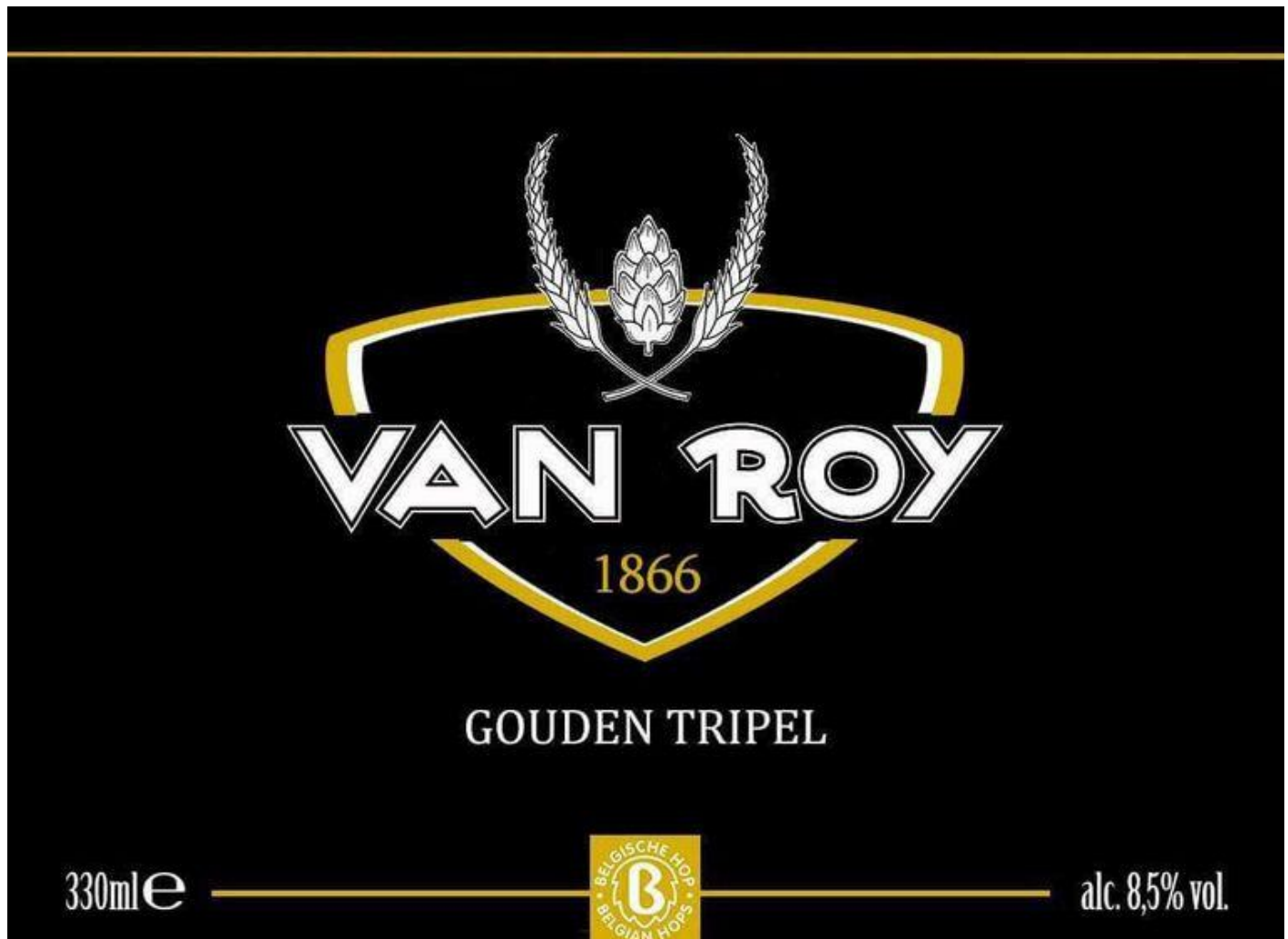


# Van Roy herleeft met allemansbier

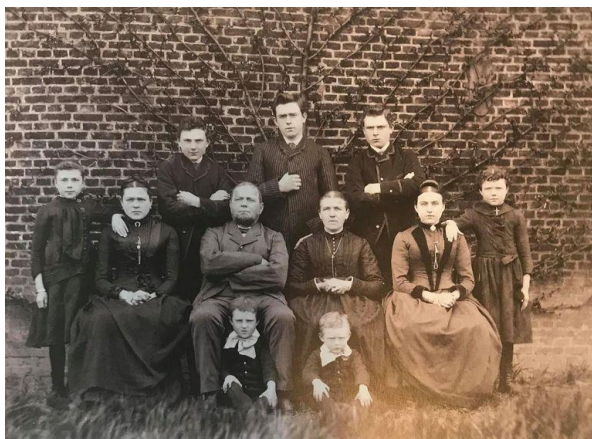
## EERSTE VROUWELIJKE BROUWER LANCEERT GOUDEN TRIPEL



Met een Gouden Tripel blaast Caroline Van Roy (37) brouwerij Van Roy nieuw leven in. “Bij het faillissement in 1997 werd het logo van de brouwerij verkocht. Maar ons brouwersbloed hebben we behouden”, zegt de achterachterkleindochter van stichter Pieter Jozef.

Brouwerij van Roy, met ooit 370 werknemers, ging in 1994 een eerste keer failliet. Er werd een nieuwe vennootschap opgericht en de brouwerij ging verder onder de naam Wieze Het Anker en gaf werk aan 50 mensen. Toch ging de productie achteruit van 120.000 hectoliter naar 30.000 hectoliter, onder meer door het verlies van contracten met supermarkten. In 1997 werd de brouwerij opnieuw failliet verklaard. De toen 16-jarige Caroline Van Roy voelde toen al dat ze de brouwerij ooit nieuw leven zou inblazen.

“Ik ben opgevoed bij mijn grootouders en als klein meisje vertoefde ik dagelijks in de brouwerij. Terwijl andere kinderen in de zandbak speelden, leerde ik pintjes tappen. Ook de Oktoberfeesten in Wieze herinner ik mij nog levendig. Die herinneringen heb ik altijd gekoesterd. Het was een levensdroom om het werk van mijn voorvaders verder te zetten en in ere te houden. Op een bierproefavond in drankenhandel Surprise in Herdersem gaf ik mijn droom te kennen aan zaakvoerder Marc Van Landuyt. Marc besprak mijn droom met zijn goede vriend en brouwer Marc De Bondt en begin dit jaar was het eerste proefbrouwsel een feit. Meteen ben ik ook de eerste vrouw in de familie die brouwt”, vertelt Caroline trots.



