



**BROKREACJA**  
BROWAR RZEMIEŚLNICZY

# *Piwo bez żadnych kompromisów*

JAK W SZEŚĆ LAT ZBUDOWAĆ JEDEN Z NAJWIĘKSZYCH  
BROWARÓW RZEMIEŚLNICZYCH W POLSCE?



# BROKREACJA SZEŚĆ LAT PÓŹNIEJ

**Jeden z 10 największych browarów rzemieślniczych w Polsce pod względem produkcji. Szeroka rozpoznawalność i dostępność, nie tylko nad Wisłą. Branżowe nagrody, w tym także od najważniejszego portalu na świecie. W sześć lat Brokreacja stała się jedną z najbardziej prężnych firm warzących piwo rzemieślnicze.**

Marzenia się spełniają, pod warunkiem, że ma się plan, jak je zrealizować. Dwójka przyjaciół z Krakowa rozpoczęła swoją drogę na szczyt od pożyczenia środków od rodziców, by ostatecznie stworzyć firmę wartą kilka milionów złotych, w której pracuje lub z którą współpracuje ponad 20 osób.

Obecnie Brokreacja to jeden z największych producentów piwa rzemieślniczego w Polsce – rocznie produkuje ponad 3 tys. hl, co w tej kategorii produktów plasuje ją w czołowej 10. w kraju. Swoje piwo sprzedaje nie tylko do sklepów specjalistycznych i multitalapów (jak z angielskiego nazywa się lokale gastronomiczne wyspecjalizowane w serwowaniu piwa rzemieślniczego), ale także współpracuje z dużymi sieciami handlowymi. Carrefour Polska, Kaufland, Lidl, Polomarket, Aldi – to tylko część partnerów biznesowych browaru.

Brokreacja, jako jeden z niewielu piwnych rzemieślników, ma w swojej ofercie stałą linię piw, a warzone w jej ramach piwa może w każdej chwili zaoferować swoim kontrahentom, co nie jest standardem w świecie browarów kraftowych. W ramach tej linii każdy smakosz znajdzie coś dla siebie: od klasyki w postaci Pilsa i Hefe-weizena, przez najważniejsze dla piwnej rewolucji różne odmiany stylu India Pale Ale, na piwach bardziej wyspecjalizowanych jak ciemny i słodki Chocolate Milk Stout.

Browar nie zapomina oczywiście o osobach o większym doświadczeniu w piwie kraftowym. Ciągłe eksperymentuje mocno stawiając na program leżakowania piw w beczkach po innych alkoholach, takich jak Bourbon, Whisky czy czerwone wino.

Wysoka jakość produktów Brokreacji potwierdzana jest przez nagrody, które browar regularnie odbiera w czasie branżowych konkursów. Za najważniejszą trzeba uznać bez wątpienia tytuł Najlepszego Młodego Browaru w Polsce oraz uplasowanie się w TOP 10 Najlepszych Młodych Browarów Świata w styczniu 2017 r., w plebiscycie najbardziej prestiżowego portalu piwnego – Ratebeer.com.

Tych wszystkich sukcesów pewnie nie byłoby, gdyby nie hobby, które przerodziło się w pasję.



**ROK ZAŁOŻENIA:** 2015 r.

**MIEJSCE ZAŁOŻENIA:** Kraków, Polska

**ZAŁOŻYCIELE:** Mateusz Górski, Filip Kuźniarz

**MIEJSCE PRODUKCJI:** Szczyrzc, Polska

**ROCZNA PRODUKCJA:** ponad 3 tys. hl

**LICZBA PIW W STAŁEJ OFERCIE:** 11

**LICZBA PIW OGÓLNI:** 200



# BROKREACJA

## SZEŚĆ LAT WCZEŚNIEJ

Piwny American Dream zawsze wygląda tak samo: droga prowadzi od mozolnych prób warzenia piwa w domu, do przejścia na profesjonalny sprzęt. Nie inaczej było z Mateuszem Górskim.

CEO Brokreakcji to absolwent prawa, ale też i osoba doświadczona w pracy w gastronomii. Już na początku studiów, 10 lat temu, dostrzegł, że piwa oferowane przez koncerty są bezsmakowe i odbiegają jakością od wyobrażeń i oczekiwań. Skoro więc da się w domu zrobić własne wino, zaczął szukać odpowiedzi, jak stworzyć domowe piwo.

