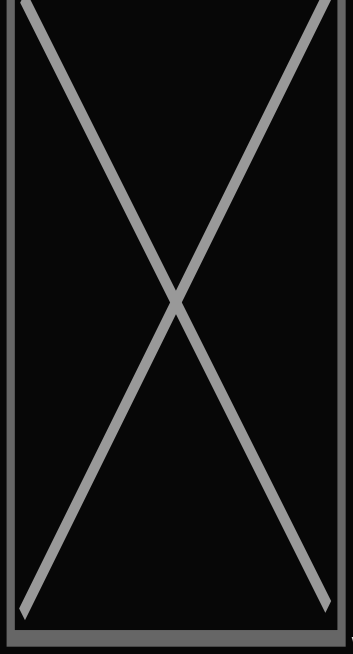
Brewers Gold, la nuova birra esclusiva per l'horeca di Warsteiner

brewers-gold-bottiglia-aa13ba52

Warsteiner Italia lancia la prima birra non filtrata e lo fa supportandola con una serie di azioni forti e concrete a sostegno della rinascita dell'ho.re.ca italiano. Il lancio di prodotto è avvenuto in anteprima tramite un evento digitale riservato ai distributori, nel quale è stata presentata sia la nuova birra che la piattaforma digitale, che mette in contatto gli appassionati di Warsteiner e i gestori dei locali. Un segno di dedizione al canale rafforzato dalla scelta di partecipare anche all'edizione digitale di Beer Attraction come sponsor, oltre che ospite in una delle tavole rotonde dell'International Horeca Meeting, dedicata alle innovazioni che cambieranno l'Horeca.

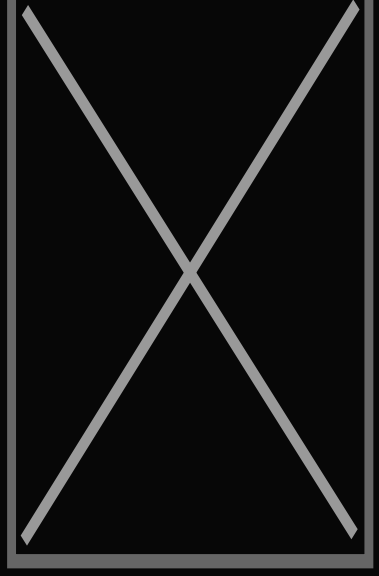
Il lancio di un prodotto nuovo e innovativo per il mercato delle lager tedesche dimostra la voglia di innovare, pur rispettando la propria tradizione. La Warsteiner Brewers Gold è una specialità lager non filtrata, leggermente ambrata, realizzata nel rispetto dell'Editto di Purezza, come da tradizione Warsteiner. Lanciata in esclusiva per il canale ho.re.ca, ciò che caratterizza questa Lager è il fatto di essere brassata con il luppolo Brewers Gold, preziosissimo luppolo autoctono europeo, che le conferisce note floreali, speziate e di ribes nero. Il grado di amaro è equilibrato e si abbina perfettamente alle note di caramello e miele, conferite dai malti Münchener e Pilsner.

"Warsteiner Brewers Gold è una birra molto innovativa, pur rimanendo aderente alla tradizione tedesca nello stile" ha detto **Lorenzo Dabove** in arte Kuaska, degustando questa birra. *"Il luppolo Brewers Gold è di tradizione inglese, lanciato da più di un secolo, ha fatto la fortuna anche di molti birrifici del Belgio, ma è quasi sempre utilizzato in dry hopping con malti chiari. Mi ha stupito l'idea di Warsteiner di utilizzare questo luppolo in bollitura in una birra ambrata, per le mie conoscenze si tratta di un utilizzo inedito soprattutto per la scena birraria tedesca. Consiglio Warsteiner Brewers Gold a chi vuole scoprire, grazie a questo luppolo speciale, un gusto nuovo, in una birra equilibrata, di facile bevibilità e anche innovativa".*



Warsteiner ha presentato in anteprima Brewers Gold ai propri distributori, agenti e clienti ottenendo un risultato eccezionale, sintomo della grande fame di novità del settore: alla presentazione – tenutasi lo scorso 26 marzo e fruibile esclusivamente su piattaforma digitale dedicata e su invito - hanno partecipato circa 1.000 fra responsabili e agenti di tutti gli oltre 100 partner distributivi di Warsteiner Italia. Un evento digitale molto speciale, realizzato come uno show televisivo, che ha visto la conduzione della giornalista Francesca Baraghini e la presenza di Kuaska e di Paolo Cevoli.

La seconda delle azioni messe in campo in Italia dal birrificio tedesco è il lancio della piattaforma web "Warsteiner Lovers": il luogo in cui gli appassionati possono letteralmente trovare e incontrare i locali in cui vengono servite le birre del gruppo Warsteiner. Ogni locale cliente può registrarsi, creare il proprio profilo inserendo informazioni come indirizzo, orari di apertura, informazioni di contatto, caricare il menù e la carta birre. Gli appassionati possono accedere e - attraverso la mappa – individuare il locale Warsteiner più vicino e consultarne il profilo.



“Abbiamo le idee molto chiare per il futuro” commenta l’amministratore delegato **Luca Giardiello**. *“Desideriamo che Warsteiner Brewers Gold sia il simbolo della ripartenza del nostro settore, per questo abbiamo deciso di lanciarla in esclusiva per l’Horeca. Non a caso abbiamo scelto di lanciare un prodotto nella categoria delle speciali, un trend in grande crescita, in linea con le esigenze dei consumatori, sempre più alla ricerca di birre sorprendenti nel gusto ma equilibrate e di facile bevibilità. Warsteiner Brewers Gold è disponibile in fusto 20 litri slim, bottiglia 33cl e lattina 50cl. Supportare significa innovare non solo nei prodotti, ma anche nei servizi, per questo abbiamo sviluppato l’innovativa piattaforma Warsteiner Lovers, per guidare i nostri consumatori, intercettati sui social network, alla scoperta dei nostri locali, dove poter consumare la Warsteiner. Per noi il digitale è l’occasione di rafforzare la partnership di filiera con i distributori di bevande, offrendogli strumenti di sell-out”.*

Warsteiner inoltre conferma la propria presenza al Beer Attraction 2021 come sponsor ed ospite. Nell’anno in cui Beer Attraction – la principale fiera di settore dedicata all’ho.re.ca. – deve svolgersi in forma digitale, Warsteiner non rinuncia infatti a dare il proprio intervento concreto. Sarà infatti ospite al convegno ITALGROB “Tutto il buono del Covid: le innovazioni che cambieranno l’Ho.re.ca.” che si terrà il 13 Aprile alle ore 10.45.