



Rafał Kowalczyk – doświadczony piwowar, znawca kultury i stylów piwa. Jako ekspert w zakresie sensorycznej oceny piwa jest od wielu lat sędzią podczas zawodów piwowarskich. Krytyk i recenzent rynku piwnego. Jest też szkoleniowcem i wykładowcą m.in. w Studium Piwa. Autor publikacji na temat piwa w magazynach lifestylowych i prasie branżowej. Zapalony wędkarz.

Piwna rewolucja w Polsce

Rozpoczęła się całkiem niedawno. Niby rozwój piwnej sceny trwa już od przeszło dekady, to jednak w rzeczywistości prawdziwe przyspieszenie obserwujemy od około trzech lat. Dobre, amerykańskie wzorce, dostęp do Internetu i portali społecznościowych sprawiły, że polski „kraft” zaczął przybierać podobny kształt. Zmiany piwnej sceny wydają się mieć za to większą dynamikę niż te za oceanem oraz swoisty radykalizm, który zaskakująco pasuje do nas – Polaków. Często bowiem podchodzimy do pewnych rzeczy zero-jedynkowo, czyli albo coś jest dobre, albo złe. Tak jak w polityce – albo w lewo, albo w prawo. Rozwojowi polskiego piwnego rzemiosła towarzyszy niechęć do masowych produktów oraz coraz powszechniejsze trendy *slow food*. Obserwuje się rozkwit produkcji towarów regionalnych oraz modę na zdrowy tryb życia. Czyż mogą być lepsze warunki do rozwoju rzemieślniczego piwowarstwa?!

Odzwierciedleniem tych zmian jest moda na niezwykle puby, które oferują 15 i więcej wyjątkowych piw beczkowych. Okazuje się, że ponad połowa z odwiedzających tzw. multitapy to młode kobiety. Dlaczego? Ponieważ rzemieślnicze trunki nareszcie smakują.

Co inspiruje naszych młodych piwowarów?

Moda na amerykańskie chmiele u nas trwa, podobnie zresztą jak na całym świecie. Dzięki nowym odmianom i technice *dry hopping* piwo dostaje nową

jakość, czyli intensywne aromaty i wyższą goryczkę – atrybuty, których źródło trudno jest zanegować. Owe chmienie bowiem jest zgodne z *Reinheitsgebot*, czyli niemieckim prawem czystości, które od 1516 roku mówi, że do warzenia piwa powinno używać się wyłącznie wody, słoju i chmielu. W efekcie żaden z ortodoksyjnych piwoszy nie zakwestionuje piwa aromatyzowanego właśnie w ten sposób. Pozostajemy zatem w kręgu tradycji, ale z nowymi, intensywnymi doznaniem.

Polskie piwne style to kolejny kierunek inspiracji naszych rzemieślników. Niby nie ma ich wiele, ale dość wspomnieć o porterze bałtyckim warzonym m.in. w kraju nad Wisłą oraz o odradzającym się piwie grodziskim. Oba piwa są dość „trudne”, kiedy mówimy o zwykłej konsumpcji, co oznacza, że bardziej wpisują się w ciekawe trendy piwowarstwa rzemieślniczego niż w komercyjną sprzedaż. W przypadku portera niektóre browary decydują się na wielomiesięczne leżakowanie tego piwa, a konsumenci specjalnie jeszcze przetrzymują butelki przez kilka lat, aby zawartość ciekawie się zestarzała. Jeżeli chodzi o wędzone piwo grodziskie, to przeciętny konsument musi nauczyć się tego smaku. Słabe i odmiennie smakujące piwo wychodzi poza ramy i podobnie jak porter – również pasuje do niszowej oferty polskiego kraftu.

Dziś, kiedy świat jest globalną wioską, jeździmy na konkursy i festiwale piwne do innych krajów, czemu nie spróbować współpracy z innymi browarami? Polscy rzemieślnicy nawiązują kontakty z innymi europejskimi browarami z Włoch, Danii czy Norwegii. Nie zdziwiłaby mnie również kolaboracja z jakimś amerykańskim browarem, co – jak sądzę – wcześniej czy później na pewno nastąpi. W efekcie powstają nie tylko ciekawe trunki, ale również projekty marketingowe i eventy. Wiemy przecież, że piwo to nie jedynie napój alkoholowy, to czasem wydarzenia, którymi żyją fani danych browarów. Wystarczy zerknąć na Facebooka lub odwiedzić jakiś dobry festyn piwny.

Polski pociąg ze stacji „nowofalowe piwowarstwo” ruszył. Trudno o lepszy moment na rozpoczęcie piwnego biznesu, czy to otwierając browar, czy kraftowy *taproom*. To czas na powstawanie legendarnych marek i miejsc prowadzonych przez znanych pasjonatów.

Reinheitsgebot, czyli niemieckie prawo czystości, mówi, że do warzenia piwa powinno używać się wyłącznie wody, słoju i chmielu

