vinetur

Belvedere lanza Dirty Brew, un vodka orgánico con café para el verano

La marca apuesta por una bebida de 30% con perfil tostado y uso en coctelería y postres

jueves 9 de julio de 2026



Belvedere ha presentado Belvedere Dirty Brew, una nueva referencia que une vodka orgánico de centeno y café robusta orgánico tostado. La marca lo sitúa como una propuesta para el verano, pensada para tomarse muy fría, sola o con hielo, y también para su uso en algunas preparaciones gastronómicas y de coctelería.

El lanzamiento parte de una idea clara: acercar el perfil del café a un destilado de 30% de graduación alcohólica. Según la información facilitada por la compañía, el producto combina la base habitual de Belvedere Organic Vodka con granos de café robusta orgánicos tostados. El resultado, según la firma, busca ofrecer una textura sedosa y un sabor marcado por notas de café tostado, espresso, chocolate negro y toffee.

La empresa explica que el nombre Dirty Brew hace referencia tanto al carácter del producto como a la técnica del “dirty coffee”, una preparación en la que se añade un espresso a un líquido claro para oscurecerlo. Con esa referencia, Belvedere vincula este nuevo lanzamiento al mundo del café y a una forma de consumo más informal, sin abandonar el segmento de destilados de gama alta en el que opera la marca.

La botella acompaña esa idea. Belvedere ha optado por un diseño negro mate con detalles dorados. La firma señala que el acabado negro remite al universo del café, mientras que los elementos dorados aluden al centeno y a la identidad visual habitual de su vodka orgánico.

François-Xavier Desplancke, presidente y consejero delegado de Belvedere Vodka, ha explicado en la presentación del producto que la marca mantiene una línea de innovación ligada a su apuesta por ingredientes certificados como orgánicos. En sus palabras, Dirty Brew pretende unir el mundo de los destilados de lujo con la elaboración del café en una categoría propia dentro del mercado.

Belvedere insiste en que toda su producción se apoya en materias primas con certificación orgánica y sitúa este lanzamiento dentro de esa misma política. La compañía subraya que cada ingrediente ha sido elegido bajo sus estándares de elaboración y control.

Más allá del consumo directo, la marca propone Dirty Brew para recetas sencillas. Entre ellas cita el affogato, el postre italiano que mezcla helado y café, al que este vodka puede aportar un componente alcohólico y un refuerzo del sabor tostado. Con ello, Belvedere busca abrir espacio no solo en bares y coctelerías, sino también en restauración y consumo doméstico ligado al postre.

El movimiento responde a una tendencia visible en bebidas espirituosas: la búsqueda de perfiles aromáticos reconocibles para un público que ya conoce sabores como el café, el cacao o la vainilla y los incorpora con facilidad a su consumo ocasional. En ese escenario, las marcas intentan ampliar su oferta con productos híbridos entre categorías clásicas y referencias aromatizadas o infusionadas.

Belvedere Dirty Brew llega así como una extensión de marca con un perfil muy definido. La firma lo presenta como un vodka para beber frío y en servicios simples, sin necesidad de mezclas complejas, aunque con margen para aplicaciones gastronómicas. Su principal argumento comercial es la unión entre vodka orgánico y café robusta en una botella pensada para reforzar esa identidad desde el primer vistazo.