



IMPORTADORES Y DISTRIBUIDORES – SECTOR ALIMENTACIÓN Y HORECA
ALIMENTACIÓN, BEBIDA Y DROGUERÍA

• CATÁLOGO DE BEBIDAS •

ALICANTE

✉ INFO@TS-SPAIN.COM

☎ 988 88 01 07

☎ 669 79 11 24

ISLAS BALEARES

✉ MALLORCA@TS-SPAIN.COM

☎ 971 12 10 14

☎ 673 43 29 17

MÁLAGA

✉ MALAGA@TS-SPAIN.COM

☎ 952 00 07 73

☎ 619 76 72 87

PORTUGAL

✉ PORTUGAL@TS-SPAIN.COM

☎ 988 88 01 07

☎ +351 924 28 11 63

WWW.TS-SPAIN.COM



Tindale Distribuciones comenzó su recorrido en 1995, dedicados desde entonces a la importación de alimentación y bebidas. Actualmente nos dedicamos tanto a la importación y distribución como a la exportación de nuestros productos.

Contamos con 4 almacenes logísticos, **nuestro almacén y las oficinas centrales** están ubicadas en **La Nucía (Alicante)** y, además, disponemos de una **delegación en Palma de Mallorca**, otra delegación en **Andalucía**, así como un **almacén logístico en UK**.

Contamos con una **delegación en Portugal**, ampliando así nuestra presencia en el **mercado internacional**.

Esto nos permite estar más cerca de nuestros clientes en el país, una mayor presencia y ofrecer un servicio más personalizado y de mayor calidad.

Nuestra distribución está cubierta a **nivel nacional, Península y a nivel internacional**.

Disponemos de una amplia flota de vehículos de reparto así como varios colaboradores logísticos para poder cubrir todas nuestras entregas.





PRIMERAS MARCAS CERVEZAS, SIDRAS, VINOS Y DESTILADOS.

Tindale Distribuciones tiene la exclusividad de varias marcas británicas en el mercado Español. Trabajamos día a día para mejorar y ampliar nuestra gama de productos, contando con las marcas más vendidas y solicitadas por nuestros clientes.





Sidra premium británica, elaborada por una empresa familiar (Thatchers) en Somerset, Inglaterra, desde 1904.

Producida con manzanas de sidra tradicionales inglesas, con un proceso artesanal que combina tradición centenaria y tecnología moderna.

Se posiciona como una **sidra de calidad superior, auténtica y "craft"**, frente a sidras más industriales o genéricas.

Público objetivo

- Adultos 25-45 años, buscan autenticidad y producto premium (perfil similar a consumidor craft/vino).
- Canal on-trade (pubs, hostelería) y off-trade (tiendas especializadas, supermercados premium).

Disponemos de la siguiente gama, todas en lata de 440ml, excepto la Gold que es de 500ml:

- Gold
- Haze
- Cloudy Lemon
- Blood Orange
- Apple & Blackcurrant
- Juicy Apple
- Zero



White Claw es la **marca líder mundial de hard seltzer**, categoría que ella misma popularizó en 2016.

Es una **bebida a base de agua con gas, alcohol de caña de azúcar fermentada** (sin gluten) y un **toque de sabor natural de fruta**. Combina agua con gas, una base de alcohol propia y saborizantes naturales de fruta. Sin azúcares añadidos, ligera, sin colorantes ni ingredientes artificiales.

Público objetivo:

- Adultos jóvenes 25-40 años (millennials/Gen Z), consumo de ocio activo, terrazas, playa, festivales; busca alternativas ligeras a cerveza/combinados azucarados.

Nuestro surtido, 4 sabores que cubren los perfiles más demandados (4,5° · 330ml):

- Natural Lime
- Raspberry
- Mango
- Green Apple



Casillero del Diablo (Viña Concha y Toro, Chile, 1883), una marca icónica a nivel internacional que combina **tradición, calidad y prestigio**, con **presencia en más de 130 países** y consolidada como un auténtico embajador del vino chileno.

