*PM vers 2 april*

Fotografiska lanserar eget öl

**Tillsammans med närliggande Nya Carnegiebryggeriet lanserar nu Fotografiska ölet Echo. Ett öl som bryggs med bland annat överblivet surdegsbröd från restaurangen på Fotografiska. Namnet anspelar på att råvarorna humle och malt är ekologiska och att ölet, som ett eko, kommer tillbaka då spillet från öltillverkningen även blir råvara till nytt bröd. En cirkulärt öl som både gör och smakar gott.**

Echo är ett cirkulärt öl som bryggs med bland annat överblivet surdegsbröd från Fotografiska. Namnet anspelar på att ölet ger ett eko och kommer tillbaka fast i annan form. Helt enligt Fotografiskas zero waste-filosofi tas brödresterna i bageriet, restaurangen och kaféet tillvara istället för att slängas. Vid bryggningen blandas sedan brödresterna med de ekologiska råvarorna humle och malt. Draven som blir över vid lakningen torkas och blir till nytt mjöl som Fotografiska sedan bakar nytt bröd av. Echo är således ett öl som alltid kommer tillbaka.

-        Vår matfilosofi handlar om hållbar njutning så vi är väldigt glada över att nu kunna presentera en öl som bryggs med vårt hembakade överblivna bröd. Vi strävar alltid efter zero waste och ser spill som en ny råvara, dessutom använder vi hela råvaran och uppnår med det unika smaksensationer. Vilket är precis vad detta öl bjuder på, då brödresterna fungerar som en smakförstärkare, säger Paul Svensson, matkreatör på Fotografiska.

Ölet som är en belgisk blond har en fruktig smak med en mild beska och passar utmärkt till många olika typer av mat. Echo kommer att finnas både på fat och flaska och serveras till en början i Fotografiskas restaurang, bar och kafé.

-       Vi har tidigare experimenterat med att brygga öl med ett zero-waste tänk. Vi fastnade direkt för Fotografiskas idé att brygga ett öl på överblivet bröd som innebar både en rolig utmaning för oss brygg-tekniskt och en tankeställare för konsumenter som ligger helt rätt i tiden, säger Chris Thurgeson, bryggmästare på Nya Carnegiebryggeriet.

Echo reflekterar väl hela tanken bakom Fotografiskas vision att bidra till en mer medveten värld. Att restaurangen utnämnts till Museum Restaurant of the World av Leading Culture Destinations är ett kvitto på detta engagemang. Ett annat är det faktum att Paul Svensson är med på listan över världens 50 mest inflytelserika kockar inom det växtbaserade köket.

-        Detta är partnerskap när det är som bäst. Här blir bådas vår expertis till något större. Teamet på Nya Carnegiebryggeriet är fantastiska att jobba med och vi har samma drivkraft ”att inspirera till en mer medveten värld”. Allt detta ger mycket goda förutsättningar att ta fram nya innovativa produkter som skapar eko i framtiden, säger Karl Skoog, CMO på Fotografiska.