

КОЛПИВАТР

О ПИВЕ, ПИВЗАВОДАХ И ПИВНОЙ АТРИБУТИКЕ

№ 84-2024

25
лет

ПЕНСКИЙ КЛУБ КОЛЛЕКЦИОНЕРОВ
ПИВНОЙ АТРИБУТИКИ

КОЛПИВАТР

информационный бюллетень
№ 1, февраль - март 1999 г.

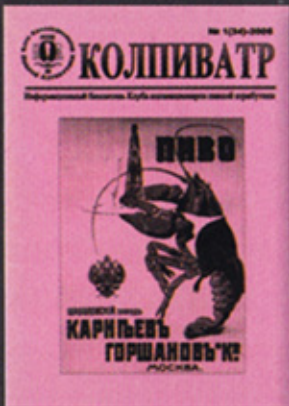
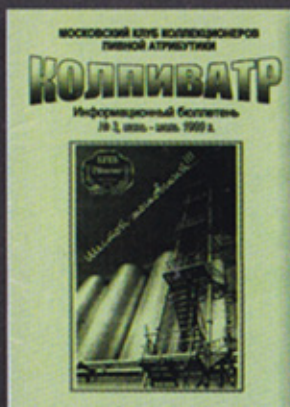
Образцы этикеток для Пива.



ПЕНЗА:
БОЛЬШОЙ,
МАЛЕНЬКИЙ,
КЛАССНЫЙ
КЛУБНЫЙ ВЫЕЗД
КОЛЛЕКЦИОНЕРОВ

АЛТАЙ:
БАРНАУЛ И
БИЙСК
РЕДКИЕ
СТАРИННЫЕ
ЭТИКЕТКИ

**ПИВО И
РЕЛИГИЯ, И
ДАЖЕ
МИФОЛОГИЯ**
ОБЗОР ТЕМАТИЧЕСКОГО
ДИЗАЙНА АТРИБУТИКИ



КОЛПИВАТР

КОЛЛЕКЦИОНЕР ПИВНОЙ АТРИБУТИКИ

Издается с 1999 года

Периодичность: 2 раза в год

Тираж: 500 экз.

ИЗДАТЕЛЬ

Клуб коллекционеров пивной атрибутики



тел.: +7 (909) 955-96-02
etiketki@mail.ru www.kkpa.ru



РЕДАКТИРОВАНИЕ И ВЕРСТКА

В. Шамов

ОТПЕЧАТАНО

типография Viki Print, Москва

ИСТОЧНИКИ МАТЕРИАЛА

Д. Снигирев, В. Полежаев, Р. Акопян,

П. Егоров, А. Наконечный,

В.А. Скубневский. «Барнаул Купеческий»,

В.А. Ханевич. «Поляки в Томске

(XIX–XX вв.)»,

В.А. Скубневский. «Бывшие. Купечество

Барнаула после 1917 г.»,

С.А. Аникин, Д.С. Фатюхин. «Пивоваренные

заводы Царской России»,

материалы сети Интернет

KOLPIVATR

beer, breweries and beer accessories
magazine. Since 1999.

Periodicity of edition: twice a year.

Circulation is 500.

Published by

Club for Collectors of Beer Accessories

(CCBA) Moscow, Russia



ЮБИЛЕЙ

Друзья!

Журналу КОЛПИВАТР 25 лет. Поздравляем с юбилеем всех наших читателей!

Двадцать пять лет назад ККПА решил завести свой информационный бюллетень, чтобы публиковать на его страницах различные сведения о клубной жизни и о коллекционировании пивной атрибутики. За эти двадцать пять лет мы трансформировались из черно-белого самиздата в добротный типографский полноцвет.

Четверть века мы с вами, и эту четверть мы делали все, чтобы благодаря КОЛПИВАТРУ пивное хобби, пивные факты, истории и путешествия были бы интересны и познавательны не только для коллекционеров, но и для всех любителей пива.

Учитывая, что уже несколько лет КОЛПИВАТР выходит из печати в январе и июле одного и того же года, мы решили сдвинуть его годовую нумерацию, чтобы она была более логичной. А потому данному выпуску присвоен только общий порядковый (сквозной) номер 84-2024, и следующий тираж нашего журнала будет значиться под номером, соответственно, 85(1)-2025.

Оставайтесь с нами!

Влад Шамов



Чебоксары

10-17.08.2024

3-й чебоксарский фестиваль «Зеленое золото России». Пройдет в речном порту Чебоксар. Гостей ждут дегустация пива от более дюжины пивоварен, развлечения и конкурсы, участие в народных обрядах и живая музыка.

www.hopfest.ru



Москва

24.08.2024

Летний фестиваль крафтовых пивоварен TOPCRAFTBEER. Пройдет в крытом помещении MTC LIVE HALL, ш. Энтузиастов 5, стр. 2. Участвуют более трех десятков производителей.

vk.com/tcbfest



8-й ФЕСТИВАЛЬ
ПРИКАМСКИХ ПИВОВАРЕН

31 августа 2024

ПИНТА паб, г. Ижевск
craftfair.su

Екатеринбург

10.08.2024

Очередной уральский фестиваль крафта. Ожидается 25 пивоварен. Пройдет в концерт-холле «Свобода», ул. Черкасская 12.

vk.com/uralcraftfest2024

**TOP
CRAFT
BEER
FEST
RUSSIA 2024**

Казань

24.08.2024

Фестиваль крафтовой культуры SHULAY. Пройдет в арт-пространстве «Фабрика Алафузова», ул. Гладилова 55. Ожидаются более 35 производителей, более 120 сортов напитков.

t.me/s/SHULAY2024



**БОКАЛЫ
БИРДЕКЕЛИ
ПРОБКИ**



**ЗНАЧКИ
ЭТИКЕТКИ
БАНКИ**

**19-20 октября 2024 г.
Москва**

**27-я
встреча коллекционеров
пивной атрибутики**

**Московская ярмарка увлечений
ул. Краснобогатырская д. 2, стр. 2
9:00 - 18:00**



РЕГИСТРАЦИЯ НА WWW.KKPA.RU

На Балтийском берегу

Автор: В. Шамов

Фото: А. Денисов, В. Полежаев

Приуроченная к 25-летию клуба «Пивной Этикет» встреча коллекционеров прошла в Репино (СПб) 18 мая при отличнейшей погоде и с великолепнейшим настроем.

Отметить 25-летие основания своего клуба питерские коллеги по хобби давно задумали внеплановым сбором в Репино, но только формат этого мероприятия определили не сразу. Изначально была мысль провести просто встречу друзей и, как говорится, причастных, но потом все-таки выбор был

его так кратко) организовал в августе 2002 г. при поддержке «Степана Разина» и его тогдашнего Выборгского филиала у стен Выборгского замка на открытом воздухе. При этом традиция проводить питерские встречи именно в Репино была заложена задолго до этого. В начале сентября 1998



сделан в пользу полноценной встречи коллекционеров с обменной биржей и иногородними участниками. В итоге, внеплановая встреча в Репино вышла даже международной, благодаря гостям из Эстонии и Латвии. Итак, для начала небольшой экскурс в историю: 18 апреля 1999 г. в петербургском Музее печати прошло собрание коллекционеров (см. фото), на котором под эгидой пивзавода «Степан Разин» был учрежден клуб «Пивной Этикет». Свою первую обменную биржу «ПЭ» (буду называть

года в Репино состоялся 3-й съезд бирофилов России, которым занимался Виктор Довгань под эгидой Партии друзей пива и также «Степана Разина». Позднее встречи в Репино стали регулярно проводиться раз в два года (даже повезло не прерваться на пандемию чужеземной заразы), и вот нынешняя стала дополнительной или специальной, как хотите. Собралось на нее более 60 коллекционеров и еще более десятка их сопровождающих. Из тех, кто был на учредительном собрании «ПЭ», на встрече



присутствовали шестеро: Бондаренко П., Сальков А., Кляровская Г., Клименко Л., Александров С., Снигирев Д. Всего питерцев было 41 человек, москвичей – 13, по одному участнику из Калининграда, Самары, Северодвинска, Латвии и Эстонии. На встрече была обязательная официальная часть, в ходе которой выступили все главные лица «ПЭ», начиная с его президента Андрея Салькова. Собравшимся кратко поведали об истории создания клуба и о выборе его названия. Надо добавить, что 25-летие «ПЭ» совпало с еще одной юбилейной датой: Галине Всеволодовне Кляровской, идейному вдохновителю и соавтору названия «Пивной Этикет»,

неутомимому пропагандисту пивной культуры и хранительнице русской пивоваренной истории исполнилось 80 лет! Представители ККПА зачитали юбиляру поздравительный адрес и вручили памятный подарок. И для всех членов «ПЭ» мы привезли по полулитровой бутылке специального розлива пива сорта foreign stout, сваренного на пивоваренной компании «Грейнрус» в Москве (пиво с памятной этикеткой и кронен-пробкой). Все присутствовавшие ветераны «ПЭ» получили в подарок также по бутылке русского имперского стаута от компании «Балтика». А заглавным пивом встречи был портер от Knightberg и sTs. Также «ПЭ» оказали помощь (кто пивом, а кто этикетками, а кто



Санкт-Петербургский клуб коллекционеров пивной атрибутики «Пивной Этикет» регулярно проводит встречи коллек по увеличению в посеве Репино в середине мая. Конечно, в каждой встрече хочется скрывать особенно, главное, пиво съездом. В 2020 году Илья Маркин (пивовар STS) предложил сделать карту пивного, крепкого молотого портера с выдержкой в бочке, и в 2021 году Репинский портер был представлен коллекционером. Вторая версия Репинского портера была сварена к встрече клуба в 2023 году. В этом году клуб «Пивной Этикет» отмечает свое 25-летие. В честь традиционной встречи в Репино, а также в честь Репинского портера по рецепту Илья сварил на пивоварне Knightberg, стоявшей у истоков российского крафтового пивоварения.

KNIGHTBERG
BY 2002
BREWING CO

STS
brewery

DATA РОЗЛИВА:



ERC



РЕПИНСКИЙ ПОРТЕР
IMPERIAL SMOKED PORTER

OG: 26%

ALC: 10,5%

ПИВО «БАЛТИЙСКИЙ» - ТЕМНОЕ НЕФИЛЬТРОВАННОЕ ОСВЕЩЕННОЕ НЕПАСТЕРИЗОВАННОЕ

Запах: интенсивность начального вкуса 22%, алкоголь 8,5% об. Содержание этилового спирта 8,5 г/л в 100 мл пива. Содержание этилового спирта 31,87 г/л в 0,335 л пива. Плотность: 1,040, углекислоты: 0,8 г/л в 100 г пива, энергетическая ценность - 64,0 ккал (268 кДж) в 100 г пива.

СОСТАВ
Вода, солод, минеральный светлый, карманный, жидкий, хмель, дрожжи.

ХРАНИТЬ В ТЕМНОМ МЕСТЕ ПРИ ТЕМПЕРАТУРЕ
от +2°C до +16°C включительно - 180 суток.
После вскрытия не хранить.

ГОСТ 31711-2012

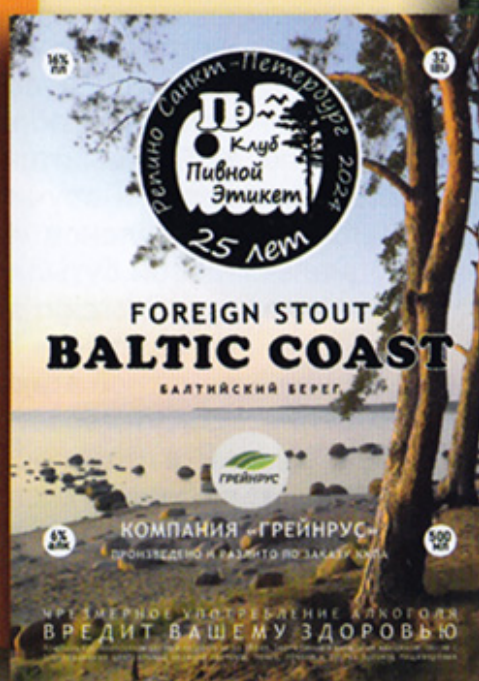
Содержание вредных для здоровья веществ не превышает норм, определенных в соответствии с обязательными требованиями ТР ТС 009/2009 «О безопасности пищевой продукции».

Алкоголь противопоказан детям и подросткам до 18 лет, беременным и кормящим женщинам, лицам с заболеваниями центральной нервной системы, печени, почек и другим органам пищеварения.

Чрезмерное употребление алкогольной продукции вредит Вашему здоровью.

Производство ООО «КРАСНЫЙ ГИГОВАР»
190614 Россия, Санкт-Петербург
Петровский наб. д. 5/2, литер А-А1,
тел./факс +7(812)718-78-88
www.redbrewery.com

Объем 0,375 л





и тем и другим) пивоварни VAG, «Василе-островская», ОПХ, Нор Head, «Краснопузофф», Two Barrels. Здесь я присоединяюсь к искреннему спасибо в адрес пивоваров, потому что благодаря их благосклонному отношению имеют шанс быть успешными наши мероприятия. В приветственный комплект каждому участнику кроме пива, этикеток и значка входил и памятный деревянный бирдекель с эмблемой встречи. Уже не в первый раз местом проведения была гостиница «Репинская», удобно расположенная на берегу Финского залива. Коллекционерам выделили зал на первом этаже с отдельным входом, где для них была доступна еще и терраса, на которой в прият-

ной тени, на воздухе также расставили столы. Помимо того пива, что приготовили организаторы, была испробована почти полная линейка сортов курской пивоварни AVS, а также хранившийся 9 лет где-то в за-гашниках 5-литровый бочонок бельгийского крепкого Cuvee des Trolls. Что касается обмена, то тут опять главенствовали пробочники. Надо сказать, что самому юному из них на вид было лет 10. Естественно, он присутствовал в сопровождении родителей. Но репинская встреча – это не только обмен, это еще и шашлыки. Их уже привычно готовят москвичи. Постарались мы и в этот раз, шашлык удался. Чтож, ждем 10-ю номерную встречу в Репино в мае 2025 года!