Casillero del Diablo destaca por su altísimo reconocimiento global y una sólida posición en mercados clave como Reino Unido, Irlanda, Holanda, Bélgica, Alemania, Chile, Brasil o México siendo reconocida como una de las marcas de vino más poderosas del mundo.

Público objetivo

- Consumidor de vino cotidiano: adultos 25-45 años, canal retail y HORECA, que valora calidad-precio consistente y el storytelling de marca más que la sofisticación enológica.

Nuestro surtido actual (75CL - 13,5°):

- Merlot
- Sauvignon Blanc
- Cabernet Sauvignon
- Chardonnay



Iron Maiden, cerveza y vino, ambos productos nacen de colaboraciones oficiales de la banda con productores especializados. Los dos llevan el nombre y la iconografía de Eddie, la mascota esqueleto de la banda, como eje central de marca.

Cerveza Trooper: Ale dorada-ámbar, con notas de malta y cítricos (toque de limón), retrogusto seco. Ideal para platos ingleses, embutidos y comida especiada.

Vino Darkest Red: Tinto intenso del Duero, envejecido en barricas de Oporto, con toques de mora, cereza negra, ciruela y especias. Botella con envoltorio ilustrado de Eddie, muy coleccionable.

Público objetivo:

- Fans de Iron Maiden y del rock/metal, 30-55 años, con poder adquisitivo para producto premium-coleccionable.
- Compra ligada a identidad de marca y merchandising, no solo al perfil de sabor.
- Canales: tiendas especializadas de bebida, retail con sección regalo, venta online oficial, bares y tiendas de música temáticas.



Echo Falls es una de las marcas mejor posicionadas para captar a bebedores jóvenes y no bebedores habituales de vino gracias a sus **productos afrutados y de menor graduación**.

Es una **marca de gran escala, la segunda marca de vino más grande en Reino Unido**, lo que da a los consumidores la confianza para probar nuevos estilos de vino.

Público objetivo:

- Mujeres 30+, que buscan disfrute, probar cosas nuevas y marcas de confianza
- Consumidores jóvenes (18-35, incluso menores de 28), muchos nuevos en la categoría del vino, que buscan sabores afrutados y fáciles de beber como puerta de entrada

Los formatos disponibles son botellas de 75cl:

- Echo Falls Chile Merlot (13.5º)
- Echo Falls Fruit Fusion Summer Berries (5.5º)
- Echo Falls Pinot Grigio Pink Rose (12º)
- Echo Falls Sauvignon Blanc (12.5º)
- Echo Falls Shiraz (13º)
- Echo Falls USA Pinot Grigio (11º)
- Echo Falls USA Chardonnay (11º)
- Echo Falls USA White Zinfandel Rosé (12.5º)



Hardys es una de las **marcas de vino más antiguas e icónicas de Australia**. Una marca que transmite al consumidor confianza y calidad constante.

Actualmente es la **marca de vino nº1 del Reino Unido**, con más de 3,8 millones de hogares que compraron una botella el último año (2026) y casi un millón de botellas consumidas cada semana. Tiene la mayor frecuencia de compra de cualquier marca de vino en el Reino Unido, y ha vendido más de 37,8 millones de litros en total.

Público objetivo:

- Consumidor adulto y transversal de vino que valora la marca reconocida, la calidad constante y una relación calidad-precio segura.

Los formatos disponibles son botellas de 75cl:

- Cabernet Sauvignon (13.5º)
- Chardonnay (11º)
- Pinot Grigio (12º)
- Rosé (11º)
- Sauvignon Blanc (13º)
- Shiraz (11º)
- Merlot (11º)



Jam Shed, la marca nace inspirada en un pequeño "cobertizo de mermelada" (jam shed) de un viñedo que elaboraba tanto mermeladas artesanales como vinos deliciosos.

