχουν μάλιστα ευχάριστα νέα για όσους έχουν πεθυμήσει τα «παραμύθια» του θείου Jam. «Με αυτό το project έχουμε μείνει πίσω, αλλά τώρα με τη συνεργασία μας με το νέο ζυθοποιείο της Alea Brewing Co. στη Μεταμόρφωση σχεδιάζουμε να λανσάρουμε μία νέα πρόταση κάθε έναν ή δύο μήνες, συνεχίζοντας να παράγουμε τις μπύρες ροής μας στη Μικροζυθοποιία Χίου», ανέφερε ο κ. Περιστερής.

«Μας ενδιαφέρουν οι πιο σύνθετες και «δύσκολες» μπύρες. Δεν μας ενδιαφέρει τόσο να έχουμε μια απλή Pale Ale ή μία Lager. Στόχος μας είναι να στηρίξουμε μπύρες που δεν είναι εύκολο να μπουν στους καταλόγους άλλων μαγαζιών», τονισε ο ίδιος, καθώς η ομάδα των Strange Brew υποστηρίζει ότι η ελληνική αγο-

Τα επόμενα σχέδια της ομάδας για τον νέο χώρο της περιλαμβάνουν αφιερώματα σε άλλες ζυθοποιίες, φιλοξενία καλλιτεχνικών εκθέσεων, μουσικών live αλλά και παραστάσεων stand-up comedy.



ρά ενδιαφέρεται για τέτοιου τύπου μπύρες, αντικρούοντας την άποψη ότι η craft σκηνή πρέπει να στραφεί σε πιο «εύκολες» προτάσεις: «Δεν νομίζω ότι είμαστε σε φάση να πούμε ότι πρέπει να πάμε στη λογική των craft Lager. Το ελληνικό κοινό πρέπει να εξοικειωθεί με τις αρωματικές ή "περίεργες" μπύρες και να γνωρίσει όλα αυτά τα νέα είδη που κυκλοφορούν στο εξωτερικό. Θεωρώ ότι μία πολύ πικρή IPA δεν ήταν ποτέ μόδα. Η διαφορά έγινε όταν οι ζυθοποιοί έκαναν την IPA πιο ευκολόπιστη. Κάπως έτσι προέκυψε το κίνημα με τις New England. Δεν μπορούμε να πούμε ότι ο υπερβολικά φρουτώδης χαρακτήρας μίας New England IPA είναι κάτι ξεπερασμένο, αντιθέτως θεωρώ ότι είναι το State of the art αυτή τη στιγμή». 88