Szybko skompletował sprzęt do warzenia piwa, przewertował fora internetowe i książki, by w końcu zabrać się za pracę. Początki, z racji umiarkowanej znajomości procedury, były trudne, ale ostatecznie, dzięki samozaparciu i rodzącej się pasji, Mateusz szybko opanował nietatwą sztukę warzenia.

Już wtedy zaświtała mu wizja pracy w browarze. Jednak zanim do tego doszło, obecny szef Brokreakcji stał się członkiem Polskiego Stowarzyszenia Piwowarów Domowych (PSPD), a wkrótce: sędzią na konkursach piwowarskich. Sprawna działalność w strukturach stowarzyszenia, a także rosnąca wiedza doprowadziły go do stanowiska Prezesa Małopolskiego oddziału PSPD, którą pełnił przez kilka lat. Zdobyte kontakty okazały się nieocenione w prowadzeniu przyszłego biznesu.

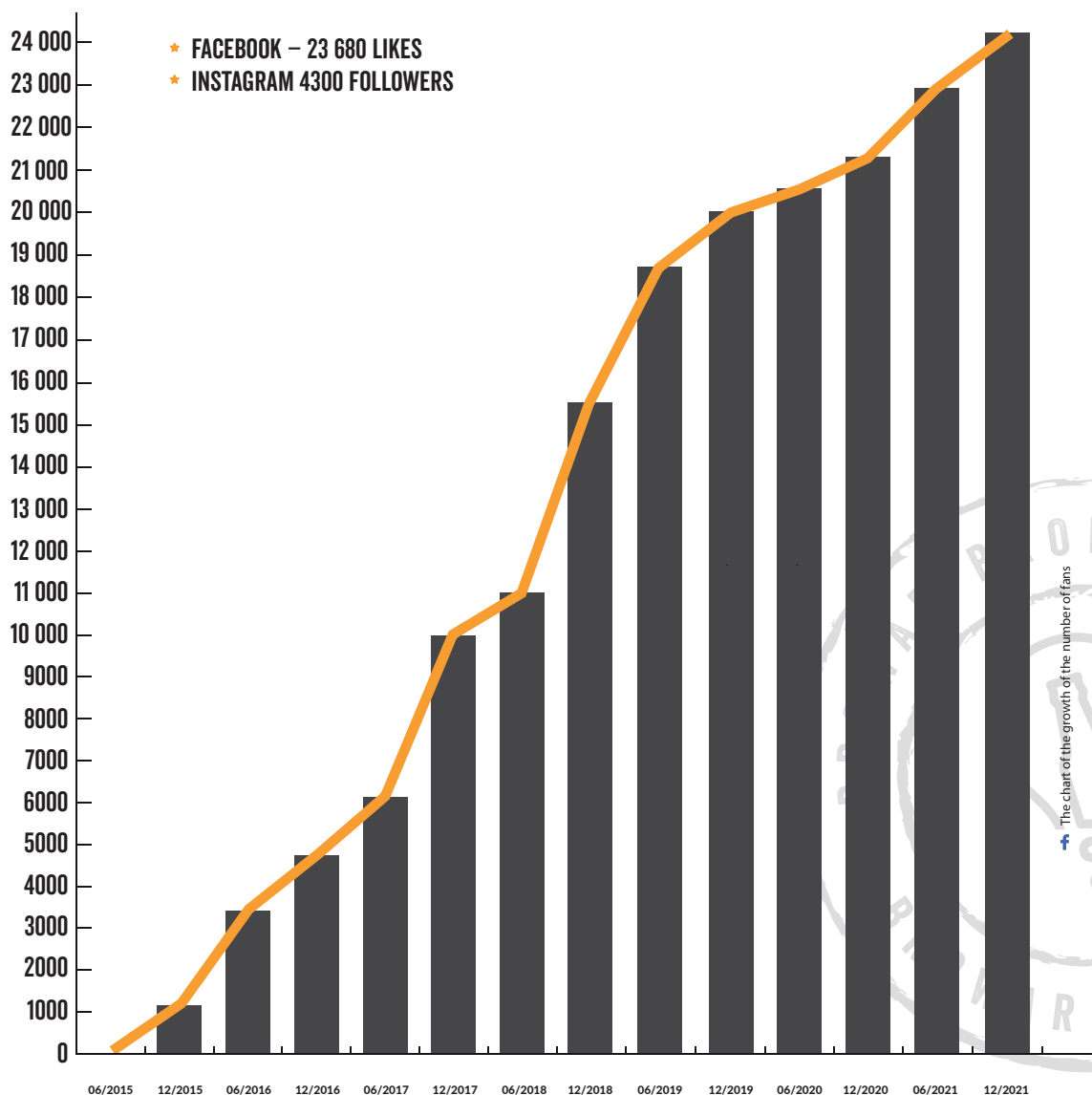
Mateusz Górski aktywnie uczestniczył w życiu piwowarów domowych, a także praktykował w browarze Grybów, położonym niedaleko Krakowa, co pozwoliło mu zdobyć cenne doświadczenie w pracy na dużym sprzęcie. W 2015 r. postanowił postawić kolejny krok – wraz ze znajomymi zdecydował się na zorganizowanie piwnego festiwalu z prawdziwego zdarzenia, jakiego w Krakowie dotąd brakowało.