Desde su lanzamiento en 2017, Jam Shed ha crecido su distribución a múltiples países del mundo, incluyendo Australia, Reino Unido, Europa, América, Canadá, LATAM y Asia, siendo **una de las 10 marcas principales de vino en el Reino Unido**.

Público objetivo:

- Bebedores de vino casuales, no expertos ni coleccionistas.
- Consumidores jóvenes/millennials que buscan vinos fáciles de beber, sin la solemnidad tradicional del vino.
- Perfil "Shed Heads": así llama la propia marca a su comunidad de clientes fieles, abiertos a probar nuevos sabores.

Los formatos disponibles son botellas de 75cl:

- Malbec 14%
- Rosé 11%
- Shiraz 12.5%
- Chardonnay 12%



Da Luca es una marca de **Prosecco italiano**, con uva Glera de la región del Veneto (norte de Italia).

Es un vino espumoso elaborado con uvas Glera de la región del Veneto de Italia, con un bouquet afrutado y floral que aporta aromas de manzana verde, pera y cítricos, con notas de madreselva y jazmín.

Público objetivo

- Adultos jóvenes-adultos (25-45 años), urbanos que buscan una alternativa asequible al Champagne para aperitivos y celebraciones informales.
- Canal HORECA: Formato mini 20cl ideal para consumo individual en bares y eventos.
- Retail y gran consumo: Buena relación calidad-precio y alta rotación en supermercados.

Los formatos disponibles:

- Da Luca Prosecco Mini 20cl · 11° vol.
- Da Luca Prosecco 75cl · 11° vol.
- Da Luca Sparkling Rosé 75cl · 11° vol



Villanella es una marca italiana de vinos pensada para el consumo cotidiano: fácil de beber, de buena relación calidad-precio y con un perfil aromático accesible.

Procede de una región italiana reconocida por producir algunos de los mejores vinos, con un terroir que da vinos jugosos y ricos, con un final fresco y limpio.

La marca ha recibido una medalla de plata del Beverage Tasting Institute, lo que refuerza su credibilidad de calidad pese a su posicionamiento económico.

Público objetivo

- Target amplio: 25-55 años, con ligera inclinación femenina en el caso del Prosecco (aperitivo, brunch, celebraciones informales).
- Consumidores de supermercado: buscan buena relación calidad-precio para el consumo semanal, no ocasiones especiales.
- Bebedores casuales: disfrutan el vino como acompañamiento social, sin buscar complejidad ni coleccionismo.

Los formatos disponibles:

- Pinot Grigio Puglia 75cl – 12° vol.
- Prosecco 75cl – 11° vol.



Salmon Club y Salmon Run, son Sauvignon Blanc de Marlborough, Nueva Zelanda, producidos por Ehrmanns en colaboración con productores neozelandeses seleccionados por su calidad.

Nueva Zelanda inventó este estilo de blanco moderno, cítrico, fresco y sin madera. Diferencia entre ambos:

- Salmon Club → perfil clásico: grosella espinosa, cítrico, mineral.
- Salmon Run → más fruta tropical, más redondo.

Público objetivo

- Consumidor de vino blanco de 30-55 años que busca "calidad accesible", el punto exacto entre el vino de entrada de gama y el premium.
- Perfil vegano/vegetariano cada vez más relevante en el lineal.
- Compradores que ya conocen y valoran el Marlborough Sauvignon Blanc como categoría (mercado con alta repetición de compra).



El vino **Waipara Hills** se elabora con **100% Sauvignon Blanc** procedente de viñedos de los valles de Wairau y Awatere, en la región de Marlborough.

Vino fresco y aromático, con notas de cítricos, fruta de la pasión y un toque herbáceo, acidez viva y un final limpio. Fácil de beber, con personalidad propia frente a los blancos tradicionales europeos.

Público objetivo

- Consumidor de 25-45 años, urbano, que busca vinos frescos y afrutados, no necesariamente clásicos.
- Cliente que ya conoce el Sauvignon Blanc europeo y quiere probar el estilo "Nuevo Mundo".
- Canal HORECA de gama media-alta y retail especializado/premium.
- Consumidor ocasional-social: aperitivo, verano, comidas informales con amigos.