ПРОДЭКСПО-2024

Автор: П. Егоров

С 5 по 9 февраля этого года в Москве, в «Экспоцентре», которому, кстати, уже 65 лет, прошла 31-я Международная выставка продуктов питания, напитков и сырья для их производства «Продэкспо».

Выставка остается крупнейшей в России, да и одной из ведущих выставок в мире. В этом году на ней было представлено свыше двух тысяч участников из 40 стран, и среди них было более сотни производителей пива, сидра и меда, а также дистрибьюторов и импортеров. Производители пива, в основном, размещались в павильоне «Центральный», а также в 1-м павильоне проводился корнер «Крафтовое пиво», и еще часть производителей была разбросана по региональным экспозициям. Корнер «Крафтовое пиво» третий год подряд организуется журналом RealBrew. В этом году было 24 участника,

по большей части крафтовые пивоварни (хотя часть из представленных пивоварен тяготело к варке классических сортов пива), также пять сидрерий и две медоварни. Прежде всего, это представители Москвы с областью и Санкт-Петербурга, но было и немало производителей из Центрального региона и даже из Сибири.

Здесь хочется отметить, что выставку «Продэкспо», кроме всего прочего, можно также назвать и пивным фестивалем, причем, пожалуй, лучшим пивным фестивалем в России. Преимуществ над другими



фестивалями множество: вход бесплатный (нужно только зарегистрироваться на сайте выставки и получить бесплатный билет); выставка проходит целых пять рабочих дней; при входе с утра обычно есть очереди, но они не столь уж длинные, а к павильонам пивоваров очередей обычно нет; практически все пивоварни, да и оптовики-экспортеры, наливают пробовать свое пиво, и за стойкой стоят обычно или сами пивовары, или представили пивзаводов; число пивоварен огромно – под сотню, и при этом самой разной направленности: региональные производители, минипивоварни, крафтовые пивоварни, сидрерии и медоварни, а также пивзаводы из ближнего зарубежья (при этом есть и из дальнего, у импортеров). Возможно, число именно крафтовых производителей здесь чуть меньше, чем на крафтовых фестивалях, но незначительно, и на выставке представлены весьма известные и по-своему знаковые крафтовики. Туалеты имеются и без особых

очередей. Есть и точки где можно поесть, но и также можно просто отправиться в павильоны, где выставляются производители продуктов питания, и там в качестве закуски бесплатно попробовать их продукцию. Для коллекционеров тоже раздолье: часто у пивоваров имеются бирдекели, этикетки, бокалы и другая пивная атрибутика. Единственно, наливают, обычно, в пластиковые бокальчики и небольшими порциями, но никто не мешает принести с собой любимый стеклянный бокал (на входе их не изымают) и мыть его по необходимости под краном. Ну и еще, пивовары будут уделять свое внимание не только вам – потребителям, но и, прежде всего, своим потенциальным деловым партнерам. Наконец, если вы предпочитаете вино или крепкий алкоголь, то ничто не мешает вам посетить проходящий на том же «Продэкспо» винный и крепко-алкогольный фестиваль, правда, там могут наливать не каждому.

Moscow cider day'2024

Автор: П. Егоров

Длинные выходные конца февраля этого года отметились конференцией в сфере сидроделия Moscow cider day.

Moscow cider day – это не только конференция и фестиваль, но еще и небольшая выставка оборудования и сопутствующих материалов для сидроделия, прежде всего – дрожжей. Для этого были выделены две площадки вдоль стен. А место действия – ДК «Рассвет» рядом со ст. метро «Улица 1905 года». Первый день конференции сидроделия (Moscow cider day'2024 проходил три дня, с 23 по 25 февраля) – это фактически сидровый фестиваль. Дегустационный день разделен на две части – презентации сидрерий с дегустацией их продукции и собственно фестиваль, когда уже сам посетитель выбирает, что ему попробовать. Во второй день конференции прошли лекции на самые различные темы, так или иначе связанные с сидроделием. Меня больше всего заинтересовала презентация Маргариты Панкратовой («Институт энологии Шампани») «Вкус сидра под лупой: характеристики, определения, восприятие потребителем, формирование». В конце

лекции, конечно, не обошлось без практических упражнений в виде дегустации нескольких образцов сидра. Третий день конференции тоже был ориентирован на профессионалов, он был организован в виде неформального диалога сидроделов и проходил в «We Cidreria». Сидроделие в России очень активно развивается все последние годы: многие уже начинают высаживать собственные яблоневые сады, появляются новые интересные сидрерии, разнообразие производимой продукции растет. Как и в пивоварении, в сидроделии явно видно деление на массовых производителей (представленных в сетях) и сидроделов, выпускающих традиционный сидр – совсем другой напиток и с совсем другой ценой, найти который пока можно, в основном, в специализированных магазинах. И ежегодная конференция Moscow cider day, как показывают очередные достижения сидроделов, помогает им производить интересный и качественный продукт.



BeviTec'2024

Автор: П. Егоров

25 марта в «Крокус Экспо» открылась выставка BeviTec. Это крупнейшая международная специализированная выставка оборудования, сырья и упаковки для производства напитков, прежде всего пива.

Выставка действительно довольно масштабная, работает 3 дня, и нужно отметить, что в этом году чуть ли не половину площадок заняли производители из Китая. Но, конечно, и российские компании представили много всего нового из оборудования и сырья. Обратил внимание на различные пастеризаторы (очевидно это связано с бумом пива в стиле смузи, паэри и с фруктами-овощами). Были также представлены системы сухого охмеления, фильтрации, баночные линии (опять же, почти весь крафт в России переходит на розлив в банку). Российский солод постепенно стал основным у производителей пива, а вот с хмелем пока беда, но и здесь есть подвижки. Так, на стенде «Грейнрус» попробовал пиво с хмелем, выращенным компанией в Краснодарском крае (сорт «Мандарина Бавария»), а еще на стенде журнала RealBrew попробовал пиво «Первый хмель» от Knightberg, сваренное на том же краснодарском хмеле (кроме «Мандарины» в составе еще «Магнум» и «Каскад»), и по-моему, они получились весьма достойными. Уголок крафтового пива был отменен, но на некоторых стендах пиво можно было попробовать, прежде всего для демонстрации того или иного сырья или оборудования. Также несколько была сокращена деловая программа, но круглые столы и конференции, посвященные злободневным вопросам отрасли, состоялись.



«Остров Хамовники»

Автор: П. Егоров

28 марта в культурном пространстве «Солодовня» открылась выставка «Остров Хамовники», которая проходила до 19 мая.

Выставка была посвящена району Хамовники и, прежде всего, Хамовническому пивзаводу. Собственно сам выставочный зал размещается в уцелевшем строении завода – бывшей солодовне. Выставка небольшая (да и сам выставочный зал небольшой), но вполне можно было погрузиться в историю района. О том, что выставка проходит в бывшем здании солодовни, говорили целые залежи настоящего солода. Про пивзавод было рассказано достаточно подробно, много различной пивной атрибутики, как оригинальной, так и копий. Имелся целый автомат для розлива пива. Он уже скорее постсоветский, изготовлен где-то в 1991 году, потому и цена на пиво там целых 50 коп. за кружку (уже начинался период гиперинфляции). Кстати, к открытию выставки выпущена и собственная пивная атрибутика – два разных двухсторонних бирдекеля. В первые дни работы выставки всем предлагалось попробовать пиво «Хамовники», которое сейчас производит Московская пивоваренная компания в Мытищах. В остальные дни предлагалось «Жигули барное, безалкогольное». В центральном зале имелся и стол со стульями, и даже барная стойка, где можно было приятно посидеть. По четвергам вечером проходили различные мероприятия и лекции. Так, я прочел лекции «Пивные этикетки как опавшие листья истории» и «Советское пиво в советском кинематографе».





Craft Event Moscow

Автор: П. Егоров

Крафтовый фестиваль Craft Event проводится в Санкт-Петербурге с 2017 года, но 28 апреля он впервые прошел и в Москве, в пространстве Main Stage.

Этот фестиваль не только про пиво. Он состоит из пяти частей: Craft Music, Craft Drinks, Craft Food, Craft Fun и Craft Market. Пожалуй, музыкальная часть не менее важна, чем пивная; у меня создалось впечатление, что половина посетителей явно пришли, прежде всего, на концерт. Хотя и пивная часть не подкачала, были представлены 33 пивоварни, по большей части из Московского региона и Санкт-Петербурга. В отличие от «безлимитной» системы, на Craft Event был достаточно дешевый входной билет (1500 р., если брать заранее, и 1600 р. – ближе к началу фестиваля), и по билету выдавали фирменный стеклянный бокал и жетон на одно пиво. Последующее пиво нужно было покупать, цены были примерно от 150 р. за лагера и от 250 р. за более сложные стили. Конечно, можно было бесплатно пробовать понемногу. Проводилось голосование за лучшую пивоварню,

и победила Heimbrauer из Ярославля. Среди номинантов была и Art'A Brewery, которая удивила своими ставленными медами. По музыкальной части очень порадовало живое выступление Rakava Orchestra прямо на площадке фестиваля, среди гостей. А наибольшее число слушателей привлекло выступление «Заточки», превративших зал прямо таки в концертную площадку. По еде тоже был весьма разнообразный выбор, я уделил внимание азиатской кухне и взял суп Том Ям и Вок, все это обошлось в 875 р. Всякие развлечения для публики следовали без перерыва: это были, кроме выступлений музыкантов, различные интеллектуальные игры и квизы. Организовано все было неплохо: довольно быстро запустили посетителей в зал; были подготовлены столики со стоячими и сидячими местами; мойки для бокалов хоть и с перебоями, но работали, в туалеты особых очередей не наблюдалось.

Посетителей было довольно много, так что к пивоварам нередко выстраивались небольшие очереди. Единственный минус для меня был (не по вине организаторов, а скорее из-за категории гостей) – поесть сидя удалось с большим трудом, хотя чуть ли не треть мест на скамейках со столиками были свободны; присесть нигде не давали, говорили занято! Хочется поворчать, что де «в наши времена, молодежь уважала старших, а сейчас только о своем удобстве и думает». Но в целом фестиваль прошел довольно хорошо и оставил больше положительных впечатлений.



КлинМайФест-2024

Автор: П. Егоров

От многих людей уже слышал, что «КлинМайФест» – лучший пивной фестиваль в России.

Пожалуй с этим можно согласиться. Проходит он в живописном уголке города Клин (Сестрорецкий парк), на свежем воздухе, всегда при отличной или в крайнем случае

хорошей погоде. Вот интересно, как организаторы (пивоварня «Глетчер» и администрация города) договариваются с небесами о такой погоде? Например, фестиваль пива в Домодедово стабильно проходит год от года под проливным дождем, ну а в Клину и в этом году светило солнце, и было комфортно, тепло, но не жарко. Добраться из Москвы до Клина можно за час на экспрессе. Обычные «Ласточки» идут около двух часов, зато по карте «Тройка» будет стоить совсем недорого.



Итак, в этом году, 18 мая в Клину прошел уже 5-й юбилейный фестиваль ремесленных пивоварен, а также выставка крафтовой культуры. Вход на фестиваль бесплатный, пиво можно брать за жетоны. За жетон обычно наливают целый бокал, и в этом году цена за жетон составила 200 р. Пробовать пиво дают бесплатно. Наливали в пластиковые стаканчики. Всего было 60 прилавков с пивом (пивоварен и сидроделен было чуть меньше, в районе 50). Представлены были самые разные регионы



России, были павильоны и с импортным пивом. Пивоварни в основном крафтовой стилистики (приезжают и признанные гранды крафта), но также были пивоварни больше ориентированные на обычное «живое нефiltroванное». На фестиваль приходят чуть ли не все жители Клина, да и гостей из Москвы хватает. В первой половине дня было еще свободно, но под вечер вся аллея с прилавками оказалась забита желающими попить пивка. Традиционно был довольно большой выбор закусок на самый разный вкус и кошелек, хотя цены в этом году низкими уже не назовешь. Предлагался плов, шашлыки и даже барашка на вертеле жарили. Много сладостей, потому что многие приходят с детьми, и им есть где развернуться. Туалетов, в принципе, хватало. На сцене всегда проводятся живые концерты, и в этом году приехал коллектив «Троль Гнёт Ель». Преимущество фестиваля на открытом воздухе в том, что легко можно найти место, где побыть в тишине. Для развлечения посетителей проводились различные конкурсы, а под вечер над парком традиционно пролетали воздушные шары.

Отмечу тенденцию к приготовлению пивных коктейлей. Так клинская пивоварня «Маяк» предлагала свое пшеничное со свежесжатым грейпфрутовым соком, а «ЛабЕЕринт» подавала свой имперский стаут вместе с мороженым. Заметил также, что пилснеры у многих производителей стали с легким диациетиллом в стиле чешского Pilsner Urquell. Конечно, перепробовал самые разные томаты, фруктовые сорта (любых цветов и оттенков – золотые, розовые, зеленоватые, но не забыл и про IPA. Не пропустил и пиво от «Глетчера», выдержанное в бочке специально к фестивалю. Это был абсолютно сухой вишневый кислый эль. У некоторых пивоварен можно было добыть и пивную атрибутику (этикетки, бирдекели, бокалы), а «Глетчер» предлагал и различную одежду со своей символикой. В общем, выбрать было из чего!



Горький Крафт-2024

Автор: П. Егоров

Фестиваль «Горький Крафт» проводился в Нижнем Новгороде уже в шестой раз. В этом году он прошел 29-30 июня с подзаголовком «Купеческий».