Właśnie w czasie przygotowań do imprezy nazwanej Beerweek Festival, Górski poznał swojego przyszłego wspólnika, Filipa Kuźniarza. Doświadczony grafik, absolwent ASP i właściciel firmy Wizualni, opracowującej identyfikację graficzną dla swoich klientów, lubił piwo jako konsument, a dodatkowo doskonale znał się na tworzeniu marki. Połączenie dwóch silnych osobowości sprawiło, że kilka miesięcy po Beerweek Festival duet zdecydował się na stworzenie browaru od podstaw. Był maj 2015 r.

Mateusz i Filip pożyczili środki od rodziców i zakontraktowali trzy pierwsze warki w browarze Marysia, w Szczyrzycu (50 km na południe od Krakowa). Piwa The Farmer, The Butcher i The Lumberjack zadebiutowały 19 czerwca w czasie imprezy Craft Beerweekend. Trunki zebrały bardzo dobre noty nie tylko za smak i bezkompromisowe podejście do tematu, ale też nietuzinkową oprawę graficzną.

Tak mocne podwaliny sprawiły, że browar szybko zaczął rosnać w siłę. Zaangażowanie Mateusza – piwowara, który przy okazji ujawnił talenty sprzedażowe, oraz Filipa – brand



managera przyniosły rozgłos w świecie piwnego rzemiosła oraz zaowocowały kontaktami do większych graczy. Dzięki nim już po roku działalności piwa Brokreakcji zapełniły półki sklepów specjalistycznych, a także marketów.

Firma skorzystała także na otwarciu Szczyrzyckiego Browaru Cystersów Gryf, czyli drugiego browaru w miejscowości Szczyrzyc. Większa warzelnia to większe możliwości produkcyjne i szanse na rozwój. Brokreakcja skrzętnie z nich korzysta. W 2021 r. jest już w czołówce największych browarów rzemieślniczych w Polsce, z apetytem na więcej.

## **GRYF I MARYSIA – TUTAJ WARZY BROKREACJA**

**Urokliwa miejscowość, mała warzelnia restauracyjnia i duży browar z tradycjami – w takich okolicznościach warzy swoje piwa Brokreakcja.**

Wybudowanie własnego browaru to wielomilionowy wydatek, szczególnie dla dwóch młodych przedsiębiorców, którzy dopiero co raczkują w tym biznesie. Dlatego w pierwszej fazie istnienia Mateusz Górski i Filip Kuźniarz postanowili, że będą warzyć piwo kontraktowo. W praktyce oznacza to wynajmowanie sprzętu w już istniejącym browarze.

Obecnie Brokreakcja warzy w dwóch browarach usytuowanych w miejscowości Szczyrzyc, położonej ok. 50 km na południe od Krakowa. To właśnie tam od 1613 r. przez niemal cztery stulecia funkcjonował browar Gryf, założony i prowadzony przez miejscowych zakonników – Cystersów. Po latach nieprzerwanej działalności firma zaprzestała produkcji w 1997 r. ze względu na trudną sytuację na rynku oraz zaniedbania z czasów komunizmu, kiedy to Gryf stał się własnością państwową.

Świetność Gryfowi postanowił przywrócić, na spółkę z Cystersami, szczyrzycki przedsiębiorca, Adam Czepiel. Zanim jednak do tego doszło, uruchomił on mniejszy browar w pobliskiej restauracji regionalnej Marysia. Dopiero po zebraniu doświadczenia oraz kapitału, zdecydowano się na odrestaurowanie, sprowadzenie nowego sprzętu i ponowne uruchomienie browaru Gryf, co nastąpiło w sierpniu 2015 r.