Pieter Jozef Van Roy, stichter van de brouwerij



Caroline krijgt hulp van Marc Van Landuyt en Marc De Bondt voor de lancering van de Gouden Tripel.

## Eerbetoon

De Gouden Tripel van Caroline is in de eerste plaats een eerbetoon aan de voorvaders Van Roy en vooral aan alle Wiezenaren. “Het product is zoveel meer dan alleen bier, het is geschiedenis. Voor de samenstelling gingen we heel zorgvuldig te werk. We werken enkel met Belgische ingrediënten, ook de hop. De opzet was om een vlotte drinker met een volmondige smaak te bekomen, een ‘allemandsbier’ zeg maar. We kozen voor een samenwerking met familie brouwerij De Graal in Brakel. De familie Van Roy had vroeger in die gemeente immers de water- en limonadefabriek Koningsbronnen”, legt Caroline uit.

Net als haar grootvader Jan Van Roy sprak ook Caroline bevriend tekenaar Wim Cooreman aan voor de creatie van het etiket. “Letterlijk tussen pot en pint werd het logo geboren. Ik maakte enkele schetsen en Wim goot alles in een professioneel kleedje: strak, simpel en duidelijk. Het goud staat voor het koninklijke en parelend goud van het bier. De driehoek is een symbool dat veel werd gebruikt op oude etiketten. Hop en graan verwijzen naar de liefde voor het product”, besluit Caroline.