Начался он, на самом деле, на день раньше; было организовано «препати» для пивоваров и блогеров. Формат фестиваля в этом году изменили на безлимитный, цена билета поэтому выросла до 3600 р. за один день и до 6200 р. за два. Место проведения осталось прежним – фудхолл «Порт» (Красная слобода 6). Было представлено 57 пивоварен, сидроделен и медоварен, причем производители сидра выступали на отдельной площадке. Вместить одновременно все пивоварни, желающие принять участие в фестивале, не удалось, и они частично ротировались в эти два дня. Пивоварни представляли всю Россию, местных производителей было не так уж много. При входе всем выдавали фестивальную бокал из плотного белого пластика и связку баранок.

Организует фестиваль «Горьковская пивоварня» при поддержке Beer mug craft pub & shop и «Вкусвилл». Фудхолл «Порт» расположен на набережной Волги, недалеко от канатной дороги. В фудхолле размещаются несколько баров, кафе и ресторанов. Они работали во время проведения фестиваля, так что проблем с едой не было, к тому же имелись и павильоны компаний, представлявших различную пивную закуску. Цены были умеренными. Напитки же были представлены в неограниченном количестве. Имелся весьма большой выбор сидра. Практически все пивоварни выставили крафтовый сегмент, так что и пиво было самым разнообразным – от фруктовых смузи и IPA до имперских стаутов, хотя наибольшим спросом все равно пользовались лагеры.

Для тех, кто «чекинит» выпитое пиво в сети Untappd, сервис 2beer4.me привычно уже подготовил страницу со списком всех участников фестиваля и представленных ими сортов. По всему пространству были расставлены шатры со столами и скамейками, так что было где присесть. Шатры пригодились, чтобы укрываться от солнца, ведь температура к воскресенью поднялась до +30°. Кроме выступлений музыкальных групп среди публики ходили и играли скорморохи, и вообще много было персонажей, ряженных в старинную одежду. В пространстве фудхолла был организован лекторий, где выступали производители сидра и пива, рассказывая о своей продукции, а также читались лекции на пивную тему. В первый день фестиваля публики было очень много (все билеты на тот день были проданы), хотя к пивоварам очереди не выстраивались, но в туалеты они были. Второй день был намного спокойней; мне он напомнил второй день проведения московских обменных бирж коллекционеров, когда народ расслаблен и не спеша потребляет пиво или сидр под хорошую закусочку. Так что в целом фестиваль прошел просто отлично. Спасибо организаторам и пивоварам с сидроделами. Для коллекционеров, правда, особого раздолья не было, хотя можно было разжиться бирдекелями, да и другая пивная атрибутика в некотором количестве присутствовала.





Автор: Р. Акопян

«У нас в Дилижане, в кухне, открываешь простой кран – вода течет, второе место занимает в мире!»

Вряд ли герой Фрунзика Мкртчана из кинофильма «Мимино», когда говорил эту фразу другому герою в исполнении Вахтанга Кикабидзе, предполагал, что в этом курортном городе у подножия гор, покрытых лиственными лесами, будет построен пивоваренный завод. Горная вода, высококачественный солод и хмель, уникальные климатические условия, природа и конечно же слаженная работа руководства и коллектива завода только благоприятно отражаются на качестве производимого здесь янтарного напитка, который получил признание уже и на международных профильных выставках и поставляется на экспорт в Россию, Чехию, Польшу, США, Китай, Иран, Грузию.

Общеизвестно, что при производстве пива вода – один из основных видов сырья, является важной составной частью продукта. Известно также, что, есть традиция строить пивоварни в местах, где качество воды

соответствует определенным стандартам. Наверняка, это уже не столь актуально в наше время всемогущих фильтров обратного осмоса, которые сделают подходящую для варки пива воду почти из любой водопроводной, но тем не менее горная вода как сырье – это автоматически большой плюс. Городок Дилижан в Тавушской области Армении известен как горноклиматический и бальнеологический курорт еще с 20-х годов прошлого века. Климат здесь уникальный, высота над уровнем моря 1350 метров. В 1947 году здесь открыли завод минеральных вод, который начал разливать местную марку «Дилижан». И вот в 2016 году Акоп Акопян (на фото), президент главной армянской пивоваренной компании ЗАО «Ереванское пиво» известный в Армении также своей благотворительностью, основал ЗАО «Пивоваренный завод Дилижан». Завод начал производить продукцию с июля 2017 г. Кстати, интересное наблюдение для

коллекционеров: на некоторых этикетках год возникновения бренда указан как Since 2016, а на некоторых – Since 2017. Между прочим, причудливая эмблема изображенная на логотипе завода, а также на некоторых этикетках, это ни что иное, как стилизация поставленного в 1970 г. в Дилижане на холме памятника 50-летию установления советской власти в Армении. В пяти треугольных плитах архитекторы увековечили 5 десятилетий Советской Армении. По сути, этот памятник – символ Дилижана.



Варочное оборудование на завод поставлено словацкой компанией PSS. Мощность производства 20 000 гектолитров в год. Вода для варок, конечно, подготовлена, но все равно берется из горного ручья. Солод для производства используется российский, а хмель поставляется из Германии. Пиво разливается в стеклянные бутылки емкостью 0.25, 0.33, 0.45 л и в ПЭТ-бутылку 1 л, а также в 30-литровые кеги. Большая часть продукции разливается именно в бутылки. Ныне

действующая линия розлива пива от компании Krones. Монтируется линия от китайской New Crown для розлива минеральной воды. В июне этого года на заводе приступили к обкатке линии розлива пива в металлические банки 0.45 л. Учитывая, что у Dilijan Beer еще есть фирменные пивная кружка и бокал, то теперь на радость коллекционерам этот пивзавод снабжен всеми основными видами пивной атрибутики.







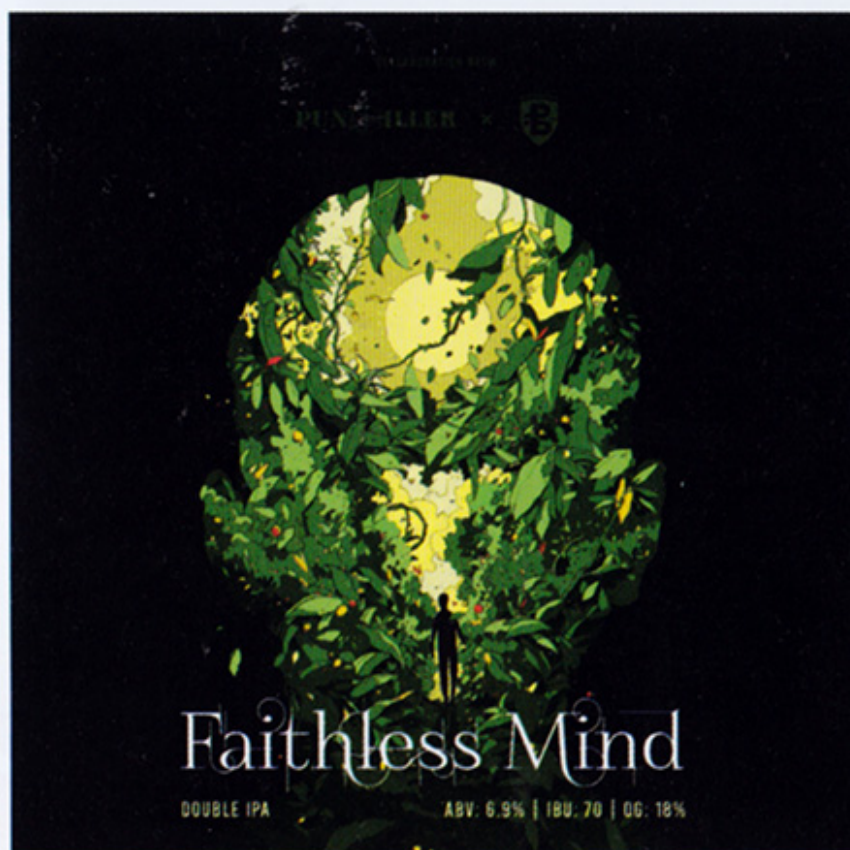
Punchiller

Автор: В. Шамов

Мы давно хотели рассказать вам об одной интересной контрактной пивоварне из Минска. Знакомьтесь: Punchiller и ее основатель Евгений Прокудин.

Как и у многих, история этой крафтовой пивоварни началась с домашних варок, которыми Евгений со своим коллегой увлеклись в 2018 году. Название пивоварни выбрали, скомпилировав варианты «панч» (это и дерзкая строка в рэп-батле и тактика ударки в боксе) и «чиллер» (охладитель). Понимаем, что вам прежде всего интересно узнать об атрибутике. Первые этикетки у Punchiller появились тогда же в 2018. Кстати, со слов Евгения, за свою пивоваренную практику Punchiller никогда не выпускала бирдекели. Это при том, что ребята делали и серьезный мерч – бокалы, футболки. Т.е., на сегодняшний день известны только один вид кронен-пробки и красочные этикетки-самоклейки, рисовать которые помогает Александр Боровой с помощью





искусственного интеллекта. Punchiller примечательна тем, что специализируется на так называемых «выморозках». Ими Евгений стал заниматься еще в период домашних варок. «Выморозка», это когда пиво замораживают до -15°C , предварительно убрав карбонизацию, и потом размораживают, отделяя жидкость от льда (это 1/3 от общего объема). При этом лишняя вода уходит, и пиву придается очень высокий процент алкоголя – до 24-25% на объем. Также в 2018 году открылся фирменный магазин Punchiller в районе ст. м. «Кунцевщина» в Минске. В последствии он переехал недалеко и сейчас находится по адресу ул. Притыцкого 83, работает ежедневно.

Первая варка уже на профессиональном оборудовании у ребят состоялась в коллаборации с минским BIERBANK в 2019 году. Тогда был сварен двойной IPA Faithless Mind – любимый пивной сорт Евгения. Одна история: когда у контрактной Punchiller было за плечами еще только 2-3 сорта, пивоварня уже попала на одну из верхних ступенек белорусского пивоваренного рейтинга. С 1 июня 2021 года Punchiller постоянно находится в топ 50 мирового рейтинга Untappd, на данный момент на 17 месте. С началом больших варок начались новые подвиги. Представьте себе произведенный

объем пива 850 л, который планируется выморозить. А теперь представьте домашний морозильник, в котором можно выморозить 10 л за двое суток. Так вот, чтобы выморозить всю варку, требуется не менее 5(!) месяцев.

Кроме BIERBANK «Панч» варился по контракту еще и на оборудовании минской пивоварни-ресторана «Арбат», а не так давно – на подмосковной Rising Moon. Еще варки были на Green Street, Rewort, «Столбцовский Бровар». Кстати, по словам Евгения, к оборудованию каждой из этих пивоварен приходилось принаровиться и из-за этого вносить корректировки в свою рецептуру.

Другой специализацией Punchiller являются томатки. За

специи отвечает Александр Старовойтов, шеф-повар с международным опытом работы, выполняя при варках функцию кулинара; им разработаны рецепты всех томаток «Панча». А еще Punchiller известна ставленными медами (это не ошибка, это так профи крафта говорят о мёде – именно мИд, на манер английского произношения). За них отвечает Сергей Соловьев – один из ведущих пчеловодов Беларуси, который три года (2020, 2021 и 2023) занимал со своим продуктом первое место по итогам слепой дегустации (проводится ежегодно под Минском) более чем 40 образцов от лучших медоваров республики.



Один раз в почти до конца выстоявшийся мед (а меды стоят от полгода) ребята добавили виноградный сок из местного «подминского» виноградника, а еще совершенно незапланированно и случайно – мороженную клубнику. Эту клубнику, конечно, выловили, но дело свое она успела сделать – напиток по вкусу стал похож на полусладкое розовое вино. В 2023 году Punchiller участвовала в пивном фестивале «Горький-крафт» в Нижнем Новгороде и даст бог, еще приедут.



Коникс

Автор: П. Егоров

Учитывая, что в следующей рубрике изложен отчет о поездке коллекционеров в Пензу, стоит рассказать об одной из знаковых российских пивоварен из Пензенской области.



Пивоварня «Коникс» (ООО «Пивоваренный завод «Коникс»») была запущена в 2002 году в Заречном, рядом с Пензой, и варила 11-12% светлые лагеры нескольких наименований. С приходом новых владельцев в 2008 году ассортимент пива стал расширяться в сторону интересных и оригинальных сортов, пивоварня одна из первых стала варить пиво для других марок (то, что мы сейчас называем контрактным пивоварением). У руководства встали Евгений Голяев, Алексей Матренин, Олег Татуев, пивоваром был Владимир Воробьев. В 2015 году для работы в крафтовом сегменте, появляется Kopix brewery (ООО «Коникс бревери»). Обычно, когда говорят о «Кониксе», имеют в виду именно Kopix brewery, но это только контрактная пивоварня, не имеющая собственных мощностей, и которая по большей части варится на «Кониксе», но также и на

«Визите» в Кузнецке, а ранее на Сердобском пивзаводе (они связаны между собой общими владельцами). В последнее время крупные партии варятся на Воронежском филиале «Балтики». Сейчас Kopix brewery на 75% принадлежит ООО «Хоппи Юнион», которая является подразделением «Карлсберга», и на 25% Олегу Татуеву. После покупки произошло переименование владельцев завода с ООО «Коникс» на ООО «Пиватом». Такое название компания получила из-за того, что градообразующее предприятие Заречного – федеральный научно-производственный центр «Старт» Росатома. Кстати, «Коникс» это аббревиатура из имени прежнего владельца Кононенко Николая Семеновича. Сейчас «Пиватом» варит пиво как под своим именем (в частности, ПЭТы с их пивом заводского розлива можно купить в сети «Ашан»), а также

по контракту на пивзаводе варится Konix brewery (основной заказчик), в последнее время – «Горьковская пивоварня», «Брю мус» (тоже принадлежащие «Хоппи Юнион») и ID Jons. Ввиду этого ассортимента выпускаемой продукции просто огромен!

