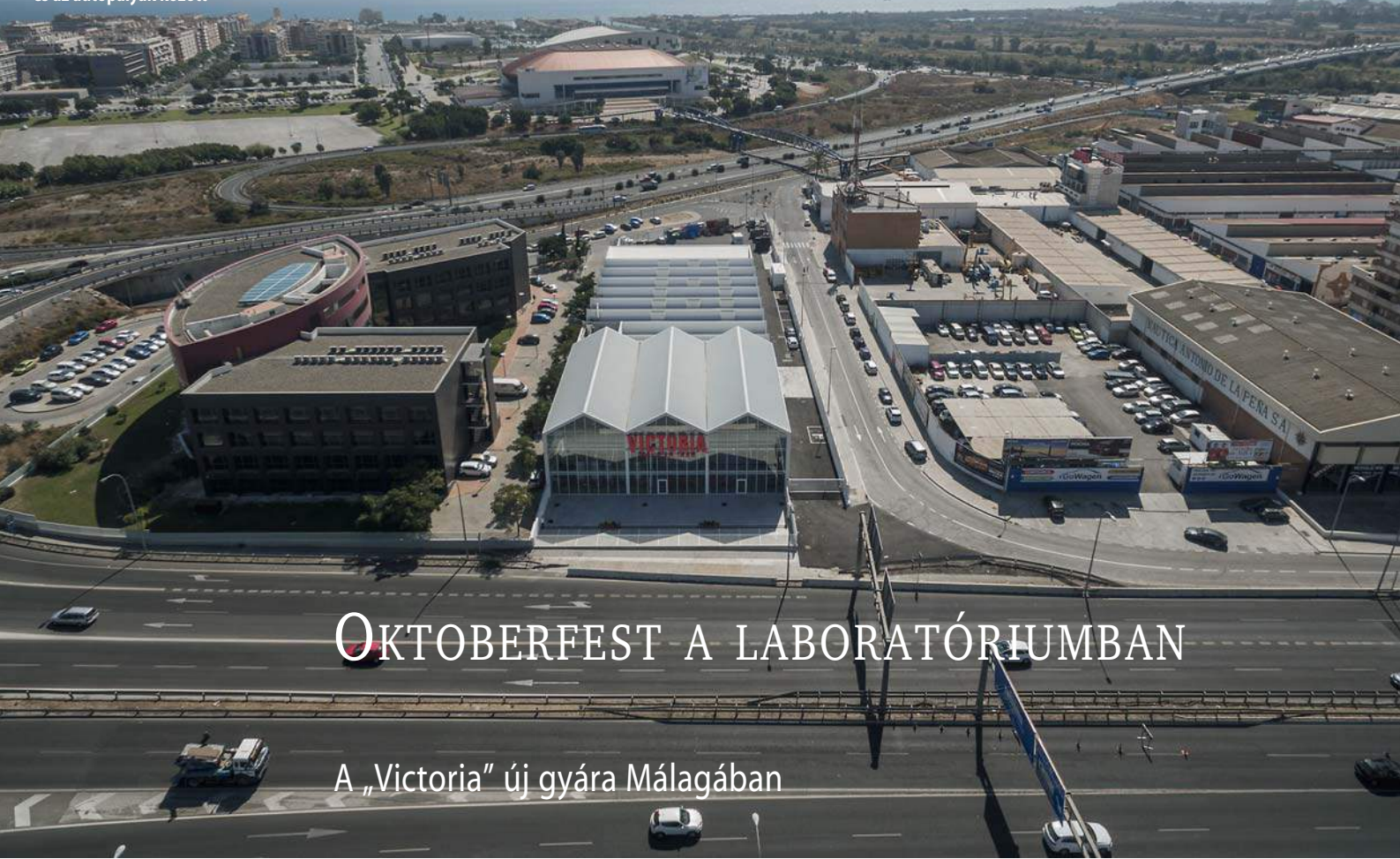


Az új üzem képe a Guadalhorce
ipari park épületei
és az autópályák között



OKTOBERFEST A LABORATÓRIUMBAN

A „Victoria” új gyára Málagában



A transzparens főhomlokzat

A sör talán egyidős az emberiséggel. Vagy legalábbis nem sokkal fiatalabb nála, és minden bizonnyal az egyik legelső, ha nem a legelső tudatosan készített alkoholtartalmú ital, amely bizonyítottan is mintegy jó 9 000 éve van velünk, nekünk. Azon kívül azonban, hogy a sör milyen régóta része az emberiség életének (földrajzi helytől, vallástól és kultúrától szinte teljesen függetlenül), az ellentmondásosságáról is szót kell ejteni –, legalábbis ami a társadalmi pozícióját illeti.