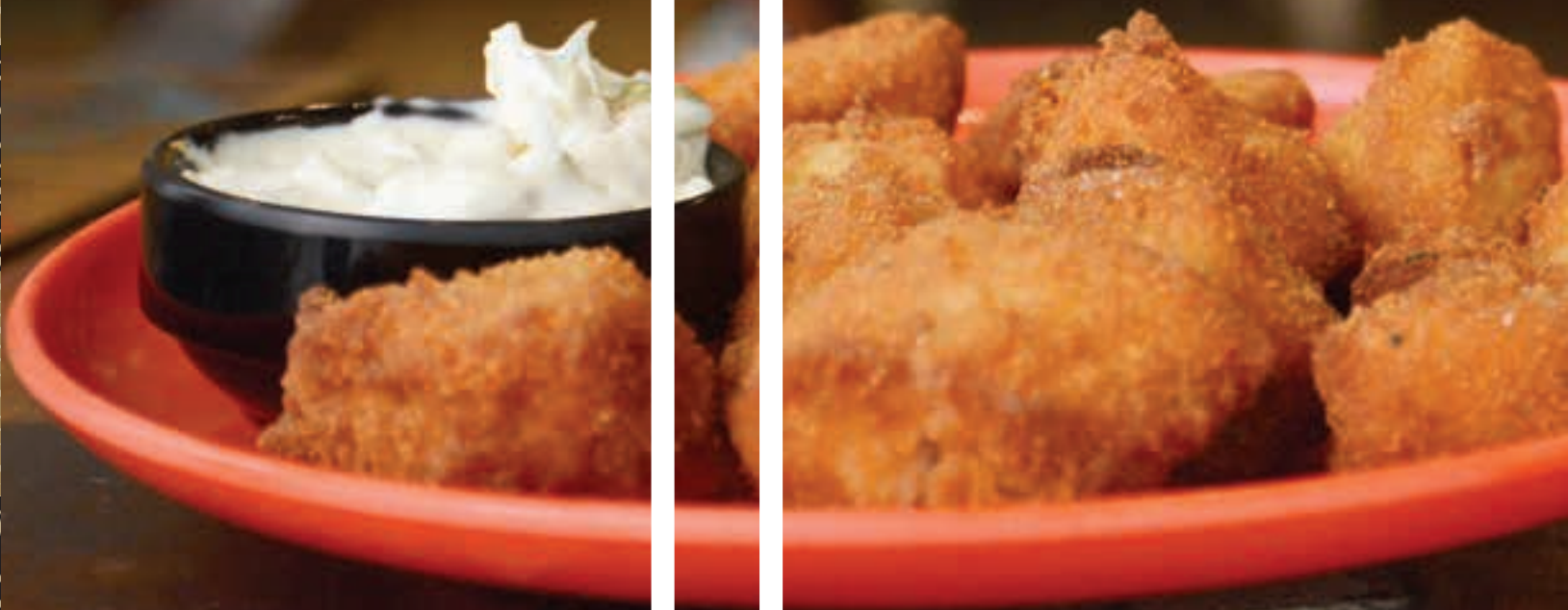


Δεν θα λείψουν από το Strange Brew Taproom αξιολογες προσπάθειες του εξωτερικού, που δεν είναι εύκολο να βρεθούν στην ελληνική αγορά.

BRUNCH

ΕΛΛΑΔΑ & ΚΟΣΜΟΣ

ΤΟ ΠΛΟΥΣΙΟ ΠΡΩΙΝΟ ΠΟΥ ΕΓΙΝΕ ΤΑΣΗ

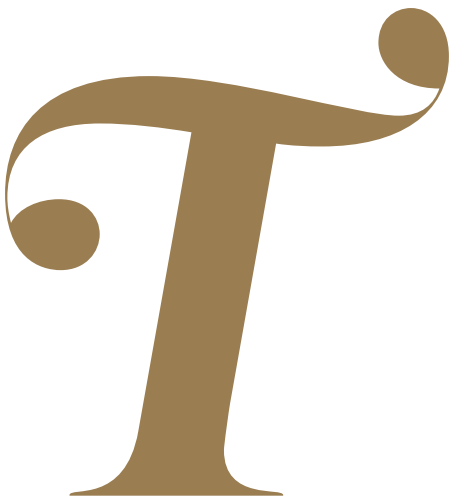


Στο Barley Cargo κάνουν παιχνίδι με 500+ ετικέτες

Με εκατοντάδες ετικέτες στη λίστα του και 23 βρύσες να «ρέουν», το beer bar που έστησαν ο Mr Barley και ο Mr Cargo στην οδό Κολοκοτρώνη είναι ο παράδεισος της κολασμένης μυροποσίας



Barley... «Ο άνεμος χορεύει το κριθάρι», η ταινία, η εικόνα μου μας χόρεψε μαζί με την αγάπη για την μπίρα. Cargo... Το πάθος της ομάδας να συμβάλει στην επανάσταση της χειροποίητης ελληνικής μπίρας και να προσθέσει ένα μικρό λιθαράκι στην παγκόσμια ζυθοσκακιέρα με μεγάλα ζυθοφορτία. Και γένετο Barley Cargo



ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ: ΜΑΡΙΝΑ ΣΚΟΠΕΛΙΤΟΥ



ΓΕΩΡΓΙΑ ΚΑΡΑΜΑΛΗ

Το κοινό πάθος δύο φίλων, του Mr Barley και του Mr Cargo, για τον μαγικό κόσμο της μπίρας οδήγησε το 2012 στη δημιουργία μίας από τις πιο ενημερωμένες αθηναϊκές μπυραρίες. Σκοπός της «να αγκαλιάσει όλες τις χειροποίητες ζυθοπροσπάθειες από οικοζυθοποιούς, νομάδες, νανοζυθοποιίες, μικροζυθοποιίες, ιστορικές και διάσπρες ζυθοποιίες και να αναδείξει τις μπίρες τους με πάθος σε όλους», αναφέρουν οι ιδρυτές της.

