



# DOBRE DO ZAWROTU GŁOWY

KIEDY MYŚLIMY O NAJLEPSZYCH ALKOHOLACH, ZWYKLE DO GŁOWY PRZYCHODZĄ TAKIE KRAJE JAK FRANCJA, SZKOCJA, IRLANDIA CZY JAPONIA. RZADKO KIEDY DO GRONA PAŃSTW PRODUKUJĄCYCH NAJLEPSZE TRUNKI WŁĄCZAMY POLSKĘ. A TO SPORY BŁĄD.

TEKST: MARIANNA SOBIERAJ



*Revolucja w świadomości Polaków dokonała się już jeśli chodzi o segment piw. Lokalne browary zagarnęły sporą część rynku i obecnie to właśnie one są najczęstszym wyborem konsumentów*

**M**aciej Kozuba z firmy produkującej alkohole niszowe Kozuba i Synowie emocjonalnie reaguje na pytanie o alkohole premium: – Pojęcie premium w przypadku napojów alkoholowych jest bardzo szerokie. Tak szerokie, że praktycznie rzecz biorąc, niemalże całkowicie rozmyte. Niejednokrotnie spotkałem się z opinią, że wszystkie trunki, które kosztują na półce powyżej 40 zł, należą do kategorii premium. Dla mnie to nie oznacza zupełnie nic. To tak, jakby do jednego worka wrzucić przeciętną wódkę produkowaną na skalę masową i wódkę z kategorii „craft/artisan” (z ang. od rękodziela, rzemiosła). Fatalny błąd. Nie bez kozery w Stanach Zjednoczonych, rynku, na którym rzemieślnicze destylarnie (craft distilleries) pojawiają się jak grzyby po deszczu, dla trunków pochodzących z tych manufaktur ukuto pojęcie „alkoholi butikowych” – podkreśla. Jednak trudno nie przyznać mu racji. Kiedy po transformacji do Polski zaczęły wchodzić trunki zagraniczne, w świadomości wielu Polaków utarło się, że to, co niepolskie, jest lepsze i bardziej szlachetne. Nie bez kozery czerwony Jaś Wędrowniczek do dziś jest uznawany przez większość za luksusowy trunek, choć zupełnie niesłusznie. Rewolucja w świadomości Polaków dokonała się już jeśli chodzi o segment piw. Lokalne browary zagarnęły sporą część rynku i obecnie to właśnie one są najczęstszym wyborem konsumentów, mimo że cenowo różnią się od standardowych piw z wielkich koncernów. Czy po romansie Polaków z piwami z wyższej półki czas

na mocniejsze alkohole, które będą powstawały w małych destylarniach i winnicach? W Polsce jest już kilku entuzjastów, którzy w to wierzą.

#### NIEZŁY KOCIOŁ

W 2005 r. Zbigniew Kozuba, z wykształcenia biochemik, razem ze swoimi synami rozpoczął produkcję nalewek. – Kupowaliśmy spirytus na zewnątrz i nastawialiśmy maceraty. Nie byłoby w tym nic szczególnego, gdyby nie fakt, że nasze nalewki były leżakowane przez minimum 2 lata i właśnie to zapewniło im niepowtarzalny smak i aromat oraz dwa medale w konkursie organizowanym przez Beverage Testing Institute w Chicago w 2008 r. – opowiada Maciej Kozuba. Z kolei w 2010 r. rodzina zdecydowała się na poważniejszy krok, zakupiono pierwszy kocioł do destylacji, co uczyniło z tego niewielkiego przedsiębiorstwa pierwszą w Polsce prawdziwą mikrodestylarnię. Kozubowie nie poszli jednak utartymi szlakami. Produkcja popularnych wódek czystych i kolorowych zupełnie ich nie interesowała. – Rynek zalany jest wódkami czystymi i kolorowymi, które często różnią się jedynie ceną, ponieważ smakują wszystkie tak samo...nijak – zżyma się Maciej Kozuba.