Brokreakcja swoją przygodę z profesjonalnym warzeniem rozpoczęła od wspomnianej restauracji Marysia. Mała warzelnia o ówczesnym wybićiu 5 hl była wystarczająca dla młodej firmy. To właśnie tam powstały takie piwa, jak The Farmer (American Wheat), The Butcher (Red IPA) czy The Teacher (Pils). Wraz ze wzrostem zapotrzebowania na piwa Brokreakcji, rozpoczęło się warzenie na Gryfie.



Obecnie firma jest największym browarem kontraktowym warzącym w Szczyrzycu. Piwa głównej serii i część piw specjalnych powstają w Gryfie. Piwa eksperymentalne, mocne oraz wymagające długiego leżakowania (np. Pils – The Teacher) produkowane są w Marysi.

Pierwszy z browarów dysponuje warzelnią o wybicciu 20 hl oraz kilkadziesiątoma tankami o pojemności 40, 60 i 80 hl, co zapewnia stałą i dużą produkcję. Marysia po przebudowie posiada warzelnię 10 hl i kilkanaście tanków 10, 20 i 40 hl.

## TOP 10 SPRZEDAWANYCH PIW

1. THE ALCHEMIST – AMERICAN IPA
2. THE DEALER – AMERICAN PALE ALE
3. THE NURSE – HEFEWEIZEN
4. THE BUTCHER – RED IPA
5. THE BARBER – NEW ENGLAND IPA
6. THE FARMER – AMERICAN WHEAT
7. THE WAITER – CHOCOLATE MILK STOUT
8. THE ACTOR – GOLDEN ALE
9. THE TEACHER – BOHEMIAN PILS
10. THE DANCER – WITBIER



# PROCES PRODUKCYJNY PIW BROKREACJI

**Od domowego garnka, przez specjalistyczny program po duży browar i laboratorium – każde piwo Brokreacji przechodzi długi proces zanim trafi na rynek.**

Wszystko zaczyna się w głowie Mateusza Górskiego, głównego piwowara, który planuje piwo. Znaczna część receptur pochodzi jeszcze z czasów jego przygody z piwowarstwem domowym. Są więc przetestowane i dokładnie dopracowane, co gwarantuje, że zarówno piwowar, jak i konsumenci będą zadowoleni z efektu końcowego.

Kolejnym krokiem jest przystosowanie receptury do dużego sprzętu w browarze. Nowoczesna technologia sprawia, że wydajność sładów i chmielu jest zdecydowanie wyższa w warunkach dużego zakładu, ale też należy pamiętać o zmiennych parametrach różnych partii składników. Pomoc w okiełznaniu tych zależności przynoszą specjalistyczne programy, które można dowolnie konfigurować pod kątem potrzeb i możliwości warzelni i tanków fermentacyjnych.

Następnie browar wybiera surowce do produkcji. Wszystkie z nich obowiązkowo muszą posiadać wszelkie atesty oraz szczegółowe parametry danej partii. W Szczyrzycu głównie korzysta się z niemieckich sładów, uchodzących za najbardziej stabilne i najwyższe jakościowo w Europie. Dobór chmieli i drożdży zależy od stylu piwa. Jeśli warzone jest piwo nowofalowe, najczęściej sięga się po odmiany amerykańskie, jeśli zaś tradycyjne – niemieckie, polskie czy brytyjskie.

Produkcja piwa rozpoczyna się od warzelni. Czteronaczyniowy sprzęt odpowiada za zacieranie, filtrację, warzenie piwa oraz odwirowanie osadów i schłodzenie brzezki (tak nazywa się uzyskany płyn, który później będzie fermentowany przez drożdże). Ta część procesu produkcyjnego, nadzorowana przez dwóch warzelanych i specjalistyczny sprzęt, trwa ok. 5-6 godzin. Zazwyczaj, by napełnić jeden fermentor, potrzebne są dwie warki.

Po uwarzeniu, płyn pierwszy raz poddawany jest szczegółowym badaniom w laboratorium, które mieści się w browarze. Sprawdzane są parametry brzezki, przede wszystkim wysokość ekstraktu, czystość, itd.