Με περισσότερες από 500 ετικέτες σε σταθερή ροή, το Barley Cargo μπορεί να ικανοποιήσει τις απαιτήσεις και του πιο «ψαγμένου». Στη συγκεκριμένη λίστα θα βρει κανείς περισσότερες από 200 προτάσεις της ελληνικής μικροζυθοποιίας, όπως και 23 βαρελίσιες μπίρες που «ρέουν» από το «κοντέινερ - ψυκτικό θάλαμο - μπαρ» με τις χειροποίητες βρύσες. Στον φιλόξενο χώρο του beer bar της Κολοκοτρώνη θα βρείτε μία καθαρισμένη ομάδα, έτοιμη να σας καθοδηγήσει. «Για αρχή προτείνουμε στους πελάτες μας να δοκιμάσουν όλες τις ελληνικές μπίρες. Παράλληλα, διαθέτουμε όλες τις μπίρες από τα 13 πιστοποιημένα Trappist μοναστήρια. Πράγμα εξαιρετικά δυσεύρετο. Στις επιλογές θα πρέπει να προσθέσουμε τις επετειακές μπίρες από ιστορικά ζυθοποιεία, τις μπίρες παλαιώσης και υψηλού αλκοόλ», ανέφερε ο Mr Barley.

As σημειωθεί ότι για πέμπτη χρονιά, φέτος, το Barley Cargo διοργάνωσε το Sunday's ExBEERience, «ένα ταξίδι στην ελληνική επικράτεια ακολουθώντας τα BeerTrails της καλής χειροποίητης μπίρας». Απομένουν δύο ακόμα στάσεις για το εν λόγω Φεστιβάλ. Μία την Κυριακή 14 Ιουλίου με την Karma Beer από τη Νεμέα και μία ακόμα με την Dreamer Brewing, η οποία αναβλήθηκε λόγω εκλογών και θα μεταφερθεί σε νέα ημερομηνία. «Κάθε Κυριακή και μια εμβεργία. Την ημέρα αυτή το κοινό έχει τη δυνατότητα να γνωρίσει τον ζυθοποιό, να κάνει ερωτήσεις για τις μπίρες του και τον τρόπο ζυθοποίησης. Συνάμα μπορεί να γευτεί τις μπίρες σε ένα beer tasting circle και να τις συνδυάσει με φαγητό από την κουζίνα του Barley Cargo, και όλα αυτά δωρεάν», πρόσθεσε. Για το τέλος σας κρατήσαμε τα καλά νέα, δηλαδή το νέο φεστιβάλ αφιερωμένο στις ξινές μπίρες που θα ξεκινήσει μέσα στον Ιούλιο. «Μοναδικές γεύσεις με ιδιαίτερα δύσκολη τεχνική παραγωγής φέρνουν στα ποτήρια μας 16 ζυθοποιεία κυρίως από το Βέλγιο, ενώ δεν θα λείψουν και οι δύο πρώτες ελληνικές παραγωγές. Lambic, Gueze, Sour Flemish, Faro, Sour, Berliner Weisse έρχονται σε πλούσιες ποσότητες για να τις γνωρίσουμε», ανέφερε ο Mr Barley και εμείς ανυπομονούμε...

1 Πρόσφατα, ήρθε μια μεγάλη επιτυχία για το Barley Cargo καθώς το Big7Travel το κατέταξε στους 50 καλύτερους «ζυθοναούς» της Ευρώπης.

2 Η δημιουργία industrial Barley Cargo το 2012 είναι «μια ιστορία, αγάπης για την ελληνική χειροποίητη μπίρα», αναφέρουν οι ιδρυτές του beer bar.

3 Για να συνοδέψετε την μπυροποσία δοκιμάστε τους μεζέδες που φτιάχνουν οι chef με τοπικά προϊόντα από όλη την Ελλάδα.

