vinetur

1800 Tequila lance un extra añejo à 11 000 $ en série de 50 coffrets

La bouteille en édition limitée, présentée dans un carafon de Pedro Friedeberg, pousse la marque plus loin sur le marché des spiritueux d’agave de luxe à collectionner.

jeudi 13 août 2026



1800 Tequila a annoncé jeudi le lancement d’un tequila extra añejo à 11 000 $, en série de 50 coffrets, une sortie qui place la marque sur le petit mais en croissance marché des spiritueux d’agave ultra-luxueux, vendus autant pour leur design et leur attrait de collection que pour ce qu’ils contiennent.

Cette nouvelle cuvée s’appelle 1800 Colección Tequila Mono Laberinto Doble. Elle est présentée dans un carafon en nickel créé par le défunt artiste mexicain Pedro Friedeberg et proposée en précommande sur le site de la marque. La bouteille rejoint la gamme Colección de la société, une série qui associe des éditions limitées de tequila à l’art et au design mexicains.

Le spiritueux qu’elle contient est un extra añejo, la catégorie utilisée pour les tequilas élevés plus de trois ans. Selon 1800, la tequila a été élaborée à partir d’agaves cuits lentement dans des fours en maçonnerie avant distillation. Elle a ensuite vieilli pendant au moins trois ans dans un mélange de fûts de chêne américain neufs à chauffe moyenne et forte et de fûts de chêne français ayant auparavant contenu de l’Amarone, le vin rouge italien.

1800 décrit la tequila avec des notes de chêne, d’agave cuit, de miel, de prune et de vanille. La société n’a pas positionné cette sortie comme un produit destiné à la grande distribution. Au contraire, la faible production et le prix laissent entrevoir une stratégie tournée vers les collectionneurs et les acheteurs qui considèrent les spiritueux haut de gamme comme des objets de luxe.

Cette approche est devenue plus courante dans l’alcool premium ces dernières années, surtout dans le whisky, où les producteurs lancent régulièrement des carafes en édition limitée et des millésimes rares à des prix à cinq chiffres. La tequila compte moins de sorties à ce niveau, mais plusieurs producteurs cherchent clairement à aller plus loin sur le marché du luxe en associant vieillissement prolongé, rareté de l’offre et collaborations avec des artistes.

Pour 1800, le lien avec Friedeberg est au cœur du lancement. L’artiste a d’abord travaillé avec la marque en 2017 dans le cadre de la 1800 Milenio Artist Series au Mexique. La société a indiqué que Mono Laberinto Doble faisait partie des derniers projets qu’il a achevés avant sa mort au printemps dernier. Friedeberg était connu pour une œuvre nourrie par l’architecture, la géométrie et des formes visuelles surréalistes, et 1800 a précisé que le carafon s’inspirait de ses premières rencontres avec l’architecture.

« L’œuvre de Pedro a toujours existé à l’intersection de l’imagination, de l’identité et de l’héritage, et cette dernière déclinaison de la série 1800 Colección Tequila ne fait pas exception », a déclaré Patrick Charpenel, directeur exécutif de El Museo del Barrio, dans un communiqué diffusé par la marque. Il a décrit le carafon comme à la fois un hommage à l’héritage de l’artiste et un signe de la longue relation entre 1800 Tequila et l’art mexicain.

Le lancement s’accompagne aussi d’un lien éditorial connexe. 1800 a indiqué que cette sortie coïncidait avec la parution de « The Art of Tequila: Spirit of Mexico », un nouveau livre Assouline qui relie la tequila à la culture mexicaine, au savoir-faire et à l’art visuel. Associer une bouteille de luxe à un beau livre est un autre signe de la manière dont les grandes marques de spiritueux cherchent à inscrire certains produits dans un marché de style de vie plus large plutôt que dans le seul secteur des boissons.

1800 fait partie de ce secteur depuis des décennies. La tequila a été lancée à la fin des années 1960 par la famille Beckmann, la même famille derrière José Cuervo et d’autres marques de boissons, dont Maestro Dobel, Reserva de la Familia et Bushmills. La gamme actuelle 1800 comprend des expressions blanco, reposado et cristalino, ainsi que des tequilas aromatisées, mais cette sortie se distingue du reste de l’offre par son âge, son emballage et son prix.

La société n’a pas annoncé de mise sur le marché plus large au-delà de l’allocation de 50 coffrets. À 11 000 $, Mono Laberinto Doble entre dans un segment où la provenance, la signature artistique et la rareté sont susceptibles de compter autant que les détails de production. Pour les producteurs de tequila, ce segment reste modeste, mais il continue d’offrir un moyen de rehausser le profil de la catégorie auprès des collectionneurs, qui se sont longtemps davantage intéressés au Scotch haut de gamme, au bourbon et au cognac.