

Sve je stvar navike, ali ima nešto i u kulturi. Nekada se pilo belo i crno, a danas je na našem tržištu neograničen broj domaćih i stranih etiketa belih i crvenih vina. Za razvoj vinskog turizma, sve značajnijeg dela turističke ponude, zaslužni su pre svega „mali“ vinari, koji su težište svoje proizvodnje, za razliku od velikih industrijskih sistema, usmerili isključivo na kvalitet finalnog proizvoda, provocirajući vinopije zanimljivim stilovima i tonovima božanske tečnosti, od internacionalnih, odomaćenih i, za svaku pohvalu, sve više autohtonih sorti grožđa. Ono što je vinarije stavilo u prvi plan, osim dobrog vina koje se podrazumeva, je marketing, priče koje su pratili njihovu prezentaciju.

Čini se da slični razvojni put čeka i craft pivarstvo. Naravno i odgovornost na podizanju domaće pivske scene. Doduše, ova priča je „sveža“ na našem tržištu, ali sa sve većim brojem kuća piva koje ekspresno ovladavaju novim ukusima, dopadljivim njihovim vlasnicima.

Brojne su prednosti zanatskog, craft piva u odnosu na industrijska, i kada je reč o kvalitetu i kada je reč o ukusima. Njihovo prisustvo stvorilo je poslednjih godina veliku potražnju za nečim drugačijim, zanimljivijim, izazovnijim. Neki će reći i blagu konfuziju zbog velikog izbora raznih stilova koje su se odjednom našle u ponudi na koju još nismo stigli da se naviknemo. Za razliku od vinske scene, mesta najlepšeg doživljaja piva su razbarušena, neformalna, neki bi rekli, slobodna. Pivo traži žešći zvuk, puno ljudi opuštenijeg stajlinga, ali nikada eksces.

Craft pivara Libeeri prva je pivara u sremskom selu Krčedin, u inđijskoj opštini, u kojoj se gotovo svi bave proizvodnjom vina. Na njihovim počecima kuvanja piva, nije ih interesovao ni ambijent moto skupa, ni karakterističan zvuk otvaranja ’ladnog piva, već njegov ukus. Nezadovoljni ponudom dostupnom na našem tržištu, prvi u porodici da nešto preduzme, odvažio se Ivan Sabo, koji je 2015. počeo sa kućnim kuvanjem piva. Nedugo zatim pridružuje mu se sestra Tatjana Popčev, o njihovom ocu Mihajlu, večitom tragačem za novim, da i ne govorimo. Godine 2018. odlučuju se na veliki korak osnivanja nezavisne, porodične Pivare Libeeri, ostavivši dotadašnje poslove i menjajući život za 180 stepeni. Godinu dana kasnije prvo pivo počelo je da se kuva u novom pogonu.

- Godinama smo bili kućni pivari proizvodeći maksimalne količine do 100 litara, koje su svi rado pili. Kada su se uslovi složili, rešili smo da ozbiljno uđemo u ovaj posao. Odredili smo prostor, nabavili opremu. Danas je kapacitet kuvanja u pivari Libeeri 1.000 litara piva i 10.000 litara u fermentorima, i planiramo proširenje kapaciteta za odležavanje - kaže Tatjana Popčev, ocenjujući da je zanatsko pivo vrhunskog kvaliteta, ali nedovoljno poznato ljudima na našem tržištu.

Trenutno u ponudi Pivare Libeeri su tri stila i to Pilsner-lager, IPA i Stout. Najtraženiji

je Pilsner, Stout ima nešto slabiju potražnju, a porodica planira proširenje linije proizvodnje sa pšeničnim pivom.

Porodična pivara Libeeri bazirana je na lokalnu prodaju, odnosno Inđiju i Staru Pazovu, gde je i dostava potpuno besplatna. Njihova piva nalaze se na pivskim mestima u Novom Sadu i u nekoliko lokala u Beogradu.

Tatjana otkriva da ranije niko iz porodice nije bio posebno zainteresovan za pivo. Ovom poslu privuklo ih je to, što je u tom momentu bilo nešto novo, drugačije i što je probudilo njihovu radoznalost. Ljubav, neophodna za bavljenje ovim poslom na pravi način, došla je tek kasnije, ali od kada je proizvodnja intenzivirana ne popušta, što se oseti u svakom gutljaju Libeeri piva.

- U pivarstvo se ne ulazi mehanički, ili zbog toga što je to isplativ posao. Mi smo pivo počeli da pijemo iz znatiželje. Zaista nam se svidelo to što smo proizveli, i nije moglo da se uporedi sa industrijskim pivom. Ni u kvalitetu ni u ukusu. Što se sviđalo nama, svidelo se i drugima. Ljudi su uglavnom oduševljenim zanatskim pivima, ali ima još puno prostora za razvoj. Iz našeg iskustva navike se formiraju sporo, ali linija prihvatanja je uzlazna - dodaje naša sagovornica, uz napomenu da se ova piva ne filtriraju i ne pasterizuju, što je jedan od ključnih elemenata njihovog visokog kvaliteta, ali je i realan problem proizvođača u njihovoj distribuciji.