4 Η μπυραρία της Κολοκοτρώνη διαθέτει και υπηρεσία «κάβας» που δίνει τη δυνατότητα στους πελάτες να αγοράσουν για το σπίτι σε τιμή λιανικής.



Στα ποτήρια μας η
βραβευμένη English
IPA, Αμμουσα. Οι δύο
λιχίσκοι της δίνουν τη
χαρακτηριστική πικράδα
της και ταυτόχρονα
έντονα αρώματα
εσπεριδοειδών, πεύκου
και βοτάνων.

Μην παραλείψετε
να τη συνδυάσετε
με τις τραγανές
τυροκροκέτες που
συνοδεύονται
από μαρμελάδα
εσπεριδοειδών.





ΜΕ 23 ΒΑΡΕΛΙΑ

ΤΟ BARLEY CARGO ΠΡΟΣΚΑΛΕΙ ΤΟΥΣ ΦΙΛΟΥΣ ΤΗΣ ΜΠΥΡΑΣ ΝΑ ΖΗΣΟΥΝ ΤΗΝ «ΕΜΒΕΕΡΙΑ»

Τυροκροκέτες με μαρμελάδα εσπεριδοειδών

Υλικά

Για τις τυροκροκέτες
 200 γρ. Γκούντα τριμμένο
 100 γρ. Ένταμ τριμμένο
 200 γρ. Γραβιέρα Κρήτης πικάντικη
 100 γρ. Φέτα
 Φρέσκος δυόσμος ψιλοκομμένος
 3 αυγά
 Αλεύρι (όσο πάρει)
 Για τη μαρμελάδα εσπεριδοειδών
 Γλυκό του κουταλιού περγαμόντο
 Λίγο νερό
 Λίγο λευκό κρασί

Εκτέλεση

Αναμειγνύουμε όλα τα υλικά για τις τυροκροκέτες μέχρι να γίνουν ένα σφιχτό μείγμα που να πλάθεται. Κατόπιν τηγανίζουμε σε αρκετό λάδι και στεγνώνουμε τις κροκέτες σε απορροφητικό χαρτί. Αναμειγνύουμε και τα υλικά της μαρμελάδας και σερβίρουμε μαζί.



Κόκκινη και καβουρδισμένη

Δοκιμάστε να συνδυάσετε τις πικάντικες γεύσεις με μία Sedusa Red Ale της νομαδικής Sigri Brewery από τη Λέσβο. Απαστερίωτη, αφιλτράριστη και φρέσκια, με γεμάτο σώμα ισορροπημένη πικράδα και γλυκόπικρη επίγευση. Αφροζύμωτη με έντονα τα αρώματα της καραμέλας, κόκκινων φρούτων και καβουρδισμένης βύνης.

Από τις επιλογές βαρελίσιας μύρας που είναι διαθέσιμες αυτή την περίοδο ξεχωρίσαμε την IPA «Citrus Blast» από την Seven Island και την Sour «Surreal-Bahama Para» της ίδιας μικροζυθοποιίας. Επίσης, την «Smoked Robust Porter» της Chios Microbrewery, τη Stout «Freezing Moon» της Dark Crops, την Pale Ale «Voreia Symmer Ale» της Siris αλλά και την IPA «8η Μέρα» της Septem. Τέλος, την Lager «Charma Blonde» από την Κρήτη, Pale Ale «Head Twister» της Noctua και την Jasmine IPA της Strange Brew. Όπως είναι φανερό στις βρύσες του Barley Cargo πρωταγωνιστεί η ελληνική μικροζυθοποιία. «Η ελληνική παραγωγή προσφέρει δημιουργικά και γευστικά τα περισσότερα είδη και κατηγορίες μύρας αλλά και μπορεί να σταθεί επάξια στο παγκόσμιο τοπίο. Οι Έλληνες μικροζυθοποιοί αγαπούν και επενδύουν στην καλή μύρα, δοκιμάζουν νέες συνταγές και παρουσιάζουν μοναδικά προϊόντα. Χρειάζονται όμως και την κρατική υποστήριξη με λειτουργικό και απλοποιημένο θεσμικό πλαίσιο που θα τις βοηθήσει να αναπτυχθούν και να μεγαλώσουν. Μα πιο πολύ χρειάζονται τη δική μας υποστήριξη», ανέφερε στο B&B ο Mr Barley. Όσον αφορά τα κριτήρια των δικών του επιλογών ο ίδιο ξεκαθαρίζει ότι: «Η ζυθοποιία πρέπει να μπορεί να πει μια ιστορία καθώς την γεμίζουμε στο ποτήρι του πελάτη. Επιπλέον, επιλέγουμε μύρες που βοηθούν στην εκπαίδευση του κοινού».



