

### Boissons Delame ôte la capsule

► La jeune entreprise spécialiste des vins bio lance deux nouveautés dénichées dans le vignoble du Val de Loire. Il s'agit d'un rouge à base de malbec et d'un blanc issu de chenin qui sont élaborés en IGP val-de-loire. Boissons Delame profite de ce lancement pour aller un peu plus loin dans l'éco-conception de ses packs. La capsule disparaît en effet de la bouteille pour atténuer l'empreinte carbone du négociant. Une mesure appliquée au reste de la gamme.

**Contenance :** 75 cl **PVC indicatif :** 7,95 €



### Tourtel Twist croque une nectarine

► Nouvelle année, nouveau parfum ! Après les saveurs ananas-citron en 2020 et fraise-rhubarbe en 2021, la marque de bières sans alcool du groupe Kronenbourg accueille une référence à la nectarine, accompagnée de notes de citron vert. Soit la douzième variété disponible dans la gamme Tourtel Twist. Cette recette à la robe jaune est proposée, comme ses aînées, en basket pack de six bouteilles de 27,5 cl décapsulables à la main.

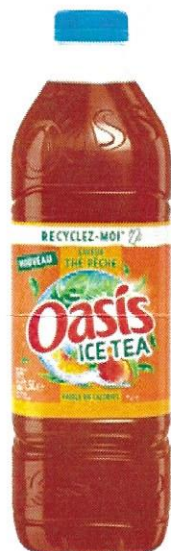
**Contenance :** 6 x 27,5 cl **PVC indicatif :** 4,35 €



### Red Bull ramène sa fraise

► Le leader des energy-drinks déploie son offre estivale. Au programme de cette Summer Edition : une référence aromatisée abricot-fraise. Red Bull mise sur une montée en diffusion rapide de cette déclinaison fruitée et rafraîchissante. Laquelle sera accompagnée d'un plan de soutien puissant avec notamment une apparition en pub TV sur le mois de mai, mais aussi des mises en avant en magasins, de l'échantillonnage, etc.

**Contenance :** 25 cl **PVC indicatif :** 1,19 €



### OASIS S'ATTAQUE AU THÉ

► La signature de boissons aux fruits plates de Suntory Beverage & Food France (SBFF) se diversifie. Oasis investira ainsi le créneau des thés glacés à compter du mois de mai prochain. Une référence unique sera commercialisée : un thé noir saveur pêche, le parfum star du rayon. À cette occasion, Oasis innove avec un format 1,5 l, une contenance inédite pour la marque aux P'tits Fruits. Cette offre sera soutenue en médias, notamment digital, ainsi qu'en points de vente via des animations et des dégustations.

**Contenance :** 1,5 l

**PVC indicatif :** 1,79 € **LE PLUS** SBFF se positionne sur le segment des thés glacés mainstream qui représente la majeure partie des ventes et réalise de belles performances. **LE MOINS** Avec une seule recette, Oasis devra travailler sa visibilité au rayon des thés.



### HENDRICK'S INNOVE CHEZ CARREFOUR

► William Grant & Sons France tente un pari cette année en proposant l'édition limitée annuelle d'Hendrick's dans les enseignes du groupe Carrefour. Depuis trois ans, la marque écossaise signe une cuvée spécifique au sein de son « Cabinet de Curiosités ». Après midsummer solstice en 2020 et lunar en 2021, la nouvelle expression se nomme neptunia. Imaginé par la maître distillatrice Lesley Grace, ce gin titrant 43,4° met en lumière le littoral écossais en y incluant des plantes botaniques côtières. Côté packaging, la bouteille noire opaque qui a fait la renommée d'Hendrick's est conservée. Elle arbore une étiquette sur laquelle trône Neptune, le dieu des eaux vives et des sources dans la mythologie romaine.

**Contenance :** 70 cl **PVC indicatif :** 45,90 €

**LE PLUS** Bien implanté, Hendrick's peut développer sa notoriété grâce à ce type d'innovations. **LE MOINS** Un positionnement ultra-premium qui restreint naturellement la cible.

### CASTEL AJOUTE UN ZEST À VERY

► Sur un segment des BABV toujours en recul, le leader de la catégorie lance VeRy Zest, une boisson gazeifiée aromatisée à base vin. Ce n'est pas la première fois que Castel fait pétiller sa marque mais cette nouvelle formule est plus légère en alcool (6,5°) que la version originale. De plus, le produit est présenté en petite bouteille verre assortie d'une capsule qui peut être retirée à la main de la même manière que Tourtel Twist. VeRy Zest est le fruit de deux années d'études qualitatives, quantitatives et sensorielles réalisées auprès de 700 consommateurs pour redynamiser le marché. « Avec VeRy Zest, nous replaçons le vin au cœur de l'apéritif et l'ouvrons à tous à travers une offre claire et décomplexée », explique Thalia Caffa, chef de groupe chez Castel Frères. Le concept repose sur la fraîcheur tout en préservant la gourmandise. La nouveauté est proposée en deux parfums : rosé pamplemousse et blanc citron vert.

**Contenance :** 6 x 25 cl **PVC indicatif :** 5,95 € **LE PLUS** Les nouvelles générations affectionnent particulièrement ce type de format. **LE MOINS** Cette innovation pourrait être confondue avec une bière aromatisée.