Portillo es la **colección de entrada premium de Bodegas Salentein**, la bodega pionera y de mayor tamaño del Valle de Uco (Mendoza, Argentina).

Portillo reúne una colección de vinos cultivados en algunas de las altitudes más elevadas del planeta. La bodega se ubica dentro de la finca a 4.000 pies (unos 1.200 m) sobre el nivel del mar, y funciona por gravedad, con tres niveles que comienzan bajo tierra, un diseño pensado para un manejo suave de la fruta, evitando el bombeo que puede romper las semillas y generar amargor, además de reducir el riesgo de oxidación.

Salentein produce distintas líneas, siendo **Portillo el rostro joven, fresco y accesible de la casa**.

Público objetivo

- Consumidor de vino gama media, busca calidad de origen (Mendoza, altitud) sin pagar precio premium.
- Perfil demográfico: 30-55 años, consumo semanal u ocasional, sensible al ratio calidad-precio.

Los formatos disponibles son botellas de 75cl:

- Chardonnay 12,5°
- Malbec 13,5°
- Pinot Grigio 12,5°
- Sauvignon Blanc 12°





Nacido en 1987, **Don Melchor** fue el primer gran **vino icónico de Chile** y sigue siendo el **referente**. Elaborado en el prestigioso viñedo de Puente Alto, a los pies de la Cordillera de los Andes, cada cosecha es una declaración de excelencia.

Es un vino con historia y prestigio contruidos durante más de 35 cosechas. Guarda de más de 35 años, perfecto para el cliente que busca invertir, coleccionar o regalar algo memorable

Perfil aromático potente y sofisticado: frutos rojos, grafito, cassis, tabaco, una experiencia sensorial completa.

Público objetivo

- Consumidores premium/ultra-premium, 35+ años, con alto poder adquisitivo.
- Restauración de alta gama: steakhouses, restaurantes gourmet, cartas de autor.
- Enotecas y tiendas especializadas en vinos reserva/ultra-premium.
- Compradores de regalo corporativo de alto nivel.
- Coleccionistas e inversores en vino (por su potencial de guarda +35 años).
- Amantes del vino que valoran el prestigio, la exclusividad y el storytelling de marca.



Spritz and Roll, aperitivo italiano listo para beber (RTD), elaborado a base de vino espumoso, Aperol y refresco.

Combina el amargor y dulzor característico del Aperol con la efervescencia del vino espumoso y un toque de acidez de la soda.

Está capitalizando una tendencia de fondo, el crecimiento sostenido de las bebidas listas para beber (RTD) y de la cultura del aperitivo italiano, que ya no es una moda pasajera sino un hábito de consumo instalado en el mercado mediterráneo. Esto significa rotación garantizada, no una apuesta especulativa.

Público objetivo

- HORECA costero de alta rotación: bares, terrazas y chiringuitos en zonas turísticas mediterráneas (Algarve, Marbella, Baleares, Gibraltar), que necesitan velocidad y consistencia de servicio en temporada alta sin personal especializado.
- Retail/gran superficie: lineal de supermercado, dirigido al consumidor que quiere el aperitivo listo para disfrutar en casa o exteriores.
- Consumidor final: perfil joven-adulto, urbano, de estilo de vida mediterráneo, afín a la cultura del aperitivo italiano, que busca una experiencia social "lista para beber" en verano y ocasiones informales



El **whisky escocés** con historia real. Desde 1893, **Highland Queen** lleva el nombre de María, Reina de Escocia, y hoy es el blend oficial de la destilería Tullibardine, en pleno corazón de las Highlands.

Detrás de Highland Queen hay una destilería propia, no una malta anónima de tercero, y eso se nota: genera confianza inmediata en el punto de venta.