A bor például mindig is más megítélés alá esett. Bár voltak bizonyos hullámvölgyek a „karrierjében”, és a különböző járványok által rendszeresen elpusztított szőlők néha a pusztaság létét is fenyegették, magas társadalmi pozíciója soha nem volt veszélyben. Valószínűleg nem véletlenül talált egymásra az utóbbi pár évtizedben a korábbiaknál sokkal intenzívebben az építészet és a borászat, hiszen a magas minőségre alkotott kép, a tudatos „brandesítés” mögül nem hiányozhattak a látványos pincészetek és a nagy kortárs tervezők jól csengő nevei sem. A világ számos látványos, jelentős és kiemelkedő borászattal gazdagodott az elmúlt évtizedekben: Herzog

& de Meuron,* [1] Zaha Hadid, Rafael Moneo, Santiago Calatrava, Frank Gehry** [2] és mások által tervezett borászatokkal telt meg a szaksajtó.

A sör mindeközben maradt a tömegek olcsó itala és várt. Az új korszakot egy először jelentéktelennek tűnő apróság már megelőlegezni látszott: halvány emlék, de volt egy idő, amikor a legszínvonalasabb televíziós reklámok a nagy sörgyárak reklámjai voltak. Szépen fényképezett, izgalmasan vágott, kifejezetten igényes spotok, amik finoman vetítették előre a változást. Az igazi áttörést azonban a hipsztermozgalom és a kézműves sörök mindent elsöprő trendisége hozta el. Úgy látszik, a sör újra kezdi építeni a saját, elveszett-elfeledett kultúrpozícióját és ehhez szépen lassan elkezdnek felzárkózni a gyárak is.

E felzárkózás szép példája Spanyolország déli részén, a leginkább nyaralócélpontként ismert, de a közelmúltban lenyűgöző ráncfelvarráson átesett majd' egymilliós Málaga egyik nagy múltú sörgyárának új központja.

Az 1928-as alapítású Victoria sörgyár nem tartozik a legrégebbi sörgyárak közé, azonban az elmúlt 90 év is

* Az egyik első, mai napig sokat idézett épület volt annak idején a Herzog & de Meuron iroda által tervezett Dominus borászat (Napa Valley, CA, USA), amit a „borászati boom” kvázi kezdetének is tekinthetünk.

** A Frank Gehry tervezte Marqués de Riscal pincészetnek tervezett komplexum esetében egyenesen odáig mentek, hogy a projektet „City of Wine” (azaz a bor városa) névre keresztelték.



Az épület szerkezete és formálása igazodik a környezetéhez, fehér színe és nyitottsága azonban kiemeli belőle