Γευστική πρόταση

Συνδυάστε την αγαπημένη σας μπύρα με λουκάνικα τ. Φρανκφούρτης της Πίνδος. Η νέα γευστική πρόταση της μεγάλης ελληνικής εταιρείας παρασκευάζεται από κρέας ορεινών κοτόπουλων και δεν περιέχει καθόλου γλυτένη.

Summer project

Ιδανικές για ζευγάρωμα με πικάντικα πιάτα είναι οι Lagers με την τραγανή και αναζωογονητική γεύση ενώ μπορούν να αναδείξουν με κομψότητα και αρωματικά πιάτα όπως οι σαλάτες και τα ζυμαρικά



Όλη η γεύση σε ένα κρητικό μαξιμάδι

Από άλευρα ολικής άλεσης, που ζυμώνονται με εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο και φυσικές πρώτες ύλες, παράγονται τα παξιμάδια της Κρητών Άρτος, που βασίζονται σε πατροπαράδοτες συνταγές. Ο χειροποίητος τρόπος παραγωγής και η σύγχρονη συσκευασία διασφαλίζουν ένα προϊόν γευστικό και αναλλοίωτο, το οποίο ανάλογα με την πρώτη ύλη προσφέρει πλήθος θρεπτικών συστατικών.



Με έμπνευση τις γεύσεις της Μεσογείου

Με έναν αρμονικό συνδυασμό βαλσαμικού ξιδιού Kalamata Papadimitriou, εξαιρετικού παρθένου ελαιολάδου και 8% μελιού και χωρίς τεχνητές χρωστικές, η μουστάρδα της Μεσογειακής εταιρείας εμπνέεται από τα αρώματα και τις γεύσεις της Μεσογείου. Η ανάλαφρη γλυκύτητα και η βελούδινη υφή την καθιστούν ιδανική για σαλάτες αλλά και για το ψητό κοτόπουλο και χοιρινό.



Το μολύβινο μυστικό της Σύρου

Ένα από τα πιο εμβληματικά ΠΟΠ ελληνικά τυριά που παράγεται στη Σύρο με την αποκλειστική χρήση αγελαδινού γάλακτος από το νησί και μίνιμουμ τετράμηνη ωρίμανση. Η γεύση του είναι γεμάτη ένταση, ισχυρά πιπεράτη όσο και γλυκιά και φρουτώδης, ενώ με τη φροντίδα του Τυροκομείου Ζωζεφίνος στην Άνω Μάννα συνεχίζει να παράγεται μετά το κλείσιμο του τοπικού συνεταιρισμού.



Σαλάμι αέρος πραγματικό... έδεσμα

Με τον... αέρα που τους δίνουν οι μοναδικές γευστικές απολαύσεις που χαρίζουν στον ουρανό, τα σαλάμια αέρος - τύπου Ουγγαρίας και Πικάντικο- της θεσσαλονικιώτικης Έδεσμα, οι ρίζες της οποίας χάνονται στην κοσμοπολίτικη Σμύρνη του 1900. Όλα τα προϊόντα της εταιρείας παράγονται με απόλυτη προσήλωση στη διασφάλιση της ποιότητας αλλά και την ανάδειξη των γευστικών τους χαρακτηριστικών.



Ο γλυκόπλιτος χαρακτήρας μιας Lager ισορροπεί με τις πικάντικες νότες και φρεσκάρει το ουρανίσκο. Thai, Asian και Mexican κουζίνας της πιάνε γάντι, ενώ αγαπά και τα λιπαρά ψάρια, τις σάλτσες λαχανικών και τα κίτρινα τυριά.



