vinetur

Christina Aguilera prend une participation au capital de BEAU JOIE Champagne

Elle sera directrice créative mondiale alors que la marque met en avant des cuvées à faible teneur en sucre ajouté, voire sans sucre ajouté, aux États-Unis.

jeudi 10 septembre 2026



BEAU JOIE Champagne a annoncé jeudi que la chanteuse Christina Aguilera a pris une participation au capital de l'entreprise et qu'elle en sera la directrice créative mondiale, un mouvement qui offre à la marque de Champagne de luxe un partenaire très en vue alors qu'elle cherche à se développer sur le marché américain avec des produits à faible teneur en sucre ajouté, voire sans sucre ajouté.

L'annonce est venue de Toast Spirits LLC, le propriétaire, importateur et commercialisateur de BEAU JOIE basé à Las Vegas. L'entreprise n'a pas dévoilé la taille de la participation d'Aguilera ni les conditions financières de l'accord.

Dans ses nouvelles fonctions, Aguilera est censée aider à façonner l'image et le marketing de la marque autour de ce que l'entreprise appelle son positionnement « Bubble Better ». Selon l'entreprise, ce travail visera à développer la notoriété auprès des consommateurs, des acheteurs de la distribution et de la restauration, ainsi que des jeunes consommateurs de Champagne en âge légal d'en boire.

Aguilera a déclaré que ce partenariat était en partie motivé par son propre intérêt pour les boissons moins sucrées. Dans une déclaration diffusée par l'entreprise, elle a dit que la marque avait d'abord attiré son attention en raison du design de sa bouteille, mais qu'elle avait été davantage impressionnée par le vin lui-même. Elle a également déclaré que, comme elle voyage souvent et mène un mode de vie actif, elle fait très attention à ce qu'elle mange et boit et ne veut pas beaucoup de sucre ajouté.

L'arrangement reflète une tendance croissante dans le secteur des boissons alcoolisées, où les marques associent le soutien de célébrités à des catégories de produits liées à l'évolution des préférences des consommateurs. Dans le Champagne et les vins effervescents, les producteurs et les distributeurs mettent de plus en plus en avant les niveaux de dosage, la teneur en sucre et une image plus légère ou axée sur le bien-être, alors qu'ils cherchent à séduire des consommateurs au-delà des acheteurs de luxe traditionnels.

Pour BEAU JOIE, l'implication d'Aguilera apporte aussi une artiste mondialement reconnue et dotée d'un large public. Jon Deitelbaum, président et cofondateur de Toast Spirits, a déclaré dans l'annonce de l'entreprise que les partenariats avec des artistes ne sont efficaces que s'il existe une adéquation claire entre la personne et la marque.

Brandis Deitelbaum, cofondatrice de l'entreprise et directrice marketing, a déclaré que le public d'Aguilera couvre plusieurs groupes démographiques et que l'entreprise s'attend à ce qu'elle soutienne la croissance à mesure que la distribution s'étend.

BEAU JOIE produit son Champagne à Épernay, en France, l'une des villes centrales de la région Champagne. La marque a essayé de se démarquer sur un marché encombré avec des bouteilles habillées d'un métal appliqué à la main et avec un portefeuille construit autour de cuvées à faible teneur en sucre ajouté, voire sans sucre ajouté. L'entreprise présente ces produits comme faisant partie d'une offre premium plutôt que comme une gamme distincte allégée ou à calories réduites.

La marque a indiqué qu'aux États-Unis, elle était principalement distribuée par Southern Glazer’s Wine & Spirits, l'un des plus grands distributeurs de vin et de spiritueux du pays. Cette relation donne à BEAU JOIE accès à un vaste réseau national de ventes à un moment où les petites marques importées ont souvent du mal à obtenir de l'espace en rayon et des référencements en restauration sans un solide soutien de distribution.

Aguilera, chanteuse lauréate d'un Grammy et artiste d'enregistrement de longue date, est restée active dans la musique, la télévision et des projets d'affaires tout au long de sa carrière. Son nouveau rôle chez BEAU JOIE la place dans une position de copropriétaire, et pas seulement de porte-parole rémunérée, et suggère que l'entreprise souhaite que son implication aille au-delà des campagnes publicitaires pour s'étendre au développement de la marque et à la stratégie à long terme.

L'entreprise n'a pas fourni de calendrier pour les prochaines campagnes ni indiqué si Aguilera apparaîtra dans des opérations promotionnelles en point de vente, des événements professionnels ou de nouveaux lancements de produits. Elle n'a pas non plus indiqué si son rôle créatif inclurait le packaging, le développement de produits ou des efforts d'expansion internationale.

L'accord intervient alors que les marques de boissons premium continuent de chercher des moyens de se distinguer sur un marché concurrentiel où la présentation, l'association à des célébrités et les messages axés sur la santé peuvent tous influencer les décisions d'achat. Dans la catégorie du Champagne, où de nombreux

consommateurs associent encore le produit aux grandes occasions et aux dépenses de luxe, des marques comme BEAU JOIE tentent d'élargir leur attrait en mettant en avant à la fois le plaisir et la modération.

Toast Spirits a indiqué que BEAU JOIE est vendu partout aux États-Unis et dans certains marchés internationaux. L'entreprise n'a pas publié de chiffres de ventes récents, mais elle a décrit la marque comme en forte croissance dans son annonce et a dit qu'Aguilera fera partie de son effort visant à renforcer la distribution et à consolider sa position dans ce qu'elle considère comme le segment meilleur pour la santé du secteur du Champagne.