Po przebadaniu próbki brzezka trafia do tanka fermentacyjnego, a następnie dodawane są drożdże. Długość procesu fermentacji jest zależna od ekstraktu oraz użytych drożdży. Lekkie piwa można prefermentować nawet w 3 dni, podczas gdy te mocne potrzebują nawet ponad 10 dni.

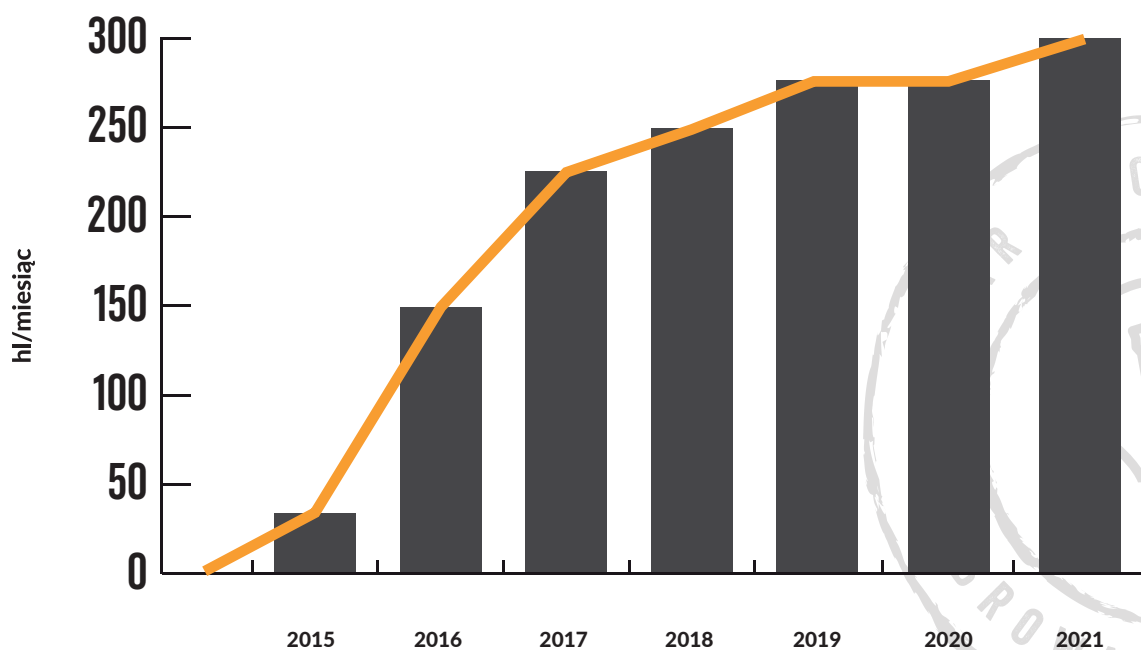


Gdy zakończy się główna fermentacja, piwo trafia do tanka leżakowego. To właśnie w nim trunki dojrzewa i układa się, pozostałe drożdże dofermentowują resztę cukrów, a piwowar decyduje o wprowadzeniu dodatków. Przykładowo w przypadku piw typu IPA do tanka leżakowego dodatkowo wsypuje się chmiel aromatyczny, by jeszcze wzmocnić aromat gotowego piwa.

Kolejna część procesu, rozlew do butelek i kegow, odbywa się po przebadaniu gotowego produktu. Sprawdza się w nim finalny ekstrakt, zawartość alkoholu, odczyn pH, czystość. Badanie to pozwala piwowarowi zdecydować, czy piwo już jest gotowe do zabutelkowania, czy też wymaga jeszcze leżakowania. Gdy ten uzna, że proces się zakończył, piwo trafia do szklanych butelek (najczęściej o pojemności 0,5l) i plastikowych kegow (przeważnie o pojemności 30l).

Wypełnione butelki kapsluje się, a następnie przewozi do miejsca, w którym piwo zostaje spasteryzowane. Proces pasteryzacji przeprowadza się w celu usunięcia ewentualnych drobnoustrojów, które mogłyby się pojawić w piwie na etapie rozlewu oraz dezaktywacji drożdży, by piwo nie zaczęło ponownie fermentować w butelce. Warto podkreślić, że ten proces nie wpływa na smak trunku, jak swego czasu lansowały koncerty. Specjalistyczne urządzenie, którym dysponuje browar w Szczyrzycu, pozwala dokładnie zaplanować i kontrolować pasteryzację, by piwo pozostało bez zmian.