Λουκάνικα με την τέχνη του μαγειριού

Τα αρώματα, οι γεύσεις και η εμπειρία της παρασκευής αλλαντικών σημάδεψαν τα παιδικά χρόνια του Νίκου Λαμπάκη και τον ενέπνευσαν να συνεχίσει την παράδοση των χειροποίητων αλλαντικών στον Αγ. Κωνσταντίνο Ρεθύμνου. Σε έναν παραδοσιακό διαμορφωμένο χώρο, τηρώντας τους αυστηρότερους κανόνες υγιεινής, παρασκευάζονται με μεράκι, τα πιο νόστιμα και μυρωδάτα καπνιστά χοιρινά αλλαντικά.



Παραδοσιακές σάλτσες από τη Φλώρινα

Ντομάτα, κρεμμύδι, εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο, αλάτι, σκόρδο, βασιλικός και πιπέρι για τη σάλτσα της Delimenti, που ιδρύθηκε για να δημιουργήσει premium προϊόντα παντρεύοντας αγνές ελληνικές πρώτες ύλες. Παραδοσιακές γεύσεις και αρώματα που παράγονται με αγάπη και μεράκι στη Φλώρινα συνδυάζονται τέλεια με τα τυροκομικά προϊόντα ενώ απογειώνουν και την πιο απλή μακαρονάδα.



Η superior gourmet σιγή της ελιάς

Ένας σπάνιος συνδυασμός παράδοσης της Λακωνίας, φτιαγμένες από ελιές μικρού μεγέθους, άγουρες, πράσινου χρώματος με προσθήκη ολόφρεσκου λεμονιού και αρωματικών φυτών που ενώνονται για να δώσουν μια Superior Gourmet γευστική επιλογή ελιάς. Από τους βιολογικούς Ελαιώνες Σακελλαρόπουλου, ένα προϊόν που έχει βραβευθεί για την υψηλή ποιότητα και την γεύση του.



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.

ΑΓΟΡΑ

BEER & BRUNCH • ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

LAGER ΜΠΥΡΕΣ



Με τη λέξη Lager να σημαίνει «αποθήκη» και αναφέρεται στα υπόγεια, παγωμένα κελάρια όπου γινόταν η ζύμωση «χαμηλής θερμοκρασίας» και -κυρίως- η μακρόχρονη ωρίμανση της μπίρας σε συνθήκες ψύχους, οι μπίρες αυτού του είδους παραμένουν οι πιο δημοφιλείς σε όλα τα μήκη και πλάτη της Γης.

BEER & BRUNCH

προτείνει



Budweiser Budvar

Για πολλούς η απόλυτη Lager, μια μπύρα με λαμπερό χρυσοκίτρινο χρώμα και έντονα αρώματα λυκίσκου και μαγιάς. Ο αφρός της πλούσιος και σταθερός. Η γεύση της γεμάτη και ζωηρή με αρωματική επίγευση μεγάλης διάρκειας με δροσιστική πικράδα και νότες που θυμίζουν μπαχαρικά. **5,0% vol.**



Marea Blonde

Αφιλτράριστη, απαστερίωτη και με δεύτερη ζύμωση στη φιάλη, ήρθε για να αλλάξει την εικόνα των Lager. Ξανθιά, θολή και με έντονο αρωματικό χαρακτήρα κυρίως από τροπικά φρούτα, κίτρο και γλυκά μπαχαρικά. Διακρίνεται για το απαλό της σώμα και την παρατεταμένη επίγευση εσπεριδοειδών. **4,5% vol.**



Zythos Vap

Κλασική, δροσιστική Ξανθιά, με απαλή γεύση καραμελωμένης βύνης και φρουτώδη αρώματα, η Lager της ΒΑΠ Π. Κούγιος από τη Ρόδο προκαλεί τις αισθήσεις σε συνδυασμό με την ισορροπημένη πικράδα στην επίγευση. **5,0% vol.**



