



Piwo współcześnie

Dla wielu z nas znaczenie słowa piwo odnosi się wyłącznie do żłopania. A jak jest faktycznie?

Dla wielu z nas znaczenie słowa piwo odnosi się wyłącznie do żłopania. A jak jest faktycznie?

Przeciętnie każdy polak pije 90 litrów piwa rocznie. Można powiedzieć, że przynajmniej każdy choć jeden raz w życiu zakosztował piwa. Nieco mniejsza liczba ludzi miała do czynienia także z piwami ciemnymi. Są także Ci, którzy pamiętają piwa z zamierzchłych czasów PRL, a także tacy, którzy piwo widzą jedynie na sklepowych wystawach. Są też i tacy, którzy potrafią sprzedać bloczki z opieki społecznej, by tylko *zregenerować nieco "głoda"*. Piwo to więcej niż złocisty napój. Piwo może być bursztynowe, czerwone, zielone, niebieskie, o smaku śledzia, pizzy, a nawet z robakiem. Piwo może być także dolnej fermentacji, górnej fermentacji, fermentacji spontanicznej. Może być koncernowe, z browaru restauracyjnego lub nawet browaru regionalnego. Piwem możemy się delektować, jak i mówiąc kolokwialnie - urżnąć. Piwo może być traktowane jako zło oraz jako hobby. Może to być forma spędzania czasu lub czysty dodatek do spotkania towarzyskiego.

Czy zastanawialiście się jednak, ile piw jest na świecie? Albo chociaż w Polsce? Gdzie się podziały te uprawy chmielu, o których tyle słyszymy od naszych ojców oraz dziadków? Gdzie są te pola, o których można czytać w książkach? Czy Technologia zgwałciła także przemysł piwowarski? Alt, Witt, Porter, Stout, Lager, IPA, Grodziskie, Rauchbier, Marcowe, Schwarzwald... Czy komukolwiek znane są tak enigmatycznie brzmiące nazwy? Czym więc jest piwo, jak nie tylko zwykłym napojem lanym w knajpie `z kija`?

Otóż właśnie. Pod pojęciem "piwo" kryje się dużo więcej, niż by się mogło nam zdawać. Tu bowiem ze względu na smak, wyszczególnić można wiele podgatunków. W zależności, co kto lubi, można rzec. Jeden lubi rude, drugi blondynki, trzeci brunetki - gdyby chcieć przedstawić to w tak prosty sposób. A więc gdzie się podziały te rude i brunetki? Czyżby blondynki zawładnęły światem? A może to ten marketing? Ano właśnie. Niewielkie wymagania konsumenta sprawiły, że małe browary poupadały. Nowoczesne technologie z kolei wyparły tradycje (Mówi się, że tradycję ciężko wykorzenić. A co, gdy technologia robi małe szacher-macher? Krótko mówiąc - Bieda, przepadło). W chwili obecnej serwowane przez ogromne koncerny piwo jest warzone przy użyciu technologii HGB - Gdybyśmy chcieli oprzeć to na przykładzie, należałoby wyobrazić sobie zupkę instant oraz prawdziwą zupę gotowaną na wywarze wołowym. Jest subtelna różnica pomiędzy pięć minut w oczekiwaniu na zagotowanie

się wody, a zupie, przy której się wystaliśmy, którą dopieszczaliśmy, którą doprawiliśmy według tradycyjnego, rodzinnego przepisu. Najlepszym tłumaczeniem w tejże sytuacji byłoby - Jak się nie ma co się lubi, to się lubi co się ma - Nic bardziej mylnego. To my, konsumenci, kształtujemy popyt na rynku, a producenci dopasowują do naszych potrzeb podaź. Takie są bowiem prawa rynku - inwestor znajdzie interes tam, gdzie coś ma rację bytu i faktycznie może się sprzedać.

W czym więc rzecz? Należy zacząć stąpać realnie po ziemi, traktować poważnie rzeczywistość. Nie sądzę, aby telewizor był na tyle wiarygodny, by czynić nas osobowościami autorytarnymi. Innymi słowy - ślepe posłuszeństwo naszym odbiorcom nie zawsze musi być zgodne z słuszością podejmowanych wyborów - Słuszość bowiem powinna leżeć po stronie naszych kubków smakowych. W imię zasady - Jedzmy kupę, miliony much nie może się mylić - Powinniśmy w końcu otrzeźwieć, bo to, że smakuje sąsiadowi, nie znaczy, że powinno smakować i nam. To jak gdy coś nam nie smakuje, nie powinniśmy tego żłopać, gdyż nienormalnym byłoby nieżłopanie. Winniśmy jednak szukać dalej, delektować się, stawiać poprzeczkę wyżej. To od nas zależy, co będziemy pić, nie dawajmy się więc poić.

Piwo nie powinno się kojarzyć bezpośrednio z markami. Człowiek powinien interpretować piwo z chmielem, słodem jęczmiennym, drożdżami piwowarskimi. W czym więc rzecz? W naszych wyborach! Powinniśmy stać się świadomymi konsumentami, kupować rozsądnie, pić ze smakiem. Powinniśmy stawiać poprzeczkę wyżej i wyżej, aniżeli ślepo wierzyć, że ten sam browar pity dziś smakuje identycznie, co pięć lat temu. Warto sięgać po piwa zagraniczne, po piwa z małych browarów, które starają się zrekonstruować tradycję oraz smak dawnych lat. Postawmy więc na piwo dobre - pijmy piwa regionalne!

Piwo regionalne jest to napój z małego browaru. Moce przerobowe takiego browaru są znacząco ograniczone. Zakup nowoczesnych technologii umożliwiających *PRODUKCJĘ* (przyjmując, że produkcja zastępuje warzenie) jest wręcz niemożliwy. Koszt instalacji nowoczesnej techniki przekracza znacząco budżet mini browarów. Dawniejszy Browar Belgia próbujący wgryźć się w rynek piwem górnej fermentacji upadł za swoją innowacyjność. Pomysłodawcy, albo raczej ich chęć wyróżnienia się nie została doceniona, co sprawiło, że browar zwyczajnie upadł. Wszak smakiem piwo to odbiegało od reszty, anuż było zepsute? Niektórzy niestrawności zwalali winę na piwo, które wypito pierwszy raz w życiu, inni tworzyli szare teorie, że po piwie niepasteryzowanym brzuch boli. W ten oto sposób przyszło się zmagać właścicielom browarów z konsumentem przekupnym. Hipnotyzujący wizerunek telewizji kupuje nas za nasze pieniądze, które pakujemy w produkty zakupione każdej niedzieli w markecie. Pętla się zamyka, maszyna ruszyła i wcale nie zapowiada się na to, by kiedykolwiek miała się zatrzymać.

Pytanie - czy za sześćdziesiąt lat, gdy dzieci naszych dzieci dorosną, smak tradycji zostanie utarty przez gąsienice czołgu zwanego marketingiem? Czy pozwolimy na to, by wielkie koncerny manipulowały naszymi preferencjami i dostosowywały swe produkty do obecnie trwającego trendu? Ja już jestem świadomym konsumentem piwa, a wy?