Многие считают «Коникс» чуть ли не пивгигантом, но варочный порядок на пивоварне всего 2 тонны, однако мощности действительно значительные из-за грамотной организации производства. Уже впечатляет цех, где мелется солод: базовый приходит рассыпным, подача в дробилку осуществляется шнеком, дробилок две, одна из них еще с советских времен, четырехвальцовая. Сам варочный порядок 4-х посудный (заторник, фильтрчан, сусловарочный котел и вирпул.), довольно старый, отечественного производства. Ранее он обогревался электричеством, а сейчас паром. Операции затирания можно производить параллельно, и делать три варки в день сейчас обычное явление, а в сезон, когда нужны простые лагеры, делается и по 5 варок. Так что 10 тонн пива в день или 300 в месяц завод может выдать (и даже



больше, если работать круглосуточно). Конечно, нужны еще большие мощности для брожения сусла, и подвал на пивоварне весь заставлен самыми разными танками, от довольно древних до вполне современных – горизонтальными и вертикальными, цилиндрико-коническими. Для фильтрации сусла есть не только фильтр, но и сепаратор. Есть пастеризатор, для «сухого» охмеления используется хопган. Конечно, присутствует

CIP-мойка. Есть целое хозяйство по работе с углекислотой, которую привозят в цистернах и затем перекачивают в баллоны. Несколько линий розлива: автоматическая для розлива в бутылки, маленькая для розлива в банки, конечно, еще есть мощная линия для розлива в кеги. Также разливается пиво и в ПЭТы. Огромный склад сопутствующих материалов и готовой продукции. Есть отлично оборудованная лаборатория, специальная комната где хранят бутылки и банки выпущенного пива разных партий для контроля стойкости. В наличие домашняя пивоваренка с несколькими маленькими ЦКТ для экспериментальных варок.

ПИВНОЙ НАПИТОК «ВИЛДЖ ЛЯРИКС» НЕФИЛЬТРОВАННЫЙ, ОСВЕЩЕННЫЙ, ПАСТЕРИЗОВАННЫЙ.
 Состав: вода питьевая, солод ячменный светлый, солод пшеничный, хмель, солод темный, хмель, пивные дрожжи.

Алкоголь противопоказан детям и подросткам до 18 лет, беременным и кормящим женщинам, лицам с заболеваниями центральной нервной системы, почек, печени и других органов пищеварения. Содержание в продукции вредных для здоровья веществ не превышает допустимого уровня, установленного требованиями ТР ТС 021/2011 и НПА РФ. ГОСТ Р 55293-2012.

Хранить в затененном месте при температуре от +2°C до +20°C и относительной влажности воздуха не более 75%. Не подвергать хранению после вскрытия упаковки. Рекомендуется пить охлажденным. Допускается охладить, обсушенный, охлажденный, используемый сырьем. Перед употреблением перевернуть. Срок хранения.

В 100 г СОДЕРЖИТСЯ:	
Алкоголь	6,5 % об.
Экстрактивность начального сусла	14,0 %
Содержание этилового спирта в 100 мл	6,5 мл
Содержание этилового спирта в 500 мл	32,5 мл

Пищевая ценность:
 Углеводы 4,0 г

Энергетическая ценность 50 ккал (220 кДж)

Производитель: ООО «Коникс», Россия, 442900, Пензенская обл., г. Заречный, пр. Промышленности, стр. 48, тел/факс: +7 (8412) 40-22-99.

Сделано на заводе, лицензия и код контроля: ООО «Коникс Брэуери», Россия, 112035, г. Москва, ул. Саввинская, д. 54, стр. 2, партия 1, сев. 3, Тел.: +7 (495) 183-40-73.

Дата розлива:
 Годен до:

4-607 082 003 624

KONIXBREWERY.RU

Уоллис и Футуна

Пивоваренная география расширилась благодаря новой территории - островам Уоллис и Футуна в Тихом океане.



Оказывается, что об организации пивоварни мощностью розлива 25 000 бутылок в год на расположенных в южной части Тихого океана островах Уоллис и Футуна, относящихся к Заморскому сообществу Франции, было заявлено еще в 2019 году. При этом ее постройка в Лотоалахи, в южной оконечности о-ва Уоллис, началась только ближе к концу 2020. Некоторое оборудование (бутылки, машину для розлива и этикетирования, 6 бродильных танков, 2 форфаса, холодильную установку) завезли еще через год. Вот так, ни шатко ни валко первые готовые сорта в бутылках появились лишь в конце января текущего года. Этикетки – самоклейки, бутылки 0.33 л, пробки, весьма вероятно, без рисунка. Обратите внимание, один из сортов – двойной эль экстра «1966», посвящен национальной команде по рэгби. 1 декабря 1966 года у нее состоялся первый международный матч, в котором Уоллис и Футуна потерпели поражение со счетом 5:54 от команды Папуа-Новой Гвинеи.

Автор: В. Полежаев

19-20 апреля этого года наш клуб при поддержке пензенского филиала АО МПБК «Очаково» и ООО «Пиватом» организовал выезд коллекционеров в город Пензу.

Естественно, знакомство с местными пивоварами началось с экскурсии на пензенский филиал «Очаково» (ул. Центральная 1А). Пензенский завод – это второй региональный завод «Очаково» (первый был построен в Краснодаре), начал работать в 2003 году. Большая территория включает в себя не только пивоваренные цеха, но и комплекс приема и обработки солода, и даже цех по сбору и очистке углекислого газа, который в дальнейшем используют при

производстве напитков. Главный технолог завода Вячеслав Юрьев провел обстоятельную экскурсию по всем участкам завода, рассказал о его истории и текущей работе. На дегустации было представлено свежеразлитое пиво, в том числе и новый сорт «Жигулевское особое» (НПС 9%). Кроме пива участников экскурсии так же порадовали наборы этикеток и пробок от продукции «Очаково». Интересно, что в магазине при заводе большая часть товара

представлена продукцией краснодарского филиала. Вот такая странная конкуренция в рамках одного производителя.

Дальше дорога вела коллекционеров на другой конец города, где в микрорайоне Шуист работает пивоварня «Норма» (ул. Дружбы 27). В крошечном баре при пивоварне нас встретил Артем

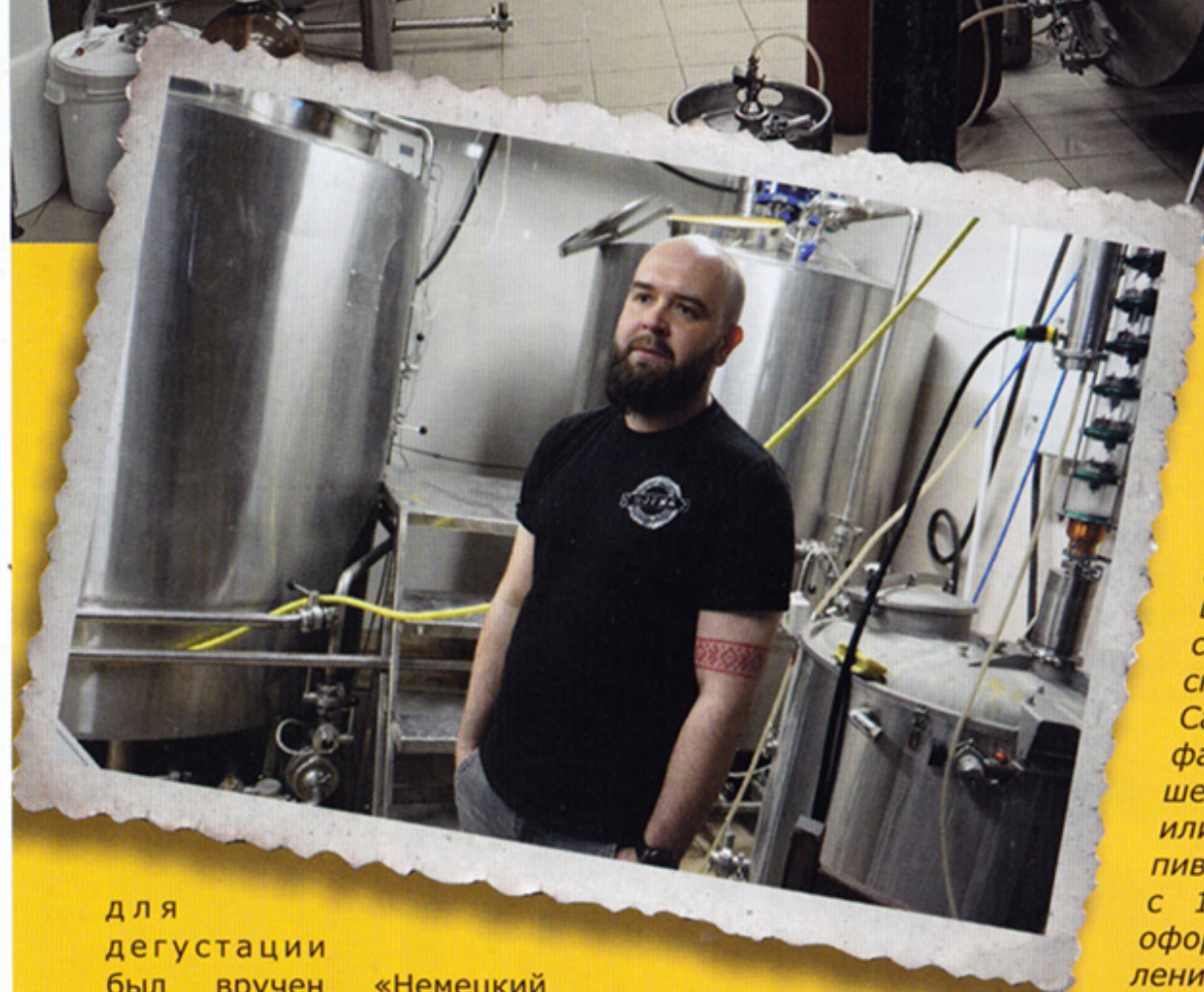
Прокопьев – генеральный директор, а также пивовар, музыкант, большой любитель пива и знаток пензенских пабов. Помещение пивоварни такое маленькое, что команду ККПА (20 человек) пришлось разделить на две части для проведения экскурсии. На столь маленьких площадях Артем

ухитряется варить и классические сорта (лагер, пилснер, стаут), и крафтовые (АРА, бланш), и экспериментировать с такими направлениями, как апельсиновый портер и томатный эликсир.

Участникам экскурсии







для дегустации был вручен «Немецкий пилс» свежего розлива. Оригинальные этикетки и раритетная пробка так же очень порадовали коллекционеров.

На следующий день коллекционеров ждали на пивзаводе «Самко» (ул. Либерсона 35) – самом известном пензенском пивоваренном предприятии. Его большая вывеска на крыше в центре города видна издалека, а современные цеха соседствуют с историческими зданиями. История «Самко» как пивзавода началась, как это не удивительно, в тяжелейшем 1943 году (Небольшой экскурс

по истории завода: изначально на ул. Либерсона, или как она называлась в старину, ул. Козье болото, в районе нынешнего пивзавода располагались склады Жигулевского комбината из Самары. Пиво здесь фасовали по меньшей таре и развозили по пензенским пивным. При этом уже с 1940 года склады оформили постановлением исполкома как именно завод – Пензенский безалкоголь-

ный завод № 2. С августа 1941 г. пиво из Самары уже не привозили, и завод стал делать хлебный квас, а в 1943 году был запущен цех варки собственного пива – ред.). В 90-е годы производство не поггло, а наоборот, стало одним из первых в стране варить свои оригинальные сорта, осваивать новую тару и новые виды продукции. Сейчас при входе на территорию первое, что поражает – большой автопарк в фирменной ливрее завода. Не каждый пивгигант может похвастать-

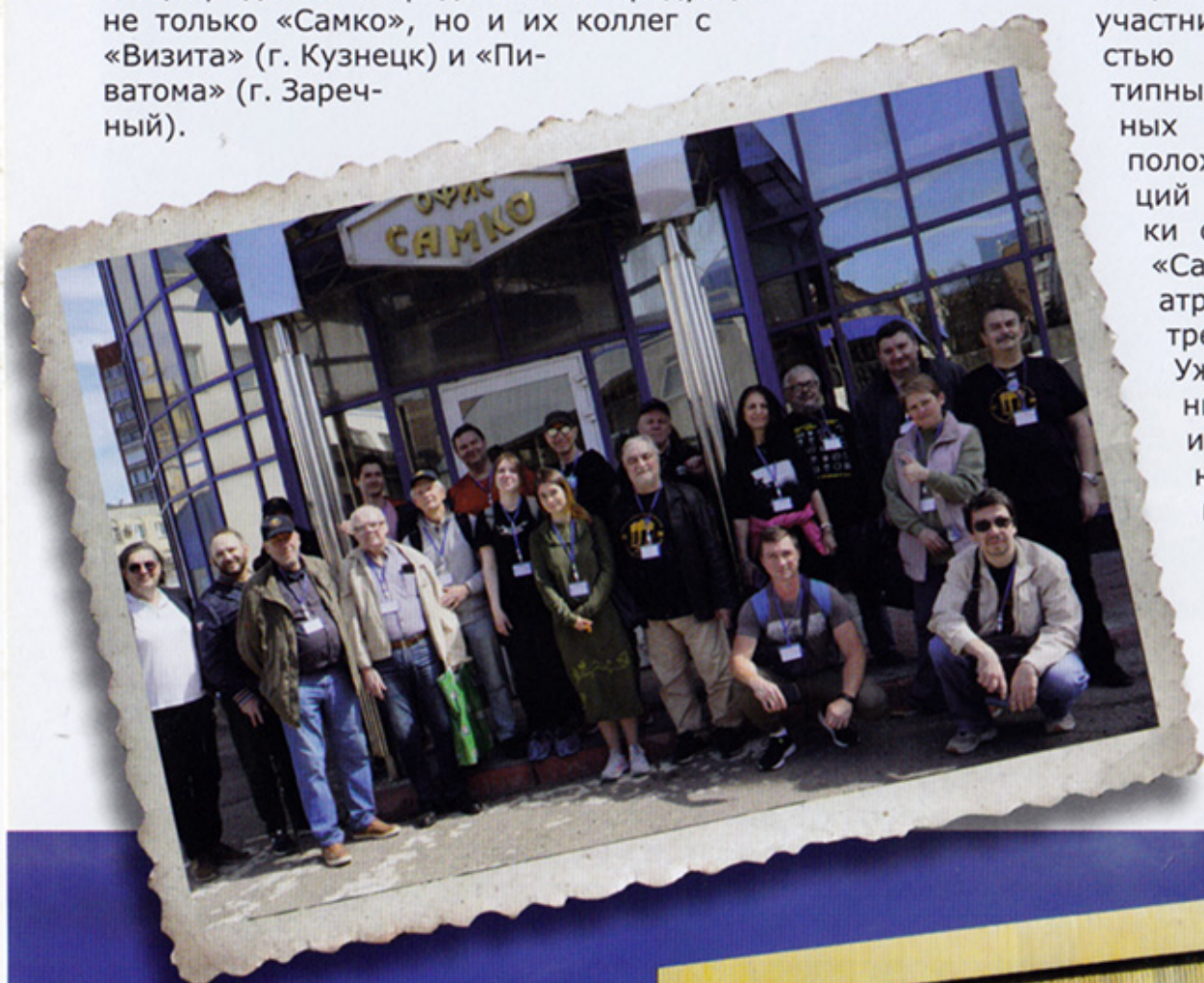


ся таким гаражом. Экскурсия начинается по истории пивоварения в Пензе, как на с музея, где в экспозиции представлена история Пензенского края, исторические и пивные раритеты, исторические миниатюры. Пензенский краевед и историк Валерий Сафронов провел интересную лекцию по истории пивоварения в Пензе, как на протяжении десятилетий переплетались пивоварение и повседневная жизнь города. И конечно, состоялась традиционная экскурсия по цехам, которую провел начальник производства Алексей Мельников.