Su perfil suave, dulce y fácil de disfrutar —miel, manzana, toffee— lo convierte en la puerta de entrada perfecta para quien se inicia en el whisky o prefiere tomarlo en mezcla.

A esto se suma una relación calidad-precio muy competitiva, que garantiza una rotación rápida y un encaje natural en el lineal de "primer precio con marca reconocible". Y es un producto versátil: funciona igual de bien en retail que en el back-bar de hostelería.

Público objetivo:

- Consumidor de compra habitual, que busca fiabilidad sin pagar de más.
- Hostelería de alta rotación (bares, pubs, eventos) que necesita un blend de entrada de confianza.
- Comprador de gran superficie que valora marca + historia por encima de blancas genéricas.



Tequila Rose es el **licor de cream con tequila más icónico del mercado**, una fusión única de tequila premium y crema de fresa que sorprende en cada sorbo.

Su color rosa vibrante y su textura suave lo convierten en un producto que destaca solo por estar en la estantería, no necesita presentación, se vende por impacto visual.

Con 15° de graduación, ofrece una experiencia indulgente y divertida, perfecta para el consumidor que busca algo diferente a la ginebra o el vodka de siempre.

Público objetivo

- Mujeres 18-35 años, consumidoras de RTDs y licores de sabor. Buscan experiencias sociales, compartibles y alternativas "divertidas" a la coctelería clásica.
- Perfil de compra impulsiva y emocional, atraídas por el packaging y el color.
- Consumidoras activas en redes sociales, sensibles a tendencias virales/TikTok.

Los formatos disponibles:

- Tequila Rose 70 cl (15°)
- Tequila Rose mini 50ml (15°)
- Tequila Rose 200ml (15°)
- Tequila Rose 50 cl (15°)



Shots de vodka listos para beber, en formato mini (20ml), pensados para el **consumo rápido, festivo y compartido**.

Combinan una base de vodka con una gama de sabores frutales y llamativos —fresa, manzana ácida, frutos del bosque, tropical, azul— en botellitas de colores vivos que destacan en cualquier lineal o barra.

Su enfoque en variedad de sabores y facilidad de uso los convierte en una opción favorita para eventos sociales y reuniones. Formato práctico, precio accesible y rotación rápida: el producto de impulso perfecto para punto de venta y ocasión de consumo inmediata.

Público objetivo:

- Jóvenes adultos (18-30 años) buscando opciones económicas y divertidas
- Canal HORECA joven (pubs, discotecas, festivales)
- Compra por impulso en retail y conveniencia

Los formatos disponibles:

- Cool Shots Vodka x5
- Cool Shots Vodka x25





AGAVE BOOM

Agave Boom es un **margarita RTD (ready-to-drink) premium** elaborado con 100% vino de agave, producido por Casa Maestri, la octava destilería de tequila más grande de México.

Cada botella está elaborada con agua manantial volcánica pura y el producto es certificado como marca de propiedad femenina, kosher y sin gluten.

Público objetivo:

- Edad: 25-40 años, estilo de vida social activo.
- Perfil: Buscan "premium sin esfuerzo", calidad sin complicaciones.
- Canal: Retail moderno, conveniencia, festivales.
- Driver de compra: Sabor llamativo, formato práctico, ABV moderado-alto.
- Sensibilidad a marca con storytelling (origen mexicano, fundadora mujer) e inclusividad (kosher/sin gluten).

Los formatos disponibles:

- Passion Fruit
- Mango Chamoy
- Strawberry
- Lime



VK es el RTD (ready-to-drink) que se hizo icónico en el circuito de ocio nocturno británico. Una **marca ya reconocida en UK**.

Sabor intenso, formato práctico de botella y una actitud desenfadada que conecta directamente con el consumidor joven que busca diversión sin complicaciones.

VK combina alta rotación gracias a su precio de impulso y formato individual, con una colorimetría fuerte que le da visibilidad directa en nevera sin necesidad de publicidad adicional.