Posiadanie własnej destylarni pozwala im na elastyczność w działaniu. Mogą wypuszczać krótkie limitowane linie trunków. Jest to o tyle wygodne, że zapotrzebowanie na unikalne alkohole nigdy nie będzie duże, dlatego te puszczone małymi seriami jeszcze bardziej zyskują na warto-

ści. Wśród alkoholi tworzonych przez Kozubów jest m.in. White Dog, czyli biała whisky lub Starkus – polska whisky, czyli starka. Niewiele osób wie, że w Polsce i na Litwie istniał zwyczaj, że po narodzeniu syna zakopywano wódkę w dębowej beczce po to, by odkopać ją na wesele dojrzałego potomka. Starka była produkowana przez Polmos Szczecin, jednak obecnie jej produkcja została zatrzymana.

Sercem destylarni Kozubów są miedziane alembiki Zuza i Maksymilian. Była to spora inwestycja, jednak na pewno opłacalna, ponieważ miedź usuwa związki siarki podczas destylacji, a otrzymany w ten sposób alkohol jest bardziej subtelny i ma wykwinny aromat.

Produkty Kozubów są trudno dostępne. Maciej Kozuba obarcza za to winą sieci sklepów, które nie płacą producentom, żądają ogromnych opłat za wprowadzenie produktów na półki, z kolei sieci sklepów specjalistycznych oczekują, że producenci przejdą do porządku dziennego nad faktem, że terminy płatności będą nieograniczone. Z resztą mikrodestylarnia z Jabłonki wcale nie chce być ogólnodostępna. – Być może rozwinęmy koncepcję sklepów producenckich, uruchomimy sklep internetowy i będziemy sprzedawać swoje produkty w normalnych cenach, bez zbędnych marż niepotrzebnych pośredników – mówi Maciej Kozuba. Pure Grain Vodka, White Dog czy Starkus robią już furorę za granicą. Smak polskich produktów doceniono w Chinach, Niemczech i USA. Kozubowie nie zamierzają osiadać na laurach. Obecnie planują wprowadzenie nowych produktów w ramach limitowanej linii „Family Selection”. Wkrótce w ofercie mają się pojawić też brandy

owocowe, smakowe wersje White Doga i absynt. Jednak z największym pietyzmem rodzina traktuje pierwszą polską whisky, która od 18 miesięcy leżakuje w dwustulitrowych beczkach z białego dębu amerykańskiego. Obecnie jest ich ponad 200 i każdego tygodnia przybywa 5 kolejnych. Za półtora roku będzie można spróbować pierwszej polskiej żytniej whisky siodowej.

#### KRAINA WINEM PŁYNĄCA

Destylarnia w Jabłonce próbuje przekonać Polaków, że whisky może pochodzić z naszego kraju, uwodzić smakiem i nie być kopią szkockich lub irlandzkich trunków. Z kolei na Dolnym Śląsku Mike Whitney założył winnicę Adoria i postanowił produkować wina. Choć tak naprawdę śląskie wino nie powinno nikogo dziwić. Uprawę winorośli w tym regionie odnotowano już w XII wieku – były to przyklasztorne winnice cystersów. Poza tym na Śląsku są też dobre warunki klimatyczne do tego, by robić wino – lato jest tu najdłuższe w Polsce i trwa 92 dni, z kolei okres wegetacyjny trwa aż 230 dni. Właściciele Adorii mówią, że smak wina zawsze jest związany z miejscem, w którym winorośl jest uprawiana. – To sprawia, że wino produkowane w Zachowicach jest lekkie, orzeźwiające, o ciekawym owocowym bukacie. Także Pinot Noir, które jest niełatwe w uprawie, udaje nam się znakomicie – podkreśla Ilona Migacz z winnicy Adoria. Historia tego miejsca jest o tyle ciekawa, że założył je Amerykanin z Kalifornii, który przeprowadził się do Polski w 1995 r. Skąd pomysł, by zacząć produkować wino w Polsce? – Własna winnica była



White dog to biała whisky produkowana przez destylarnię Kozubów.