Warsteiner Premium Verum

Ένα παγκοσμίως αναγνωρίσιμο brand, για τους Γερμανούς η βασίλισσα της μπύρας και πολύ αγαπημένη στην Ελλάδα. Χρώμα ξανθό και άρωμα λυκίσκου. Αφρός πλούσιος και μεγάλης διάρκειας, σώμα γεμάτο ενώ η γεύση ελαφρώς φρουτώδης και πικρή μέχρι το τέλος. **4,8% vol.**



Lazy Ass

Δροσιστική, φρουτένια και πιπεράτη Lager βασισμένη σε λυκίσκο Mandarina Bavaria. Αποτέλεσμα της συνεργασίας δύο μικροζυθοποιείων: Η Santorini Brewing Company εξέλιξε την εκλεκτική αυτή συνταγή και η Flecks Microbrewery της Αυστρίας ανέλαβε την εκτέλεσή της. Έτσι προέκυψε μια Lager διαφορετική. **5,0% vol.**



Happy Brewers Hoppy Lager

Η καθαρή, ισορροπημένη και σταθερή γεύση της Lager εμπλουτίζεται με μια έκρηξη αρωμάτων από τις γενναίες δόσεις λυκίσκων. Ο Huell Melon προσδίδει δροσερά αρώματα πεπονιού, ενώ ο Vic Secret χαρίζει επιπρόσθετα έντονα αρώματα ανανά, πεύκου και passion fruit. **4,8% vol.**



Guinness Hop House 13 Lager

Από το καλύτερο ιρλανδικό κριθάρι και αρωματικούς λυκίσκους η μπύρα της Guinness συνεχίζει μια κληρονομιά 256 χρόνων υπεροχής του ζυθοποιείου St. James's Gate. Λαμπερό χρώμα με νότες βύνης με αρώματα ροδάκινου και βερίκοκου. **5,0% vol.**



Νήσος Βιολογική All Day

Λαμπερή, με χρυσό χρώμα και αφρό με διάρκεια. Μύτη με καθαρή βύνη και ευχάριστα εσπεριδοειδή αρώματα λυκίσκου. Σώμα ελαφρύ, με φρεσκάδα στην επίγευση και ισορροπία. Ζυθοποιείται με πιστοποιημένες βιολογικές βύνες κριθαριού και είναι ιδανική για όσους αποφεύγουν τη γλουτένη. **4,5% vol.**



Camden Lager

Η Helles συναντά την Pilsner. Το τραγανό σώμα της Pils συνδυάζεται με τον ήπιο χαρακτήρα του λυκίσκου μίας Helles. Χρυσασφένιο χρώμα και ντελικάτο σώμα. Πιπεράτη γεύση με αρώματα εσπεριδοειδών και πικράδα που δεν επισκιάζει τα πάντα. Ωριμάζει για αρκετό καιρό στη δεξαμενή, ώστε να γίνει μία Lager, όπως θα έπρεπε να είναι. **4,6% vol.**



Σόλο Μποέμισσα

Με διακριτικά αρώματα λυκίσκων Chinook, μια ανάλαφρη τύπου Hoppy Lager, γλυκόπιστη, με μια ευφάνταστη ετικέτα που σε προκαλεί να της δώσεις το προσωπικό σου χρώμα. Άλλωστε μια μπύρα με το όνομα «Μποέμισσα» δεν θα μπορούσε παρά να είναι εναλλακτική, αντισυμβατική κι αρτίστα. **4,7% vol.**

Νέες κυκλοφορίες



INSOMNIA IPA (vol. 5,8%)

Πρόκειται για την τρίτη μόνιμη μπύρα της οικογένειας Noctua που ήρθε για να εντυπωσιάσει τους fans του καλού ζύθου. Μια hoppy IPA με έντονα αρώματα απο τους λυκίσκους Citra, Chinook και Galaxy, πικράδα και γεμάτο σώμα, ιδανική για να πίνεται ξανά και ξανά. **(Noctua)**

CALDERA SUMMER (vol. 5%)

