Swinkels, a Rimini focus su analcoliche e gluten free

20260213120313swinkels-beerandfoodattraction

Ampliamento con nuove referenze della gamma Speciali (che resta il cuore dell’offerta), il lancio di una nuova proposta Premium in fusto e una crescente attenzione al segmento no alcohol. Sono le novità che Swinkels Italia metterà in mostra all'edizione 2026 di Beer&Food Attraction (Padiglione D7 – Stand 080), insieme all'intera gamma di prodotti dedicati all’ Horeca, che include 28 birre alla spina e un’ampia selezione di referenze in bottiglia e lattina, con brand come La Trappe, Cornet, Estaminet, Palm, Steenbrugge e BrewDog.

Tra i lanci che verranno svelati figurano Swinckels in fusto – superior pilsner espressione dell’heritage della famiglia e della qualità produttiva del Gruppo - e 8.6, strong lager dal gusto deciso che farà il suo ingresso ufficiale nel canale Horeca nel formato fusto e bottiglia, con un posizionamento dedicato a un target alla ricerca di intensità, carattere e originalità. Grande attenzione sarà inoltre riservata al segmento delle analcoliche, in linea con i trend di consumo in forte crescita e a conferma dell’impegno nel proporre soluzioni in grado di rispondere alle nuove esigenze di benessere e moderazione. In questo contesto, La Trappe - uno dei pochi birrifici al mondo a poter vantare il marchio ATP “Authentic Trappist Product” - presenterà due nuove referenze analcoliche: Epos - una bionda trappista 0,0%, e Nillis - una scura dal colore rosso rubino, ricca e corposa. Rilevante anche il segmento senza glutine, con l’introduzione di Bavaria e BrewDog Punk IPA Gluten Free, pensate per rispondere alle esigenze dei consumatori attenti a questo tipo di offerta.

Anche per BrewDog – il noto e rivoluzionario birrificio scozzese – e Uiltje - birrificio artigianale olandese noto per le sue birre creative e fortemente luppolate – sarà un anno di ulteriore sviluppo. In particolare, BrewDog oltre alla crescita di prodotti ormai sedimentati come Punk IPA e Wingman, rafforzerà la presenza di Black Heart, una Nitro Stout che unisce tradizione e carattere distintivo del brand, pensata per chi ricerca sapori unici e riconoscibili. Uiltje vedrà un’espansione e l’allargamento distributivo con un focus su Bird of Prey - l’iconica IPA - e Juicy Lucy - la Neipa rinfrescante dalle note

fruttate.

«*La partecipazione a Beer&Food Attraction rappresenta per Swinkels Italia un momento strategico per consolidare la nostra presenza sul mercato e confermare il percorso di crescita intrapreso nel canale Horeca* - dichiara Luca De Zen, ceo di Swinkels Family Brewers Italia - *Portiamo in fiera un portafoglio sempre più completo e articolato, capace di coniugare tradizione e innovazione, con un'attenzione particolare alle aree in maggiore evoluzione, come quello delle speciali premium e delle analcoliche. Il nostro obiettivo è offrire ai professionisti soluzioni di qualità, in linea con i nuovi stili di consumo e con le esigenze di un mercato in continua trasformazione*».