Público objetivo:

- Consumidor de 18-30 años, entorno de ocio nocturno, festivales y eventos, buscador de experiencia social.
- Alta sensibilidad al packaging y al color: la compra es muy visual e impulsiva.
- Perfil mixto género, fuerte tracción en el segmento femenino joven en el mercado UK.
- Cliente de conveniencia, gasolineras, discotecas, festivales y grandes superficies con lineal de RTD.

Los formatos disponibles:

- Ice
- Blue
- Orange & Passionfruit
- Strawberry & Lime



LE COQ es la gama de cócteles preparados de origen estonio que convierte cualquier momento en fiesta, botella de 33cl pensados para servirse bien fríos y listos en segundos.

Una gama pensada para el consumo inmediato y social, perfecta para el lineal de bebida lista para beber (RTD), con una rotación alta gracias a su formato individual, su precio accesible y su amplio abanico de sabores que cubre todos los gustos de un lineal de gran consumo.

Público objetivo:

- Jóvenes adultos (18-30 años) que buscan una alternativa fácil y sin complicaciones al cóctel tradicional, consumo social.
- Compradores de conveniencia/impulso: quien busca algo listo para beber sin preparación.
- Perfil "curioso de sabores": consumidores que rotan entre referencias y buscan variedad dentro de una misma marca de confianza.
- Target transversal en punto de venta: desde el consumidor ocasional de supermercado hasta el cliente de tienda de conveniencia o gasolinera que busca un "premio" rápido.

Los formatos disponibles:

- Cosmopolitan
- Piña Colada
- T-Quila Sunrise
- Sex on the Beach
- Margarita
- Blue Lagoon
- Mojito Classic



All Shook Up trae los cócteles de siempre, listos para disfrutar en cualquier momento y lugar. Sin coctelera, sin medidas, sin complicaciones: solo abrir y servir.

Formato individual de 250ml, perfecto para consumo inmediato, con una graduación suave (4°) que lo hace accesible a un público amplio.

Público objetivo

- Jóvenes adultos (18-35) buscando cócteles RTD sin complicaciones. Buscan graduación suave (4°) para sesiones largas y consumo casual.
- Consumo social: terrazas, piscina, eventos al aire libre.
- Compra por impulso en conveniencia y supermercado.
- Perfil mixto, con especial atractivo para público femenino por los sabores afrutados.

Los formatos disponibles:

- Passion Fruit Martini
- Strawberry Daiquiri
- Piña Colada
- Mojito





Abbot Ale, un icono británico con más de 70 años de historia, en formato lata para el consumidor moderno.

La ale más reconocida de Greene King, la cervecera independiente más antigua de Reino Unido. Color ámbar profundo, cuerpo maltoso y un toque frutal que la convierte en la ale de referencia para quienes buscan una cerveza "de verdad", con carácter y tradición inglesa en cada lata.

Público objetivo

- Hombres y mujeres 35-55 años, consumidores habituales de cerveza con mayor poder adquisitivo.
- Perfil "anglófilo": aprecian productos británicos auténticos (té, whisky, snacks importados).
- Buscan alternativa a lagers comerciales, sin llegar al perfil "craft beer" más joven.
- Consumidor de ocasión: cena en casa, aperitivo de fin de semana, maridaje con carnes o quesos.
- Compradores en sección de cervezas de importación/premium, no en lineal de gran consumo.
- Sensibles a "storytelling" de marca: historia, tradición, premios.



Nacida en 1979 en Abingdon (Oxfordshire) para conmemorar el 50º aniversario de la fábrica de MG, **Old Speckled Hen es hoy la ale premium más vendida del Reino Unido**, exportada a más de 43 países.

Un producto con historia real, no una etiqueta inventada: eso es exactamente lo que buscan los consumidores de craft/premium en el lineal.

Público objetivo

- Adultos 30-55 años, poder adquisitivo medio-alto.
- Anglófilos y consumidores de importación británica auténtica.
- Bebedores que buscan sabor y cuerpo, no cerveza de sesión rápida.
- Retail moderno con lineal de importación premium.
- HORECA: pubs british style y gastrobares.