В завершение всех участников ждала дегустация, где была представлена продукция не только «Самко», но и их коллег с «Визита» (г. Кузнецк) и «Пиватома» (г. Заречный).

Такая составная дегустация порадовала всех участников возможностью сравнить однотипные сорта различных заводов. Массу положительных эмоций вызвали подарки с сувенирами от «Самко» и наборами атрибутики от всех трех пивоварен. Уже после прощания с гостеприимными сотрудниками «Самко» можно было купить еще пиво и пополнить свои коллекции мерча в фирменном магазине у проходной.





Ермак, Колчак, дядюшка Фуго и другие «иркутяне»

Автор: В. Полежаев

В первой декаде мая представители ККПА посетили Иркутск – середину земли, как говорят иркутяне, ведь от него одинаково далеко до северных и южных океанов, до западных и восточных столиц.

Про пивную поездку в этот край уже был репортаж в КОЛПИВАТРе № 2 (69) за 2016 год, тем интереснее было сравнить, как развивалось пивоварение за прошедшие 8 лет. Как обычно, был составлен список на основании данных с сайта allbrewery.ru, и первым номером в нем стоял **ПК «СИБАТОМ»** (ул. Октябрьской революции 1). Увы, бывший при нем ресторан «Старый Мюнхен» переименован в Harat's pub с упором на ирландские мотивы, и про «СибАтом»

в нем ничего не знают. В соседних помещениях никакого производства обнаружить не удалось, и только звонок по имевшемуся номеру телефона внес ясность: «Да, когда-то варили пиво, но уже несколько лет как пивное направление в компании закрыто». Вот так! Ну что ж, отправимся в сторону автовокзала, где, пропетляв мимо одноэтажных деревянных домов, помнящих еще Колчака и чехословаков, выйдем к **ООО «Пльзеньская пивоварня»**



(ул. Красногвардейская 29). Ее красивый некогда бар виден издалека, вот только в приближении навеивает нехорошие предчувствия своим заброшенным видом. Заглянув внутрь, видим только разруху. Да, здесь пива точно не нальют. К счастью, сама пивоварня находится за углом, мимо стены расписанной историей «Пльзеньской» и картинками на пивные темы. На пивоварню можно попасть нажав кнопку звонка и это не для экскурсий, внутри разливают и продают на вынос пиво в ПЭТах. И хотя пивоварня отметила в прошлом году 30-летний юбилей, и даже есть добротный буклет на эту тему, атрибутики так никакой и не имеется. Руководитель предприятия Татьяна Авдеева рассказала, что производство работает, бар,

примыкающий к пивоварне, стоит в очереди на ремонт, а вот по атрибутике планов никаких нет. Упомянула и отмеченный на визитке завода фирменный ресторан на улице Седова. Да, есть такое место в нашем списке. Значит отправляемся на другой конец Иркутска, где за скульптурой Бабра начинается пешеходная улица с ресторанами, кафе и магазинами. Здесь и расположен **ресторан-пивоварня «Хмельное подворье»** (ул. Седова 10/1), дверь которого скрыта под объявлением: «...с 11 марта по 30 апреля мы закрыты на ремонт». Но ведь уже май, а значит... Однако центральная дверь закрыта. Заглянув в боковую, видим что ремонт в самом разгаре и завершится еще весьма нескоро. Остается только пойти по магазинам.



А в магазинах Иркутска выбор весьма интересный. Много китайского пива: банки и бутылки самого разного объема и формы. Приятный сюрприз – монгольское пиво, так же и бутылочное, и баночное. Продукция от пивгигантов представлена различным «Жигулевским» и локальными брендами, свареными на заводах Омска, Хабаровска, Владивостока и самого Иркутска. Из местного – новинки от братского «Гелиоса» и, ба!, знакомые этикетки – «Адмирал Колчак». Да, дизайн почти тот же, что и 20 лет назад, но вот производитель совсем другой. Большой советский пивзавод, варивший «адмирала» в 90-е и известный под названием «ИркутскПищеПром», ныне входит в «Объединенные пивоварни» и к Колчаку никакого отношения не имеет. Теперь пиво под этим брендом варит **ООО «Адмирал Колчак»** (ул. Ракитная 14). Интересно, что

на некоторых этикетках адрес указан как «тер. Мельниково, стр. 25», но это одно и то же. Расположенный в большой промзоне на другом берегу Ангары, завод помимо «адмиральской» линейки делает бренд «Иркутская история», где на этикетках разных сортов размещены старинные фото городских зданий, а на контрэтикетках – их история. Варят и другие сорта: крепкий «Ермак», «Чешка», делают квас и разливают газировку. Розлив идет и в «стекло», и в ПЭТы. Полноценно пообщаться не получилось, но начальник отдела маркетинга заверил, что завод активно работает и нацелен на дальнейшее расширение номенклатуры продукции. Вернемся в центр города, где работает пивоварня **Ir_Beer** (ООО «Ирбир», ул. Софьи Перовской 29/1). За скромной железной дверью бушует дух свободы и творчества. Здесь портрет Боба Марли соседствует с Гомером Симпсоном, стены разрисованы граффити и обводами ладоней почетных гостей. И в центре – главный девиз владельца и пивовара Евгения Каткова: «Не позволяй сомнениям помешать твоей мечте!».

«Когда я начинал, – вспоминает Евгений, – крафта в Иркутске не было. Люди просто не понимали, почему у пива такой необычный вкус. Сейчас наши сорта идут нарасхват, и мы постоянно думаем, чем еще удивить наших поклонников».

«Иркутянин», АРА, «Аристократ» – на фоне этих типовых вкусов еще большее впечатление производит «обжигающая» «Аджика». Евгений считает, что крафт должен быть стопроцентно крафтовым, и аджику для этого сорта готовит полностью сам, лично. А среди фруктовых сортов, помимо привычных уже вишни, малины,



черники, есть и дыня, и арбуз, и «Мексиканец» с лаймом, и даже «Свежий огурец». Основная часть продукции разливается в кеги для баров, но есть и периодический розлив в «стекло», с этикетками авторского дизайна.

На другом берегу Ангары стоит меньшая часть Иркутска, но железнодорожный вокзал находится именно там. Почти напротив него, на территории торгово-ресторанного комплекса «Сытый дворик» продолжает работу пивоварня **ООО «Джимикар»** (ул. Терешковой 2). Вот только паровоз ушел с этикеток. Теперь все пиво варится под брендом «Дядюшка Фуго» с драконом и аля-китайским шрифтом на этикетках.





В продаже светлое, темное и ржаное, разлитое в литровые ПЭТы с отличающимися цветом этикетками. У вокзала можно сесть в автобус № 80, маршрут которого петляет по всему городу и уходит к аэропорту. На этом пути у нас есть два адреса. Первым должен быть ресторан **Hans** со своей пивоварней (ул. Советская 176 Б). Увы, теперь на его месте ресторан «Рок Бар», от пивоварни нет и следа, а этикетки на стенах сменили портреты рок-музыкантов. Пройдем три остановки вперед мимо памятника Миг-29 (Иркутск – город авиастроителей). Здесь, на территории бывшего завода должна быть пивоварня «**Моцарт**» (ул. Ширямова 2). И первое, что видим при входе на территорию – сиротливо стоящие на улице бродильные танки с торчащими обрезками труб. Да, скверная примета. Разгружающие рядом машину люди подтверждают: был когда-то пивзавод, а теперь тут склад канцтоваров.



Но если где-то убудет, значит где-то и прибудет. Гуляя по центру города, вдруг видим на крыше старинного здания вывеску «**Пивоварня Шустов**» (ул. Дзержинского 34). В нашем списке такой нет. Заходим и понимаем, что поторопились с визитом: в помещении кипит работа, ведется монтаж оборудования, и лично руководит работами, с гаечным ключом в руке и чертежами

на столе, Евгения Шустова – владелец и руководитель пивоварни. «Да, сейчас еще рано, – улыбается она, – эта наша пивоварня еще только монтируется. А пиво сейчас варится на первой площадке в районе Новоленинский, заходите, гостям всегда рады!». Воспользуемся любезным приглашением и отправимся за город, т.к. Ново-Ленино – весьма отдален-





ный район Иркутска. Здесь, в огромном ТЦ «Смайл молл» (ул. Баумана 233 Б) «Шустов» занимает отдельное помещение со своим входом с улицы. Внутри стойка розлива, танки дображивания, в глубине – варочный порядок. Пивовар Денис Гордиенко (фото на предыдущей странице) – молодой, но очень грамотный специалист, прекрасно разбирающийся в деле, рассказал про работу пивоварни. Помимо фирменного «Шустов № 1» варится «Темное», «Пшеничное»,

«Вишневое», «Немецкое» и даже «Жигулевское»! Основной розлив производится в ПЭТы, но есть и небольшие партии в «стекле» с этикеткой текстового дизайна. Еще одним пунктом для посещения была намечена пивоварня **Rifestal** (ул. Баррикад 51/5). Бывшая территория какого-то завода, превращенная в молодежно-развлекательное пространство с расписанными стенами и различными кафе и студиями, выглядит круто, но пивоварня не вписалась в эту концепцию арт-пространства, и сейчас про нее новые арендаторы строения под номером 5 (на нижнем фото) даже и не знают.



Как ни странно, в список пивзаводов попали и пара пивных ресторанов. **BierHaus** (ул. Грязнова 1), вход с улицы К. Маркса, – обычный ресторан, не то что своей пивоварни, но даже своего фирменного пива здесь нет. Из интересного только пулемет Максима на входе. Бар-ресторан «**Тру-бар38**» (ул. Чкалова 33) вообще сменил название и профиль, и теперь это обычный банкетный зал.

Завершая обзор нашего путешествия, можно уверенно сказать: пивоварение в Иркутске активно развивается и будет и впредь радовать иркутян и гостей города своей продукцией.

Тунис в Рамадан

Автор: В. Шамов



Всего лишь несколько дней, проведенные весной 2024 в столице государства Туниса и окрестностях, выпали на Рамадан, когда продажа любых алкогольных напитков в магазинах по всей стране запрещена.

На этот период закрывается даже единственная оставшаяся тунисская минипивоварня-ресторан в курортной зоне – Golfbrau в Порт-эль-Кантауи. Еще два миника – Brauhaus Yasmine в Южном Хаммамете и Le Berbère в Хаммамете Северном, закрыты лет 5 назад и теперь уже навсегда, собственно, как и великое множество других заведений по стране (ресторанов, гостиниц, магазинов), что наводит тоску на туристов. Кстати, пока еще оставшийся миник в Рамадан закрывается наглухо: все двери и калитки на засовы, персонал в отгулы, телефоны не брать, паблики не обновлять.

Спасением от «пивной засухи» в Рамадан в Тунисе остаются только бары крупных отелей. Пиво там, естественно, Celtia, один только сорт, чаще всего в бутылке, которая 0.33 л и оборотная, с рисунком на стекле вместо этикетки и ностальгической золотистой фольгой поверх «лысой» пробки. В южном Хаммамете одна такая бутылочка обошлась в 7 тунисских динаров, что примерно было равно 210 рублям. И чем ближе





Celtia **سلتيا**
BIÈRE DE LUXE **جعة ممتازة**
خاص بالأجهزة الموزعة
مكونات : ماء - شحير - حشائش
محتوى: 30 لتر
يحبذ الاستهلاك قبل:
يخلط في مكان نظيف وجاف
معاً من طرف الشركة العامة للمشروبات والصناعات الغذائية وم.م. بن هروس (2013)
لحساب شركة صنع المشروبات بتونس م.م. صاحب العلامة
Mis en fût par la SGBA (21, Ben Arous 2013) pour le compte de
la SFBT fabricant de la bière et propriétaire de la marque.
Tél: 71 189 200 الهاتف:

Celtia **سلتيا**
BIÈRE DE LUXE **جعة ممتازة**
خاص بالأجهزة الموزعة
مكونات : ماء - شحير - حشائش
محتوى: 50 لتر
يحبذ الاستهلاك قبل:
يخلط في مكان نظيف وجاف
معاً من طرف الشركة العامة للمشروبات والصناعات الغذائية وم.م. بن هروس (2013)
لحساب شركة صنع المشروبات بتونس م.م. صاحب العلامة
Mis en fût par la SGBA (21, Ben Arous 2013) pour le compte de
la SFBT fabricant de la bière et propriétaire de la marque.
Tél: 71 189 200 الهاتف:

к столице – городу Тунис, тем цены выше и выше. Например, в баре гостиницы Mövenpick в Сусе за кружку 0.33 л разлитого попросили 10 динаров (300 руб.), а в Novotel в Тунисе – уже 15 динаров (450 руб.)