Po pasteryzacji gotowe butelki są etykietowane, a następnie wkładane do kartonów po 20 sztuk. Tak przygotowane czekają na podróż do hurtowni, sklepów i pubów.



# DOŚWIADCZENIE I PRZYSZŁOŚĆ BROKREACJI

---

**Prawie cztery lata doświadczenia to mało w odniesieniu do historii piwowarstwa, ale wystarczająco dużo, by doszusować do czołówki awangardy browarów rzemieślniczych nie tylko w Polsce.**

Piwna rewolucja – tym mianem określa się zjawisko masowego powstawania małych browarów, działających w kontrze do koncernów. Przede wszystkim jakościowej oraz bazującej na różnorodności. Gdy najwięksi gracze skupiają się na jak największym wykastrowaniu piwa ze smaku i zapachu, rzemieślnicy skupiają się na dostarczaniu coraz to nowych doznań swoim fanom i klientom.

W Polsce za symboliczny początek rewolucji uznaje się uwarzenie piwa Atak Chmielu przez browar Pinta, co miało miejsce na wiosnę 2011 r. W tym kontekście debiut Brokreakcji w 2015 r. przypada na okres formacyjny tej gałęzi piwnego biznesu. Krakowski browar uczestnicząc w początkach przemian na rynku piwa, szybko stał się jedną z wiodących firm i sam zaczął wpływać na jego rozwój. Nie tylko w Polsce. Oto kilka przykładów:

## 1. Stale portfolio

Choć dla tak zwanych beer geeków, czyli największych i najbardziej wtajemniczonych fanów piwa, najważniejsze są ciągłe nowości (chcą oni poznawać coraz to nowe smaki), to jednak dojrzały konsument docenia przede wszystkim stałą dostępność sprawdzonych piw i ich niezmienną jakość. Brokreakcji udało się połączyć oba te światy: z jednej strony co kilka tygodni zaskakuje ciekawymi, nietuzinkowymi nowościami, to przy tym stale dba o linię bazową. Jako jeden z pierwszych browarów rzemieślniczych w Polsce zapewnił swoim odbiorcom całoroczny dostęp do wybranych produktów.

## 2. Współpraca z dużymi sieciami

Nieustanny rozwój kanałów dystrybucji to jeden z głównych celów Brokreakcji od początku istnienia. Browar od razu założył, że będzie współpracował nie tylko z hurtowniami i sklepami specjalistycznymi, ale także spróbuje przekonać do swoich piw większych graczy. Z powodzeniem. W czasie swojej działalności Brokreakcja współpracowała i współpracuje w Polsce z sieciami Carrefour, Kaufland, Lidl, Polomarket, Aldi i pracuje nad kolejnymi kooperacjami.

### 3. Leżakowanie piwa w drewnianych beczkach

Choć tzw. barrel-aging nie jest nowością w piwnym świecie, to jednak Brokreacja w swojej linii eksperymentalnej mocno postawiła na leżakowanie piwa w drewnianych beczkach po innych alkoholach. Bourbon, Whisky (w tym także odmiany torfowe, charakterystyczne dla szkockiej wyspy Islay), czerwone i białe wino, rum, wiśniówka – to tylko część z wielu rodzajów beczek, które browar wykorzystał do leżakowania swoich piw. W sumie ma na koncie już ponad 100 zalanych beczek. Kolejne 40 właśnie wypełnione jest świeżym piwem i czeka na rozlew.

**Tak bogate doświadczenie oraz szeroka dostępność sprawiają, że Brokreacja z każdym miesiącem zyskuje rozpoznawalność i szacunek, o czym najlepiej świadczy sukcesywnie rosnąca liczba fanów w social media, a także liczne nagrody, o których wspomniano wcześniej.**

Browar nie zamyka się tylko na polskiego klienta, lecz coraz odważniej współpracuje z zagranicznymi hurtowniami specjalistycznymi. Piwa Brokreacji dostępne są chociażby w Wielkiej Brytanii, Holandii, Danii, Czechach czy Francji. Ekipa pojawia się na festiwalach w Europie oraz warzy kooperacyjne piwa z browarami, nie tylko z krajów Unii Europejskiej. Wszystko po to, by dać się poznać jak największej liczbie konsumentów i udowodnić, że mimo rosnącej skali nigdy nie uznaje kompromisów jeśli chodzi o jakość swoich piw.