Faxe es una marca de **cerveza danesa** con más de un siglo de historia, nacida en la pequeña localidad de Faxe (Dinamarca).

Desde sus inicios como cervecería familiar, la marca ha crecido hasta convertirse en un referente de exportación dentro del grupo Royal Unibrew, llegando hoy a mercados de toda Europa, África y más allá.

Su posicionamiento se apoya en un espíritu "bold" (atrevido, sin concesiones). Una marca directa, auténtica y con personalidad propia, que apuesta por sabores intensos y una imagen visual reconocible (el icónico vikingo en sus latas).

Público objetivo

- Consumidor joven-adulto, auténtico y desenfadado, que valora marcas con personalidad propia.
- Comprador de canal de conveniencia y proximidad (gasolineras, tiendas de barrio), sensible a formato grande y precio.
- Amante de la lager tradicional europea que busca una opción con más carácter que las marcas convencionales.

Los formatos disponibles:

- Faxe Premium 11.3% - 1L
- Faxe Extra Strong 18.2% - 1L



Hobgoblin, la ale británica con más carácter del mercado. Marca insignia de Wychwood Brewery (Oxfordshire), con más de 30 años de historia y **una de las cervezas ale más vendidas del Reino Unido**.

Reconocible al instante por su icónica mascota goblin, Hobgoblin combina la tradición cervecera británica con una actitud desenfadada y "sin disculpas" que la diferencia claramente de las lagers genéricas.

Público objetivo

- Consumidores de cerveza que buscan sabor y carácter, no solo refresco.
- Perfil amplio 25-50 años, con especial fuerza en el bebedor habitual de ale/craft.
- Clientes que valoran el storytelling y la autenticidad británica en el producto.
- Tanto retail (lineal de gran consumo) como canal HORECA especializado en craft/import.

Los formatos disponibles:

- Hobgoblin Gold 4.2% ABV 500ml
- Hobgoblin Ruby 4.5% ABV 500ml
- Hobgoblin IPA 5.0% ABV 500ml





La IPA inglesa de toda la vida, hecha simple y con carácter. **Greene King IPA** es la cerveza insignia de una de las cerveceras más icónicas del Reino Unido, con más de 200 años de historia en Bury St Edmunds.

Ligera, fácil de beber y con ese punto de lúpulo herbal que la hace reconocible al instante, perfecta para quien busca sabor sin complicaciones, formato de 500ml y una graduación de 3.6% ABV.

Es un producto versátil tanto para el lineal de retail como para el canal HORECA, respaldado por una marca de gran reconocimiento y fuerte legado británico, presente en pubs y hogares de todo el Reino Unido.

Público objetivo

- Adultos de 30-55 años, consumidores habituales de cerveza.
- Amantes de la cultura de pub británica y productos con herencia UK.
- Buscan una IPA de sesión con carácter, sin la intensidad de una IPA americana.
- Consumo tanto en HORECA de estilo inglés y zonas turísticas UK como en retail de cerveza de importación.





IMPORTADORES Y DISTRIBUIDORES – SECTOR ALIMENTACIÓN Y HORECA
ALIMENTACIÓN, BEBIDA Y DROGUERÍA

• CATÁLOGO DE BEBIDAS •

ALICANTE

✉ INFO@TS-SPAIN.COM

☎ 988 88 01 07

☎ 669 79 11 24

ISLAS BALEARES

✉ MALLORCA@TS-SPAIN.COM

☎ 971 12 10 14

☎ 673 43 29 17

MÁLAGA

✉ MALAGA@TS-SPAIN.COM

☎ 952 00 07 73

☎ 619 76 72 87

PORTUGAL

✉ PORTUGAL@TS-SPAIN.COM

☎ 988 88 01 07

☎ +351 924 28 11 63

WWW.TS-SPAIN.COM