Μία μπύρα αφιερωμένη στη μοναδική θέα της Σαντορίνης. Η Caldera Summer είναι μια μπύρα τύπου Lager που μπορεί να συνοδεύει υπέροχα τις τοπικές γεύσεις του νησιού. Δημιουργήθηκε με μεράκι πιστεύοντας ότι μπαίνουμε σε νέες τροχιές συσκευασίας και αναζήτησης στο ράφι. **(Noble Men)**



VERY BERRY (vol. 6%)

Μία Kettle Sour Ale με έντονο βαθύ κόκκινο χρώμα. Έχει φρουτώδη αρώματα κερασιών, γλυκών εσπεριδοειδών, μούρων και φράουλας. Στο στόμα είναι γλυκιά και ελαφρώς όξινη και έχει μεσαίο λιπαρό σώμα. **(Seven Island Brewery)**



SUMMER SESSION IPA (vol. 5,4%)

Χρυσάφνια με χαμηλό λευκό αφρό που μένει και δημιουργεί δαντελωτό δαχτυλίδι στο ποτήρι. Πολύπλοκη μύτη με το λυκίσκο να ξεχωρίζει. Κυριαρχούν τα τροπικά και κιτρώδη φρούτα (passion fruit, παπάγια) και υπάρχουν νότες ζαχαρωτού και άχυρου από τη βύνη. Η γεύση ακολουθεί τη μύτη, αρχικά είναι γλυκιά και τελειώνει έντονα πικρή με μεγάλης διάρκειας και έντονο τελείωμα από ρετσίνι, πεύκο και φλούδα κίτρου. **(Μικροζυθοποιία Καβάλας & ΚΥΚΑΩ)**

**KARGO (vol. 5,5 %).**

Μια αρωματική Session IPA με θολή όψη που οφείλεται στο ότι είναι αφιλτράριστη. Έχει πλούσιο και γεμάτο σώμα με μια γοητευτική πικράδα στην επίγευση. Ο συνδυασμός τριών διαφορετικών λυκίσκων δημιουργεί ένα γευστικό ταξίδι με αρώματα φρούτων και εσπεριδοειδών. **(Αθηναϊκή Ζυθοποιία)**

NEMA – SUMMER ALE (vol. 4,6%)

Με έμβλημα της το λυκίσκο, τη φραγκοσυκιά αλλά και τους πύργους, σήμα κατατεθέν της Μάνης, η φρέσκια αυτή μπύρα γοητεύει το κοινό της. Αρωματική και εύπεπτη, ελαφριά, μια απαστερωτή μπύρα με κύριο συστατικό τη ζωντανή μαγιά της. **(Mani Brewing)**

**KARMA BEER****LAGER (vol. 5%)**

Ξεχωριστή μπύρα με έναν ιδιαίτερο αρωματικό χαρακτήρα. Ξανθοκίτρινο χρώμα με πορτοκαλί ανταύγειες και λευκό αφρό. Το ισορροπημένο dry hopping της προσδίδει διακριτικά αρώματα λεμονιού, γκρέιπφρουτ και εξωτικών φρούτων. Στόμα ελαφρύ, μέτρια ξηρή και ευχάριστα δροσιστική. Είναι μια μπύρα που μπορεί να ικανοποιήσει από beer aficionados έως και το κλασικό κοινό της Lager. **(Ζυθοποιία Πελοποννήσου)**

**MIKONU INDIA PALE ALE (vol. 6%)**

Η έκτη μπύρα που ήρθε να προστεθεί στη σειρά του Ζυθοποιείου στη Μύκονο. Με ευχάριστα πικρή γεύση και περιέργως αρωματική ιδανική για κάθε στιγμή της ημέρας. Οι μεγάλες ποσότητες φρέσκου λυκίσκου απελευθερώνουν ένα φρουτώδες άρωμα παπάγιας και lychee. Το γεμάτο και ζουμερό της σώμα θα σας ενθουσιάσει. **(Mykonos Brewing Company)**



**Καλοκαίρι
στα Lidl
σημαίνει...**

**λαχταριστά
παγωτά!**



www.lidl-hellas.gr

10
ΧΡΟΝΙΑ
Septem
Μικροζυθοποιία



..and on the
Eighth
Day
God
created
Beer