Swinkels Family Brewers: le new-entry di La Trappe, BrewDog e Uiltje Brewing Company

20250226122232-f7a3306-8e262c33

Special Blonde La Trappe, Black Heart e Juicy Luicy. Sono queste le nuove referenze di **Swinkels Family Brewers** rispettivamente appartenenti ai brand La Trappe, BrewDog e Uiltje Brewing Company, recentemente presentate a Beer and Food Attraction 2025.

«*Tra le altre referenze nel canale Horeca che offriamo ci sono **La Trappe Blond, La Trappe Dubbel, La Trappe Tripel e La Trappe Quadrupel***», spiegano a Mixerplanet **Luca De Zen,** ceo di Swinkels Family Brewers Italia**, e Dieter Lawers,** direttore commerciale export La Trappe**,** birrificio trappista situato nell'Abbazia di Nostra Signora di Koningshoeven a Berkel-Enschot, nei Paesi Bassi, che tra le altre cose vanta il marchio ATP "Authentic Trappist Product"

BrewDog, invece, è la prima craft beer internazionale dell'azienda, mentre Uiltje è la prima craft olandese. «*Per BrewDog lanceremo in Italia **Black Heart,** una Nitro Stout dal carattere deciso e di ottima bevibilità. Uiltje Brewing Company, birrificio craft olandese fondato nel 2012 ad Haarlem e noto per la sua creatività, presenta, invece, **Juicy Lucy, una NEIPA al 5,5% con** un profilo aromatico intenso e fruttato, caratterizzato da note tropicali*», continuano il ceo e il direttore commerciale.

Dal 2024, l'azienda ha deciso di gestire direttamente il canale horeca, senza intermediari, per rafforzare la propria presenza nel mercato. «*Il nostro obiettivo è fornire ai clienti esperienze di alta qualità, lavorando a stretto contatto con i nostri partner per organizzare eventi di degustazione, attività formative e campagne di attivazione mirate, oltre a partecipare a manifestazioni del settore, come è accaduto per Beer & Food Attraction 2025*», concludono De Zen e Lawers.

LE TENDENDENZE DI MERCATO E LE REFERENZE NO/LOW ALCOL

Swinkels Family Brewers lancia i suoi prodotti in un mercato caratterizzato da **innovazione e sperimentazione di nuovi stili, sapori ed ingredienti, e dalla richiesta di birre artigianali, locali e**

sostenibili.

«*La domanda di birre artigianali e locali è in aumento. I consumatori apprezzano sempre più l'autenticità e il legame con il territorio, scegliendo prodotti che raccontano una storia* - dichiarano il Ceo e il direttore commerciale -. *Ma non solo. Tra le tendenze è molto forte anche quella legata alla sostenibilità: i birrifici stanno adottando pratiche più ecologiche, come l'uso di ingredienti biologici e la riduzione degli sprechi*».

Inoltre, anche la domanda di **birre no e low-alcohol** continua a crescere, trainata dall'attenzione alla salute e al benessere, ma anche dalle recenti restrizioni del codice della strada. Ed è proprio in questo contesto che l'azienda propone una gamma di prodotti che rispondono alle nuove tendenze di consumo e alle esigenze delle nuove generazioni, come **Bavaria 0.0%.**

«*Bavaria 0.0% è una birra analcolica che offre il gusto e la freschezza di una birra tradizionale* - affermano De Zen e Lawers -. *Disponibile anche nella versione IPA, si distingue per il suo profilo aromatico e rinfrescante*». Bavaria 0.0% non è l'unica proposta analcolica dell'azienda.

Tra le referenze emergono anche **BrewDog Punk IPA AF (0,5% alc.), La Trappe Blond 0.0% e Uiltje Superb-Owl IPA AF (0,2% alc.).**

«*BrewDog Punk IPA AF (0,5% alc.) è una IPA con note di frutta tropicale e agrumi e un amaro persistente. La Trappe Blond 0.0% rappresenta la versione analcolica della classica Blond, mantenendo intatto il suo profilo ricco e complesso con sentori di malto e frutta. Uiltje Superb-Owl IPA AF (0,2% alc.), infine, è una IPA bilanciata, caratterizzata da profumi intensi di luppolo e frutta tropicale*», concludono il Ceo e il direttore commerciale.