Wino Adoria zyskało już rzeszę amatorów.

od dawna moim marzeniem. Ponieważ moja żona jest Polką, stąd myśl, by sprawdzić, czy w Polsce są warunki do założenia winnicy. Analiza klimatu, badania gleby, także rozmowy z sąsiadami, czyli winnicami z nieodległego Dreżna, dały nadzieję na powodzenie pomysłu – mówi Mike Whitney. Początki nie były jednak proste. Okazało się, że najprostsze rzeczy urastały do rangi wielkiego problemu. W Polsce nie było przedsiębiorstw, które zajmowałyby się produkcją etykiet, butelek czy korków do wina. – Na początku butelki sprowadzaliśmy bezpośrednio z huty z Francji, korki z Portugalii, etykiety drukowaliśmy w Czechach. Teraz na szczęście wiele się zmieniło. Ponieważ powstało więcej winnic w Polsce, drukarnie nauczyły się, jak drukować etykiety, by bez szwanku zniosły kontakt z niskimi temperaturami w procesie chłodzenia wina, korki zamawiamy poprzez polskiego pośrednika – mówi Mike Whitney. Jednak stworzenie winnicy od zera, to nie tylko zajęcie się rzeczami związanymi ściśle z produkcją. Twórcy winnicy Adoria podkreślają, że kluczową sprawą jest znalezienie miejsca pod winnicę, a nie jest to łatwe, bo musi ono mieć odpowiednie nachylenie. – Jednak najważniejsze jest uświadomienie sobie, że inwestycja w winnicę całkowicie zmieni twoje życie i że trzeba będzie jej poświęcić cały czas i energię. Winnica jest zaborcza. Trzeba mieć dużo determinacji, cierpliwości i wytrwałości – podkreślają właściciele Adorii. Czy trudno było przekonać polskich klientów do polskiego wina? Nie, bo Adoria broni się smakiem. Nie ma tu miejsca na produkcję masową. Rocznie z winorośli rosnących w Zachowicach wyciska się piętnaście tysięcy litrów rocznie i wszystko zostaje sprzedane. Z kolei do Pinot Noir jest kolejąka chętnych. Adorii, podobnie jak produktów Kozubów, nie da się dostać

w przeciętnym supermarkecie. Wino zamawiają do swoich lokali restauratorzy. Ten dolnośląski trunek można kupić m.in. w warszawskich restauracjach U Fukiera, w Quchni Artystycznej, Mariotcie, Sofitelu Victoria, Hyacie czy w krakowskim Wenzlu. Adoria jest też dostępna w kilku specjalistycznych sklepach winiarskich. – Wielu klientów, którzy spróbowali naszych win w restauracjach, przyjeżdża do nas osobiście, żeby obejrzeć winnicę. Potem chętnie zamawiają nasze wina za pośrednictwem sklepu internetowego.

Także ten polski trunek zyskał już uznanie za granicami naszego kraju. Sporo wina sprzedaje się w Niemczech i Luksemburgu. Częstymi gośćmi w Zachowicach są też Amerykanie, Kanadyjczycy oraz Francuzi.

#### NISZA, KTÓRA PROCENTUJE

Polscy producenci alkoholi luksusowych wcale nie narzekają na, że ich produkty nie są sprzedawane w wielkich supermarketach. Upatrują nawet w tym falcie swoją siłę, która stanowi o ich wyjątkowości. Maciej Kozuba zaznacza, że liczy na rozwój firm ze swojej branży – Nie obawiamy się konkurencji. Uważamy, że jest ona potrzebna, szczególnie w tej niszy. Jeżeli pojawią się następne destylarnie tego typu, zjawisko nabierze więcej rozgłosu i przyciągnie więcej uwagi. Poza tym, zdrowa konkurencja to świetna motywacja do ciągłego rozwoju, ulepszenia swoich produktów. Bez konkurencji nie mamy nawet punktu odniesienia – podkreśla. Za to dzięki alkoholom z małych winnic i destylarni polscy konsumenci będą mieli punkt odniesienia wobec trunków produkowanych masowo. A polskie wino i whisky nie będą ciekawostką, tylko oczywistym skojarzeniem z naszym krajem.

foto: Ullaut faccaesti aut fugiam nimitum

**SZTUKA CATERINGU**  
bankiety, przyjęcia  
i imprezy promocyjne

**WARIACJE MISTRZA**  
zamówienia specjalne  
- wykwintne menu  
autorstwa Roberta Sowy

**MIEJSCE Z PASJĄ**  
stworzone dla smakoszy, degustatorów  
win i miłośników gotowania

serdecznie zapraszam, *Robert Sowa*



Restauracja Sowa&Przyjaciele  
ul. Gagarina 2, 00-754 Warszawa | tel.: +48 22 840 70 71 | mobile: +48 795 50 51 52  
restauracja@sowaiprzyjaciele.pl | www.sowaiprzyjaciele.pl