Ну, а что же крупные пивзаводы в Рамадан? Их в Тунисе, как известно, два – SFBT в столице и Sonobra в Громбалии. Они работают, не прекращают выдавать продукцию. Celestia (безалкогольный вариант Celtia со всякими ароматами) и Heineken 0 присутствуют в магазинах без проблем, а алкогольное пиво идет пока на склады до окончания поста. Магазиновая фасовка масс-ролива у SFBT сейчас почти вся 0.25 л; это и банки такие, и бутылки. Этикетки трехпозиционные. SFBT выпускает только бренды Celtia (эта марка появилась еще в 1951 году) и Beck's. Lowenbräu больше не варят. Кстати, кеговый розлив у SFBT находится на другой территории, в пригороде Туниса в одном из цехов на пивзаводе Coca-Cola. У Sonobra дела посерьезнее: во-первых, к уже производившимся Heineken и Amstel добавились локальные марки – Elbeya (с конца 2023) года и Sahara Gold (с мая 2024), а во-вторых, тут и объемы разнообразнее – 0.25, 0.33, 0.5 л (последний только для банок).

Ну, а что касается посещения пивзаводов с целью добыть в коллекцию атрибутику, то тут в Тунисе, если конечно у вас нет знакомств среди персонала, надо запастись большим-пребольшим терпением. Сразу плохо, если вы не франкофон, рядовые тунисцы ох как слабы в английском. Дальше веселее: задача недалекого охранника на проходной отправить вас подальше с вашими глупыми (по его представлению) просьбами. «Что вам надо? этикетки, маркетинг? он находится на выселках». Вы едете на выселки, а там оказывается, что выселки не те. Тогда с помощью подвернувшейся конторы фирмы экспресс-доставки узнаете где находятся те, едете туда, пробиваетесь к шефу, вам выделяют только 10 минут его (или ее) наценнейшего времени, вы выпаливаете всю суть визита на одном дыхании, а в ответ вам говорят: «извините, но я отвечаю за маркетинг бутилированной воды, а пивной маркетолог сидит там же, на пивзаводе, вот контакты менеджера». Мухой обратно на пивзавод, прищучить этого

охранника! Ага! А вот теперь вынь да положь мне господина такого-то с номером телефона вот таким-то. В итоге все заканчивается хорошо – вот тебе этикетки, пробки и декали. Как говорится, сильвупле! Но тут, конечно, многое зависит еще от корпоративного настроения на пивзаводе. Например менеджеры Sonobra, взращенные, похоже, антисоциальным корпоративным уставом Heineken, хоть по своим задачам и отвечают за имидж пивных брендов компании, тем не менее абсолютно противонаправлены (другого слова и не подберешь) пивным коллекционерам, и тратить на них время даже не стоит, нужно искать других людей на пивзаводе. Мне этого не удалось, поэтому в иллюстрациях нет никаких Elbeya или Sahara Gold.



Зачем и когда появилась в России пивная этикетка

Авторы: С. Аникин, Д. Фатюхин

Вначале, когда пиво производили ремесленные пивоварни, не было особой необходимости (да и возможности) маркировать продукцию.

Пиво производилось под конкретного заказчика и отпускалось оптовыми партиями – варями, объемом примерно в 80 ведер. Заказчик знал, у кого и что он покупает. Когда появились пивоваренные заводы, их бизнес-модель была другой. Производство было в основном ориентировано на анонимного покупателя (хотя варка по заказу продолжала действовать как исключение). Такое отделение производителя от покупателя привело к тому, что понадобилось маркировать продукцию, что бы покупатель мог знать, что он покупает и чьего производства. В первую очередь это касалось пива в бутылках, поскольку эта продукция была максимально удалена от производителя. Мы ничего не знаем о маркировке бочек, поэтому дальше будем говорить о бутылочной продукции и ограничимся центральной Россией, поскольку в Польше и Прибалтике были свои традиции, но информацией о том, что там происходило, мы не располагаем.

Бутылочный розлив в России появился, видимо, в середине 18 века. Бутылка была недешевым изделием, и пивовары для повышения привлекательности продукта использовали ее как возвратную тару. На этом этапе возникла проблема – как определить «свою» бутылку? Тем более что стандарта на бутылки не было, и пивные бутылки выпускались произвольного объема. Единственным решением стало использование фирменных бутылок. Для маркировки бутылок использова-



лось клеймо, имитирующее сургучную печать. Это связано с тем, что, видимо, на предыдущем этапе бутылки метились именно сургучной печатью, хотя ничего подобного до нашего времени не дошло. Позднее производители пива стали заказывать бутылки с различными идентифицирующими надписями, наносимыми в процессе производства.



К концу XVII века некоторые пивовары начали производить по несколько сортов пива. Теперь возникла необходимость каким-то образом обозначить содержимое бутылки. Возможностей было немного – непосредственно бутылка, сургуч, которым заливали пробку, или сама пробка. Самым наглядным способом было использование бутылок разной формы для разной продукции. В это время за рубежом уже использовались этикетки. Например, шампанское «Мозт» (в бутылке с этикеткой) было весьма популярно в России, так что возможность этикетирования бутылок была известна у нас по импортированной продукции.

Уже в 1816 г. типография Московского университета предлагает услуги печати «ерлыков» на «банки и бутылки»: «За ерлыки на штофы и полуштофы одного содержания за 1000 по 5 руб., а ежели разных сортов за 100 ерлыков, по 1 р., на собственной бумаге». Очевидно, что «ерлыком» назывался напечатанный на бумаге идентификатор товара, т.е. этикетка. Кроме того, в начале 1820-х гг. стала появляться контрафактная продукция. Продукцию известных предприятий подделывали, и в качестве защиты заводчики стали использовать «ерлыки». Эта мера помогала частично. В 1820 г. Санкт-Петербургский виноторговец Филипп Ланг предупреждает покупателей о том, что ерлыки с его именем могут быть ложными.

В то же время появляются сведения об использовании ерлыков и в пивоваренной отрасли. В 1823 г. в Санкт-Петербургских ведомостях опубликовано объявление: «Почтенная публика сим извещается, что в прибавление существующих уже портерных лавок купца Казалета, как то: в домах: Княгини Лобановой-Ростовской на Исакиевской площади, Михайлова, в малой Морской, Ланскова на Вознесенской улице, Прена на В.О. в первой линии,

открыта еще новая портерная лавка у Симеоновского моста, близ Михайловского замка, в доме графа Камаровского, и что в сих только 5-ти лавках публика может быть уверена в получении двойного и одинокого пива и портера лучшего достоинства по установленной цене. Также покорно просят почтенную публику замечать печать на бутылках, ибо во многих других лавочках подделывают настоящую печать и ерлыки». Хотя, возможно, в приведенной цитате речь идет и не об этикетках как таковых, а о сопроводительной документации, подтверждающей легальность произведенной продукции. В качестве примера идентификаторов пивоваренной продукции приведем описание бутылок завода Даниельсона и Крона в Москве 1828 г.: «Портер, полупортер, пиво No 1-го и полпиво No 2-го в бутылках граненых с нашею печатью; полпиво No 3-го в бутылках на манер Английских, полпиво No 4-го в бутылках на манер граненых и мед в бутылках на манер шампанских». Кроме того, для разных продуктов использовался сургуч разного цвета и выжигаемая на пробке минимальная информация.

Первое упоминание этикеток в руководящих документах мы находим в Указе Николая I от 21 июня 1834 года: «§ 47. Отпускаемые с вышеозначенными питьями штофы,



полуштофы, четверти и осьмушки штофов, бутылки и полубутылки, должны быть за печатью Питейной Конторы; а сверх того наклеивается на них печатный билет с надписью, означающего качество напитка и цену с посудой и без посуды. Не запрещается однако купить питей в приносную посуду всякой меры на вынос. Бутылки с пивом и медом из питейных домов на вынос продаваемы могут быть без билетов и печати. Четвертки и осьмушки штофов со всеми питьями предоставляется содержателям на волю продавать и не наклеивая на них печатных билетов, но с тем, чтобы на них приложены были печати Питейной Конторы, с означением качества и цены напитка».

Этот указ не вводил обязательного этикетирования пивных бутылок, но вполне мог разбудить фантазию пивоваренных промышленников.

В 1840 г. Петр Казалет опубликовал в Приложении к Санкт-Петербургским ведомостям № 202 объявление, в котором упоминаются этикетки с дополнительной информацией (фирма и цена):

«О продаже пива из лавок завода Петра Казалета и комп.

Так, как ныне существуют два завода имени



Английскій Пивоваренный завод

Дм

приготовления Даниельсонъ

Въ Москвѣ

Казалета, то дабы удобнее можно было различать пива при покупке, по желанию покупателей (получающих часто пиво одного завода за другое) будут впредь все пива отпускаемы из наших

лавок с отличною наклейкою ярлыков на бутылках, с означением фирмы и цены. Сии ярлыки как и сургуч, коим пробки запечатываются, будут цвету палеваго». В одной из газет того времени приведено описание такой этикетки – этикетка с надписью Alexander Gazelet's Ale и Государственным гербом (Александр Казалет – брат Петра Казалета; оба они сыновья Ноя Казалета, одного из зачинателей промышленного пивоварения в Санкт-Петербурге – ред.). Ну, а что до сохранившихся до наших дней артефактов, то известны две самые ранние



этикетки. Одна из них завода братьев Даниельсон, который прекратил существование под таким названием в 1844 г. А вот вторая – завода Даниельсона, работавшего под таким названием в 1830-1840 гг. и в 1852 г.

(этикетка известна в плачевном состоянии, здесь приведено ее реконструированное изображение – ред.). По стилю она относится, скорее всего, к первому периоду.

Таким образом, можно предположить, что наряду с используемыми этикетками (или прообразом этикеток – ярлыками) алкогольной продукции, пивные этикетки появились в центральной России в начале 1820-х годов, а к 1840-м годам уже достаточно широко применялись на крупных пивоваренных предприятиях.



Алтай: Барнаул и Бийск

Автор: С. Родыгин

Продолжим знакомство с этикетками из старинного альбома неизвестного коллекционера. Сегодня представляем вам экземпляры из Барнаула и Бийска.

До недавнего времени кроме керамического кувшина пивоваренного завода торгового дома Братья Ворсины и бутылки пивоваренного завода П.И. Паньшина в Барнауле другой пивной атрибутики дореволюционного периода из тех мест не было известно. Да и в целом информация о пивоварении на Алтае времен Российской Империи скудна и противоречива.

Первая этикетка от Пильзенского пива завода Андроновского в Барнауле. Довольно невзрачная на вид, без указания типографии, она тем не менее представляет собой уникальный артефакт пивоварения в дореволюционном Барнауле. Кем же был Андроновский Ипполит Игнатьевич? Родился он в 1841

г. в родовом имении Андронovo Кобринского уезда и происходил из потомственных дворян Гродненской губернии. За участие в польском восстании в отряде Траугута в 1864 г. был выслан в Томскую губернию и определен на жительство в г. Бийск. В прошении на имя

томского губернатора в августе 1867 г. просил о выдаче ему пособия «по бедности существования». Проживал он в это время в г. Бийске, «от роду был 30 лет». В результате ходатайства было решено выделить ему пособие на пропитание в размере 7 копеек в сутки. Сначала служил писцом в местном суде. С выпровождением ссыльных поляков с территории

Алтайского горного округа переехал под Томск и при содействии ссыльного Дембицкого получил место кассира на Иннокентьевском винокуренном заводе купца Исаева. В 1875 г. женился на Екатерине Чердынцевой, дочери своего бывшего начальника. После того как купец Исаев стал проявлять свой интерес к добыче золота в Восточной Сибири и переводить свои капиталы в эту сферу деятельности, Андроновский с одобрения купца и его поддержки завел собственное дело, приобретя винокурню у ссыльного Франтишка Хородки под Томском. В последующем Андроновский стал известным томским и барнаульским предпринимателем и виноторговцем.

Занимался винокурением и пивоваренным производством, торговал по свидетельству купца второй гильдии. В Томске владел винным заводом «София», основанным в 1885 г. и располагавшимся по ул. Ереневской 24. В Барнауле Андроновский владел пивоваренным заводом (основанным до 1890 г.

ссыльным поляком Яном Краcimовичем), двумя оптовыми складами пива и вина, 10 пивными лавками. Среди торговых заведений владел также трактиром в здании, которое по сей день сохранилось. В 1892 г. оборот с его предприятий в г. Барнауле составлял 36.1 тыс. руб. Он владел также недвижимостью в Томске, Барнауле, Кузнецке.