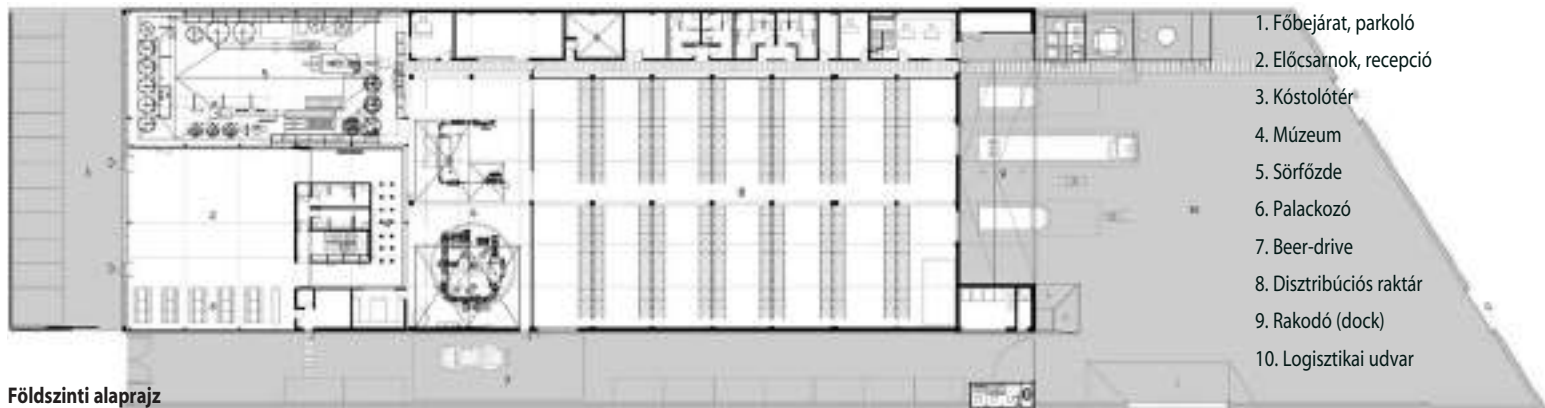
elég volt ahhoz, hogy a málagai lokális identitás részévé válhasson. (A márka 1937-ben alkotott logó figurája, az „el alemán”, azaz „a német” már kezdetben is a korszak tipikus német turistáját ábrázolta, ahogy egy pálma alatt a homlokát törölgeti, kezében kalap, mellette az asztalon a Victoria. A logó jelentése azonban akkor erősödött meg igazán, és vált valódi identitásképző elemmé, amikor a hatvanas években hirtelen német turisták ezrei özönlöttek el Spanyolországot, különösen Málaga környékét és a Costa del Sol-t.[3]) A '90-es évek és a korai 2000-es évek gazdasági átrendeződései azonban nem bántak kegyesen a Victoriával sem: a sorozatos tulajdonosváltások közepette 1996-ban bezárták a málagai gyárat, majd 2007-ig kizárólag szupermarketekben árusították a termékeiket.

A márka elmúlt 10 éves újjáépítésének legfontosabb állomásához érkezett a 2017-es gyárnyitással. A Victoria visszatért szülővárosába. Az új gyár és látogatóközpont megtervezésével a helyi illetőségű GANA Arquitectura építészirodát bízták meg, akik számára az egyik kiindulópontot szintén a visszatérés motívuma jelentette. Első ránézésre éppen ezért meghökkentő lehet a helyszín kiválasztása: a Guadalhorce ipartelep legkevesébe sem mondható emelkedett, reprezentatív helyszínnek, azonban (ahogy a tervezők a műleírásban is kiemelik [4]) a választott helyszín a város egyik kapuja. Itt, a városba vezető szakasz előtt kapcsolódik össze a két legfonto-

sabb autópálya, így a „hazatérő” sörgyár fogadja a hazatérőket. Az elhelyezkedés szimbolikus gesztusa mellett továbbra is jelentős kihívás, hogy miképpen lehet egy arctalan, szürke és szinte végtelen ipartelepen egy kortárs, vonzó és az újjáéledő márka szellemiségének megfelelő új gyárat és látogatóközpontot létrehozni?

Az épület nyers és tiszta megjelenésű, vállalja ipusztériális voltát, nem esztétizál feleslegesen. Tudomásul veszi a környezete által meghatározott lehetőségeket, amiket azonban nem nyűgként kezel, hanem előnyt kovácsol belőlük: a szerelt acél csarnok szinte semmiben sem tér el a szomszédaitól, hatalmas, üvegezett homlokzatával és hófehér színével azonban látványosan különbözik tőlük, így kevés eszközzel is feltűnő jelenséggé tud válni. A nyitottság ma egyébként is divatos eszme, a Victoria pedig szinte ünnepet csinál belőle. Ha már a helyszín nem vonzó, legyen az a tartalom, ami élettel tölti meg az új házat. A teljesen megnyitott főhomlokzat mögött szinte a város terének részeként hat az ivócsarnok és gyár technológiai részei is. A csarnok hosszú asztalaival és bárpultjával egyfajta ipari októberfest-hangulatot áraszt, míg mellette, csupán egy üvegfalal elválasztva ott sorakoznak a hatalmas acél tartályok, a palackozó, a teljes, már-már laboratóriumi technológia, amit a belső szintén hófehér és funkcionális kialakítása csak tovább hangsúlyoz. Az ivócsarnok mögötti területen a látogatók egy kis kiállításon ismerkedhetnek meg a Victoriával, hi-

