

LA SÉLECTION DE LSA BOISSONS ALCOOLISÉES III

Bières, vins, spiritueux ou champagnes poursuivent leur montée en gamme, à travers de nouvelles aromatisations ou de nouveaux packagings.

Pacific se rafraîchit avec une menthe

La marque d'anisé sans alcool de Ricard étend sa gamme aromatisée avec une septième référence : Pacific Menthe fraîche. Avec ce nouveau parfum, la première marque d'apéritif anisé sans alcool, avec une part de marché de 30,9 % en volume et 47,6 % en valeur, espère recruter des consommateurs.



La gamme des aromatisés, créée en 2010, a permis à Pacific, lancée en 1982, de renouer avec la croissance, affichant + 6,2 % en volume et + 7,8 % en valeur (Nielsen, CAM à fin février 2013, d'après Ricard). Son prix de vente conseillé est de 4,95 €.

Rosé et pieds en éventail

Plaimont Producteurs propose un rosé si décomplexé que ce côtes-de-gascogne est baptisé

Les Pieds en éventail. Qualifié de frais, vif et fruité, ce rosé issu d'un assemblage de trois cépages

- cabernet sauvignon, merlot et cabernet franc - se veut un vin à déguster à l'apéritif et lors d'un repas typique des beaux jours : barbecue ou encore cuisines du monde. Environ 3 €.



Grimbergen à la poire

À partir de juin apparaîtra dans les linéaires une Grimbergen (Brasseries Kronenbourg) à la poire. Une version aromatisée qui remet au goût du jour une vieille tradition de cette bière d'abbaye, car, au Moyen Âge, les monastères abritaient de nombreux vergers abritant des poiriers. Et ces fruits étaient incorporés dans la recette de la bière. Ce lancement exclusif à la grande distribution sera soutenu sur plusieurs radios cet été. Le prix de vente conseillé est de 5,07 € le pack de 6x25 cl.

90 ans et toujours breton

Pour son 90^e anniversaire, le cidre Loïc Raison sort une bouteille en exclusivité chez Monoprix. Un format de 33 cl avec une étiquette originale,



reprenant les codes noir et blanc du drapeau breton. Elle existe en version cidre brut et cidre doux. À noter que Louis - et non, Loïc - Raison a réellement existé. Il était épicier quand il a commencé une activité de négoce de cidre... en 1923. La marque appartient maintenant au groupe Agrial depuis 2004. Le prix de vente conseillé est de 1,30 € les 33 cl.

Hoegaarden rosée et givrée

Hoegaarden rosée est la dernière-née de cette marque de bières (AB InBev). Lancée en 2012, cette nouveauté a déjà recruté 700 000 foyers. AB InBev a décidé de la décliner dans une grande bouteille de 75 cl à l'aspect givré. Un format de partage qui se vend bien au rayon bières. Environ 3,50 €.



Pelforth au citron

Heineken lance le segment des boissons maltées au jus de citron. Une innovation créée en Autriche et appréciée en Europe de l'Est. Après avoir adapté la recette à chaque marché, la marque sort Pelforth Radler [panaché en allemand, NDLR] en Europe de l'Ouest. La version hexagonale contient 50 % de jus de citron et est un peu moins sucrée que dans d'autres pays. Prix de vente conseillé : 3,20 €, les 6x25 cl.



Le consultant Hubert de Bouard sollicité par la grande distribution

Le négociant bordelais Yvon Mau a fait appel à Hubert de Bouard, consultant et copropriétaire du prestigieux saint-émilion Château Angélu, pour la conception d'une gamme de vins de bordeaux positionnée sur le milieu de gamme. Baptisée Révélation, elle compte sept châteaux, dont deux en AOC bordeaux, avec des prix de vente qui devraient être compris entre 4,70 € et 8,60 €.