В конце XIX в. Андроновский решил расширить сферу своей предпринимательской деятельности, и в 1894 г. он получил разрешение от Управления Томского горного округа на разведку и дальнейшую разработку каменного угля по берегам рек Мараловый Китат и Алчедат, организовав совместно с чиновником Средне-Сибирской железной дороги Зелинским Лебединское товарищество по добыче угля. В последствии это товарищество было ликвидировано ввиду недостатка капитала. Помимо предпринимательства Андроновский активно занимался общественной деятельностью: в 1902–1905 гг. был гласным Барнаульской городской думы, состоял членом строительного комитета по строительству костела в г. Барнауле. Получив право возвращения на родину еще в начале 1880-х гг., он вместе с детьми выезжал в Польшу. В последний раз Андроновский побывал на родине в родном имении в 1904 г. В Варшаве, почувствовав себя плохо, попросил сына увезти его в Сибирь. Умер он 17 августа 1905 г. в г. Барнауле от лейкемии и был похоронен на Барнаульском кладбище. Однако впоследствии его тело, согласно завещанию, было перевезено на родину и захоронено на кладбище г. Кобрин. Незадолго до смерти, а именно 16 марта 1905 г. Андроновский, его сыновья Максимилиан и Ипполит, попечитель над ними и опекун над малолетними сыновьями И.И. Андроновского Витольдом и Адамом дворянин

Иван Платонов учредили торговый дом «И.И. Андроновский и Сыновья». И.И. Андроновский в торговый дом вложил: пивоваренный завод в Барнауле, Томский винокуренный под № 4 завод, недвижимое имение в Барнауле (дома, земельные участки), участие в Ивановском стекольном заводе и в Товариществе Лебединских угольных копей. Капитал торгового дома оценивался в 30 тыс. руб., а его открытие состоялось 1 июля 1905 г. Ипполит Андроновский являлся членом-распорядителем торгового дома, старший из сыновей Максимилиан Андроновский – помощником распорядителя, а остальные участники договора становились действительными членами торгового дома. По договору после смерти И.И. Андроновского весь его пай переходил во владение супруги Екатерины Андроновской. Правнук Максимилиана Андроновского Адам, приехавший в Барнаул из Канады в 2017 г., сообщил, что Андроновские после революции выехали в Польшу. Такая вот история у этой этикетки.

И напоследок немного про упомянутое выше здание в Барнауле, где был трактир Андроновского. Оно стоит по адресу: проспект Ленина, дом 11. Сейчас там находится городской Дворец бракосочетания. У здания весьма бурная история. Двухэтажный каменный жилой дом купцов Мальковых был построен не позднее 1878 года на пересечении Кузнецкой улицы и Московского переулка. Под жилье в нем был занят только верхний этаж. Помещения первого отводились под торговлю. В 1903 году с разрешения Барнаульской городской Думы крестьянин Варшавской губернии Иван Млотек открыл здесь кофейню, одно из первых заведений в этом здании.





Годом позже к нему присоединились Карл Иергенсен с промышленными и К.Д. Мысин с бакалейными товарами. А также крестьяне Казанской губернии братья Бахтиаровы, торговавшие фруктами. И только в 1913 году в доме открылся трактир четвертого класса торгового дома «И.И. Андроновский и сыновья». После этого в доме Мальковых сменяли друг друга другие рестораны, располагались то госпиталь, то угрозыск, то всевозможные артели, нотариусы и даже аэроклуб. С предвоенных лет и до середины 1950-х в здании обосновались штабы воинских подразделений. В 1960 году после капитального ремонта его занимал городской онкологический диспансер. И наконец, в 1984 году здесь разместился городской Дворец бракосочетания.

Вторая этикетка тоже от пильзенского пива заводского розлива пивоваренного завода Е.Г. Морозовой в городе Бийске, отпечатана в типо-литографии Л.М. Кононова в Томске (отпечатана она до 1897 года, т.к. уже к указанному году Кононов объединил свое дело с другим печатником И.Ф. Скулимовским – ред.). Елена Григорьевна Морозова родилась в 1832 году в селе Венец

Ковровского уезда Владимирской губернии. Была женой купца первой гильдии Алексея Федоровича Морозова. Как и муж, Елена Григорьевна выкупилась из крепостной неволи до реформы 1861 года. На Алтае Алексей и Елена Морозовы появились в конце 1850-х. А.Ф. Морозов одним из первых начал торговать в Горном Алтае еще до официального правительственного разрешения на въезд во Внутреннюю Монголию. В те времена, торгуя с местным населением, начиная практически с нуля, можно было быстро разбогатеть. Но, несмотря на огромную выгодность этой торговли, Алексей Федорович после двух экспедиций отказался от поездок в Монголию и Горный Алтай. Сколотив первоначальный капитал, Морозов все свои усилия сосредоточил на торговле мануфактурной и галантерейной продукцией. Он открыл магазины и лавки не только в Бийске, но и в Барнауле, Змеиногорске, Кузнецке. В 1888 году он запустил свой первый грузопассажирский пароход между Бийском и Тюменью. К 1893 году просторы Оби бороздили уже 4 его парохода, самый мощный с машиной в 180 л.с. Построив по берегам Бии и Оби несколько мельниц, Морозов перемалывал скупленное зерно

и отправлял в Тюмень уже готовую муку. Вероятно, в это же время и был основан пивоваренный завод. Более точные данные мне найти не удалось.

1877 году Морозов был единственным купцом первой гильдии в Бийске. В 1881 году он избрался городским головой. На его средства в Бийске открыли несколько училищ. Имя Алексея Федоровича Морозова в памяти потомков всегда ассоциируется с постройкой самого крупного в Бийске храма – Троицкого Собора. В 1894 году Алексей Федорович внезапно умер в дороге, в вагоне пассажирского поезда неподалеку от Владимира. Похоронили купца и благотворителя в алтаре возведенного на его средства Троицкого собора. После смерти Алексея Федоровича во главе фирмы встала супруга и продолжила дело мужа, надо сказать, весьма успешно. Занимаясь предпринимательством, она вкладывала крупные средства в промышленность, и к 1908 году ее капитал составил 1 481 500 рублей. Е.Г. Морозова также занималась благотворительностью. Являлась бессменным председателем Бийского общества попечения о начальном образовании, в пользу которого она пожертвовала участок земли площадью 20 000 м² под строительство школы. После постройки школы Елена Морозова выделяла средства на покупку



одежды и учебников для учеников из несостоятельных семей. В 1899 году Елена Григорьевна построила в Бийске одну из первых электростанций в Сибири, которая освещала центральные улицы, пассажи и магазины, дома и общественные здания. За электричество с абонентов взималась плата. Морозова не брала плату лишь с Троицкого собора, Еленинской церкви, а также с Алексеевской богадельни. В настоящее время здание электростанции –

объект культурного наследия регионального значения. Умерла Елена Морозова в 1908 году в Бийске, где и была похоронена. Управление всеми предприятиями перешло к наследникам.

В 1909 году на заводе работало 6 человек. Достоверно можно сказать, что пивоваренный завод работал до 1914 года, что следует из объявления в путеводителе пароходства Е.И. Мельниковой за 1914 год. В дальнейшем сведения о заводе туманны, но известно, что в 1925 году в городе работал пивоваренный завод Бийского промкомбината. Работал ли он на площадях завода Е.Г. Морозовой или на площадях заводов Будкевича М.Ф., или завода Старицына и Будкевича Н.Ф. – информации мне найти не удалось. Так что есть еще над чем работать!



Пиво и религия, и даже мифология

Автор: В. Шамов

На примере некоторых старых пивных этикеток продемонстрируем как в прежнее время эксплуатировали религиозные и мифологические символы при оформлении пивной атрибутики.

Вот и первый экземпляр [1] – этикетка пива Святой Петр от пивоваренного дома Einsiedler из Айнзиделя (Германия). На ней изображен Апостол Петр, святой Православной и Католической церквей. Св. Петр – страж рая (на поясе у него изображены ключи от райских ворот), но тут видится так, будто он сторожит еще и бочку пива, очевидно, тоже на том свете. Сама пивоварня не такая уж и старая по германским меркам, основана всего лишь в 1885 г.

Дальше в разряде святых обратите внимание на бирдекель [2] из германского Эрдинга. На нем изображен святой Проспер Аквитанский в амунии римского легионера. Проспер жил между IV и V веками, был богословом и составлял хронику, которую называют ценным источником по истории Европы первой половины V века. С конца XVII в. св. Проспера по какой-то причине почитают как покровителя Эрдинга. В тамошней церкви св. Иоанна

1



2



3



4



5



6



хранятся его мощи. Пивоварня примечательна тем, что с 1890 года она принадлежала Благотворительному фонду Фишера в Эрдинге, о чем и сказано в ее названии – Stiftungs-Brauerei. До наших дней историческое здание пивоварни не сохранилось, пиво варится в новых цехах, а фонд все также продолжает работать.

На следующей этикетке [3] нарисован святой Николай, он же Николай Чудотворец, он же Николай Угодник, он же Николай Мирликийский, он же Святитель Николай – суперпочитаемый святой во всех исторических церквях. Здесь он изображен в виде Рождественского деда, хоть и с епископской митрой на голове. Как говорит Википедия, на основании жития св. Николая, в котором рассказывается о даре святителем приданого трем дочерям разорившегося богача, появилась традиция рождественских подарков. Данная этикетка до 1945 года и принадлежит пивоварне Йована Цофмана (в последствии Vršacka Pivara) из г. Вршац края Воеводина, нынешняя Сербия.

Следующая этикетка [4] из Эфиопии. Предположительно, она относится к послевоенному периоду. Этикетка эта от местного пива «Святой Георгий», появившегося вместе с открытием одноименной пивоварни в Аддис-Абебе в 1922 году. Георгий Победоносец – наверное, самый изображаемый на пивных и прочих этикетках святой. Изображается он, естественно, совершающим свое самое известное чудо – убийство копьём змея, разорявшего царские владения в Бейруте.

Наверняка вы знаете нетленное полотно работы Рафаэля «Сикстинская мадонна». Оно написано для алтаря церкви монастыря святого Сикста II в Пьяченце (Италия). Так вот, перед вами этикетка [5] пива «Святого Сикста» производства пивоварни

Forst из г. Мерано. Изображенный на ней Сикст II был епископом Рима в 250-х годах и также, как св. Георгий принял мученическую смерть через отсечение головы во время гонения на христиан.

Тему религиозно почитаемых персон закончим рождественской этикеткой [6], посвященной так называемым «трем королям». Она принадлежит небольшой германской пивоварне Dreikönigbräu из городка Швебиш-Халль. Пивоварня эта была закрыта еще в 1974 году. Толкователи Библии полагают, что три короля, принесшие, как известно, дары родившемуся в Вифлееме младенцу Иисусу Христу, были на самом деле волхвами, сделавшими пророчество о рождении Мессии. Кстати, волхвы подарили Христу золото, ладан и смирну, но на этикетке у того, что посередине, в руках нечто более похожее на книгу.

Переходим к служителям культа. Умиротворенный, в добром теле монах с кружкой пива – это уже десятилетиями заезженный образ и символ добротности напитка. Таких сюжетов на этикетках со всего мира можно накопать тысячи. Однако встречаются среди них экземпляры примечательнее остальных. Вот этикетка [7] из Вьетнама времен, когда он еще назывался Индокитаем. Местная, а по сути французская пивоваренная компания, имевшая заводы в Сайгоне и Ханое, выпускала пиво сорта экспорт с изображенным на этикетке монахом в красном балахоне, который в руке держит, очевидно, библию – ни дать ни взять проповедник. Главными проповедниками во Вьетнаме еще с 17 века были иезуиты, только их орден облачался по уставу в белые рясы. Кстати, один такой иезуит придумал вьетнамский алфавит.

Следующая этикетка [8] опять из Германии от пива Grand Cardinal сорта пилзнер. Внизу на ней надпись: «Единственный законный

7



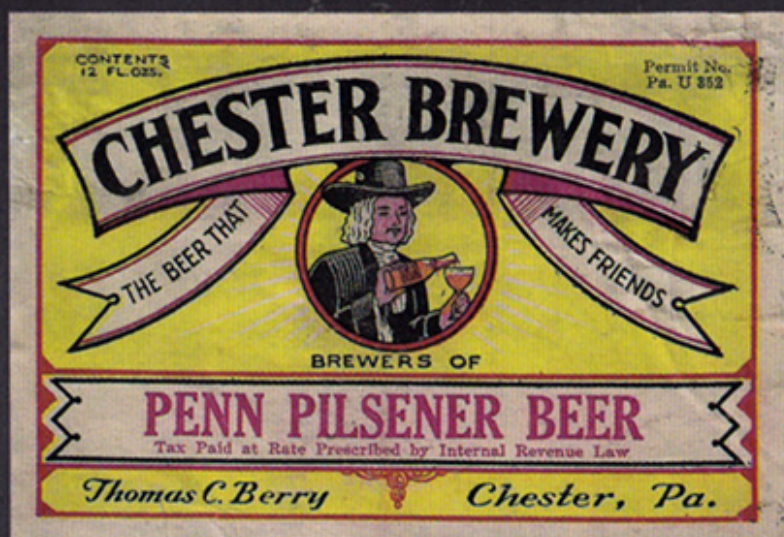
8



9



10



11



12



владелец и исключительный экспортер Карл Зеегерс, Гамбург». Фирма Зеегерса, похоже, была разливайщиком и экспортером пива разных германских пивзаводов в начале 20 века. А кардинал на этикетке изображен заправский: с непонятным орденом на шее, на голове шляпа галеро, да еще и с кисточками, которых можно насчитать более 20 (30 кисточек соответствовали самому высшему кардинальскому сану). Такая шляпа была упразднена в 1965 г., но осталась изображаемой на гербе кардиналов.

Итак, монахов на этикетках вы видели множество, а примечали ли монахинь? На германской этикетке [9] от пивоварни женского монастыря из долины Святого Креста (Верхняя Швабия) изображена, очевидно, настоятельница с посохом и священным писанием в руках. Монастырь Святого Креста был основан в 1227 году. В 1806 году обитель была распущена, а последние монахини покинули ее здания в 1843 г. Нет, нет, данная этикетка не такая старая, просто местная пивоварня потом по традиции называла себя монастырской.

Уделим внимание протестантизму. На этикетке [10] изображен отличный пример – мужчина в привычной одежде приверженца движению квакеров. Квакеры значит «трепещущие» (от англ. to quake – дрожать, трястись). Движение это возникло в Англии в середине 17 века. Трепет квакеров имеется ввиду духовный от постоянного ощущения присутствия живого бога. Официально движение квакеров называют «Религиозное общество друзей». Вот и на этикетке написано: «Пиво, которое делает друзьями». Со временем квакеры перебрались за океан. Этикетка эта принадлежит пивоварне Chester Brewery Томаса Берри из Честера, штат Пенсильвания, США. По информации сайта oldbreweries.com,

пивоварня Берри (а позднее Chester Brewery) появилась в 1933 г. и перестала существовать в 1953 г.