Építész:
Antonio José
Galisteo
Espartero,
Álvaro
Fernández
Navarro,
Francisco
Jesús
Camacho
Gómez



1. Főbejárat, parkoló
2. Előcsarnok, recepció
3. Kóstolótér
4. Múzeum
5. Sörfőzde
6. Palackozó
7. Beer-drive
8. Disztribúciós raktár
9. Rakodó (dock)
10. Logisztikai udvar

Földszinti alaprajz



Az üzemi tér szinte laboratóriumi precizitást sugall



Hosszmetszet – jól láthatóan elválik a reprezentatív és az üzemi épületrész



Belátás az irodatérből az ivócsarnokba



Az ivócsarnok végében „a német” figyel a fali csempemozaikról

szen innen is teljes rálátás nyílik a gyártósorokra, a technológiára.

A tulajdonos és a tervezők is vonzó, fiatalos, de kifejezetten csúcsmínőséget sugárzó közeget szerettek volna létrehozni, és ez sikerült is. Azt majd az idő fogja eldönteni, hogy a látványos megújulást követően a Victoria vissza tud-e térni a város mindennapi életébe, hogy az új gyár és látogatóközpont egy kedvelt és élő közösségi helyé tud-e válni.

A Victoria új gyárában új arcát mutatja meg a mindegyik jelenlévő sör. A régi logó, az „el alemán” figurája most is ugyanolyan kaján vigyorral törölgeti a homlokát egy pálmafa alatt, miközben az asztalán ott aranylik a hűsítő Victoria, de a környezet, amit szemlél, teljesen megváltozott. „Német” lévén azonban bizonyára örömet leli e változás minden mozzanatában: Oktoberfest egy

laboratóriumban – szinte úgy hangzik, mint egy német álom. A Victoria nem csak visszaköltözött szülővárosába, de teljesen újravarrta régi ruháját, és miközben semmit nem adott fel a múltja esszenciájából, azt felhasználva messze a jövőbe tekint. Ebben a munkában pedig jó partnernek bizonyult a GANA Arquitectura, hiszen az új gyár és látogatóközpont minden részletében érezhető ez a szemlélet.

Lehet ez az első lépés azon az úton, amit az elmúlt évtizedekben a borászatok bejártak, és amire talán most a sörgyárak is ráfordulnak majd. Mindenesetre úgy tűnik, hogy a jövő újradefiniálhatja a sör pozícióját, és méltóbb helyre kerülhet ez az ősi és népszerű ital.

Sági Gergely

Irodalom / References

[1] Fairs, Marcus: „Dominus Winery by Herzog & de Meuron”, Dezeen, 2007-09-09, hozzáférhető:

<<https://www.dezeen.com/2007/09/09/dominus-winery-by-herzog-de-meuron/>> [utolsó belépés: 2018-10-10].

[2] Riley, Terrence – Fernández-Galiano, Luis: *On-site: New Architecture in Spain*, Museum of Modern Art, New York 2005, pp 122–127.

[3] Escalera, Ángel: „La cerveza que se identificó con la ciudad”, *Diario Sur*, 2010-09-26 03:49, hozzáférhető:

<<https://www.diariosur.es/v/20100926/malaga/cerveza-identifico-ciudad-20100926.html>> [utolsó belépés: 2018-10-15].

[4] Gana Arquitectura/Projects/ Victoria Beer Manufacturing, Packaging and Distribution Factory [Honlap], hozzáférhető:

<<http://ganaarquitectura.com/es/proyectos/planta-de-fabricacion-ensado-y-distribucion-de-cerveza-victoria-malaga/>> [utolsó belépés: 2018-10-17].

Építész: Antonio José Galisteo Espartero, Álvaro Fernández Navarro, Francisco Jesús Camacho Gómez (GANA Arquitectura)

Építész munkatársak: David Melero Herrera, María García Ostos, Sandra Peralto Galán, Marta Sevillano Díez del Corral

Ügyvéd:

Joaquín Fernández Navarro

Költségvetés: Adrián Delgado Moreno

Szakági tervek: Juan Francisco Mata Díaz, Francisco Javier López Alarcón, Dionisio Aguilera Ruiz, Joaquín Andrade Casquero

Belsőépítész: Olga Subirós Studio

Fotó: Fernando Alda