Наряду с пивными монахами очень часто (особенно в Германии) встречается оформление пивных этикеток ангелочками. Они изображаются то с бокалами пива, то скачущими на козлах (на пиве bock), то сопутствуют в рождественских сюжетах. Одна историческая германская пивоварня из города Галле, этикетку которой вы видите [11], даже имела слово «ангел» (Engel) в своем названии Engelhardt по фамилии ее владельца Эрнста Энгельгардта.

Еще на одной этикетке [12] изображен уже не рафинированный амурчик, а именно ангел с крылами, сидящий на небесах на пивной бочке с колосьями ячменя в руке. Эта этикетка от Jura Süßbier – слабоалкогольного сладкого пива «Закон» (очевидно, Закон Божий) производства пивоварни Engel-Bräu из местечка Рёкинген на хребте Хессельберг в Баварии. На некоторых других этикетках этой пивоварни ангел нарисован с кружкой пива. Вообще, если приглядеться, то изображенный ангел обладает, как бы сказать, явными женскими половыми признаками, хотя, вроде бы, ангелы – это духи и существа не только бесполое, но и бесплотные.

Если есть ангелы, то должны быть и демоны. Вот, пожалуйста, черт и чертов котел на этикетке [13] 1960-х годов от пива Champagner-Weissbier германской пивоварни Höll Bräu (адская пивоварня) из Траунштайна. Такое название «прилипло» к пивоварне благодаря старинному прозвищу городского квартала, где она обосновалась, – «Ад». В наши дни тут просто ресторан с пивом Ayinger.

Следующий персонаж – Мефистофель, образ духа зла в мифологии эпохи Возрождения, а также

13

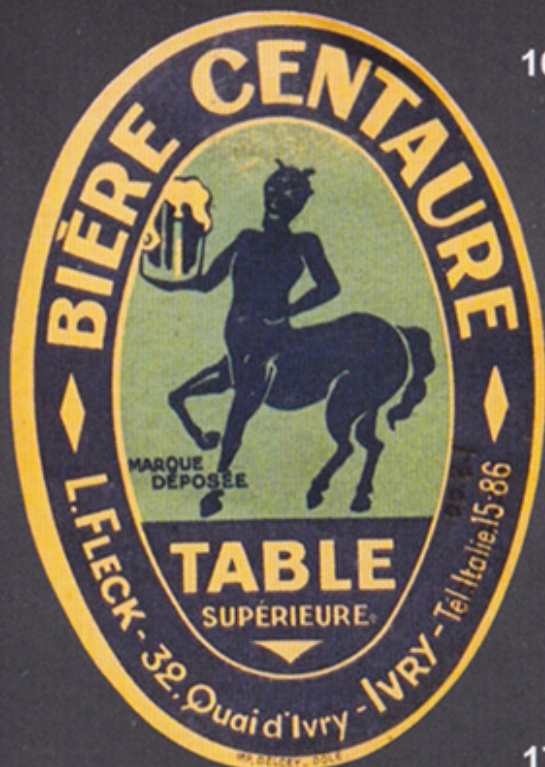


14



15





16

17



18



герой народной немецкой книги о докторе-алхимике Фаусте. Американская пивоварня Эберхарда Анхойзера и Адольфуса Буша поместила Мефистофеля на этикетку [14] пива «Фауст» где-то в 1940-х для розлива своими дистрибьюторами в Хьюстоне.

На следующей этикетке [15] изображен Нептун – древнеримский бог морей и потоков. Лошадь в море позади него – это, очевидно, попытка изобразить морского конька, которым должна запрягаться колесница Нептуна. Этикетка начала XX века, а пиво было сварено где-то в Нидерландах для продажи на экспорт.

А дальше кентавр, персонаж древнегреческих мифов, смертный с головой и торсом человека на теле лошади. Оказывается, кентавры сопровождали бога вина Диониса. Ну, тогда и на пиве ему быть уместно. Пиво произведено пивоварней из французского города Эврё в Нормандии, этикетке [16] уже лет 70, пожалуй.

В заключение два экземпляра, которые поражают своей непосредственностью. Первый [17] – этикетка пива «Мекка» от Jax Brewing Company из Джексонвилля, Флорида (США), работавшей с 1913 по 1956 годы. Представляю, какие проклятия в адрес Jax раздались бы из той же Мекки сейчас за то, что именем священного города назвали харам, да еще и минареты нарисовали, и символический полумесяц. А ведь это пиво даже не для экспорта. Jax была чисто региональной пивоварней. Второй экземпляр [18] – голландская этикетка 1920-х годов от пива, разлитого специально для фирмы братьев Бейкелс, которая торговала им в жарких странах. Тут на этикетке изображена уже целая мечеть! Наверное, в начале XX века такой сюжет представлялся просто рекламным и безобидным, но каково было бы это в Нидерландах в наши дни?

Цены на советское пиво

Автор: В. Шамов

В СССР фасованное пиво далеко не всегда продавалось по той цене, которая указывалась на бутылочной этикетке.

Вообще, представление о том, что цену за бутылку пива в России и в остальных тогдашних республиках Советского Союза стали указывать на этикетке только после 1961 года, является ошибочным. Намного раньше, еще в довоенное время

некоторые пивзаводы обозначали на этикетке цену, но тогда это было именно по желанию, а вот после 1961 г. перешло в обязанность. Кстати, вот пара примеров указания цены на пивных этикетках довоенного периода. Вверху изображена этикетка пива «Российское» Винницкого пивзавода, Украинская ССР, периода 1934-1941 годов. В типографии, где ее печатали, позаботились о, так сказать, перспективе, и не стали указывать конкретные цифры, разметив только место под рубли и копейки. Скорее всего, так предусмотрено поступили сами пивовары; кто его знает, а вдруг придется менять цены на продукцию.

На этикетке внизу цена указана конкретная – 1 рубль 50 копеек.



Эта этикетка с бутылки 0.5 л пива «Украинское» производства старинного, но увы, давно исчезнувшего пивзавода «Баку-зых» в Азербайджане. Типографский штамп на ней говорит, что она тоже довоенная, тиража 1940 года. Теперь мы знаем, во сколь-

ко примерно перед войной могла обойтись советскому человеку бутылка пива. При этом «Украинское» – сорт темный, в производстве трудоемкий, а значит не самый дешевый, хотя и не самый дорогой. Как говорится, «плюс-минус», да еще возможна ресторанный наценка.

Вот и смотрите сами, насколько доступными были такие цены для простых людей. К примеру, в соответствии с Статистической таблицей ЦСУ СССР, средняя зарплата в промышленности в 1940 году составляла 339 рублей, на водном транспорте – 409 рублей, а колхозники и совхозники получали (если получали вообще) в среднем по 229 рублей.

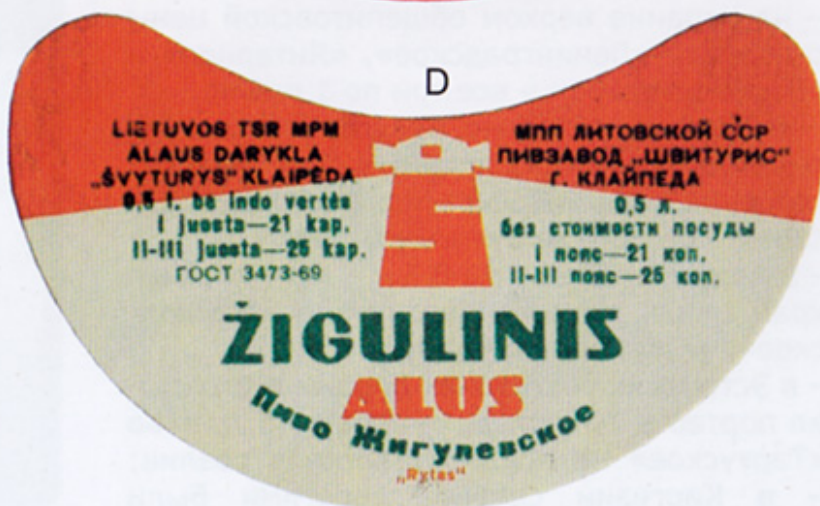


Как и во всей прочей советской торговле цена на пиво устанавли-

валась преysкурантом. К сожалению, преysкурантов на пиво-безалкогольную продукцию довоенной поры никто не публикует, зато более поздние доступны.

Сколько же стоило пиво в зрелые советские годы? Цены на него, как и на прочие продукты с течением времени повышались, хотя и не часто. Если за бутылку 0,5 л «Жигулевского» в начале 1970-х полагалось 25 копеек (здесь и далее имеется ввиду цена без стоимости посуды), то в конце 1980-х уже 30, а потом и 35 копеек. При этом цены разнились; в некоторых частях Союза пиво стоило дешевле, в некоторых – дороже, и это уже не говоря о так называемых «ценовых поясах». Известно, что в СССР ценовых поясов было 3: к I относились Москва, Ленинград, столицы союзных республик, Прибалтика и закрытые города; к III – районы Крайнего Севера, Магаданская область; ко II – все оставшиеся регионы.

Итак, действовал Преysкурант № 015 «Розничные цены на пиво», утвержденный постановлением Госкомцен СССР от 22 мая 1979 года № 300. Согласно ему, на примере того же «Жигулевского» (если оно отпускалось без общепитовских наценок), когда в РСФСР, в Белоруссии, на Украине, в Молдавии и Казахстане оно стоило 25 коп. за бутылку 0,5 л, то в Азербайджане, Грузии, Узбекистане, Таджикистане, Армении, Туркменистане, Эстонии, Латвии, Литве и Киргизии – дешевле, 21 коп. Как раз это подтверждают этикетки одного временного периода [A] из Белоруссии и [B] из Эстонии. Этикетки «Жигулевского» [C] из Эстонии и [D] из Литвы демонстрируют указание цены в зависимости от ценового пояса. Тут можно предположить, что литовский экземпляр предназначался



для пастеризованного пива, потому что иначе «Жигулевское» из Клайпеды в III ценовой пояс в кондиции не доехало бы.

Вот еще наблюдения после изучения Прейскуранта № 015:

- в Белоруссии из всего стандартного общесоюзного и республиканского («Белорусское», «Гомельское», «Брестское», «Витебское», «Гродненское») ассортимента только «Жигулевское», «Бархатное» и «Украинское», ГОСТированные 1969 годом, предполагались к реализации в бочках (на розлив), все остальное – в бутылках;
- ни в одной республике Союза не предполагалось отпускать сорт «Ленинградское» в бочках. В Молдавии, на Украине, в Грузии, Армении, Туркменистане, Эстонии и Азербайджане он вообще не был включен в прейскурант 1979 г., а значит с той поры не предполагался там к производству;
- то же «Ленинградское» в паре с «Исетским» считалось в РСФСР самым дорогим с учетом всех наценок разряда ресторана высшей категории, каждое ценили в целковый за бутылку 0.5 л., даже портер был дешевле;
- в Узбекистане, в высококлассном общепите дороже всего оценивалось «Самаркандское» – 80 коп. за бутылку 0.5 л, а еще темные сорта в прейскуранте не значились;
- в Азербайджане самыми дорогими были указаны «Московское» и «Гянджа» – по 65 коп. за бутылку 0.5 л, и также без темных сортов;
- в Литовских, Латвийских и Таджикистанских высокоразрядных ресторанах самым дорогим было «Ленинградское» – 90 коп. за бутылку 0.5 л; тоже самое в Белоруссии и в Казахстане, только уже за 1 рубль;
- в Молдавии самым дорогим было «Кишинэу» – 85 коп. за бутылку 0.5 л;
- на Украине верхом общепитовской цены считались «Ленинградское», «Янтарное» и «Переяславское» – все три по 1 рублю.
- в Туркменистане не предполагалось бутылок объемом 0.33 л, самым дорогим в ресторанах было «Московское» и «Ашхабадское» – 65 коп. за бутылку 0.5 л;
- в Армении 65 коп. за 0.5 л – это тоже был край цены, столько просили за «Московское», «Юбилейное» и «Урарту»;
- в Эстонских ресторанах дороже всего стоил портер – 70 коп. за бутылку 0.5 л, пиво «Тартуское» не предполагалось в розлив;
- в Киргизии самыми дорогими были

«Ленинградское» и портер – максимум 90 и 80 коп. соответственно. Как и «Фрунзенское», и «Киргизское» они тоже были только бутылочными;

– в Латвии пиво сорта «Терветес» не предполагалось для продажи в общепите вообще, а «Лауку Алус», что светлое, что темное, было только разливным;

– нигде кроме Литвы не предусматривалась продажа портера в розлив;

– а еще только в Армении и Литве, и нигде больше предполагались бутылки объемом 0.3 л (помимо 0.33 л), в них разливали в Армении «Юбилейное», «Ширак», «Лори» и «Еревани», а в Литве – «Лиетувишкас».

Однако помимо цен для обычных советских граждан, были в конце 1960-х и в 1970-е годы еще и цены для иностранцев, и для сограждан, имеющих доступ к валюте, либо к чекам Внешпосылторга и Внештогбанка. В частности, цены на советское пиво указаны в каталоге Внешпосылторга за 1967 год. О них, а также о регламентированных розничных ценах на импортное пиво в Советском Союзе мы обязательно расскажем вам в следующих номерах КОЛПИВАТРа.





ВСЕМИРНАЯ ВСТРЕЧА КОНВЕНЦИИ ПО ПИВНОМУ КОЛЛЕКЦИОНИРОВАНИЮ г. АГНО (ФРАНЦИЯ)



Экскурсии по
пивоварням
12-13 июня 2025 г.

Встреча
коллекционеров
в «Зале хмеля»
14-15 июня 2025 г.



www.buketbeer.ru

 buketbeer



BEER BAR

Породистый
крафт



ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