vinetur

Belvedere lance une vodka infusée au café pour cibler les buveurs aventureux

Le nouveau spiritueux Dirty Brew associe la vodka de seigle biologique au café robusta. Les ventes de vodka aromatisée augmentent de 8 % sur les principaux marchés.

mercredi 25 février 2026


BELVEDERE
BELVEDERE
DIRTY BREW
BELVEDERE ORGANIC VODKA
& COFFEE

Belvedere, la marque de vodka polonaise connue pour ses alcools de seigle biologiques, a lancé un nouveau produit qui mélange la vodka au café robusta. Ce nouveau produit, appelé Belvedere Dirty Brew, est désormais disponible sur certains marchés et vise à séduire à la fois les amateurs de café et les buveurs de vodka à la recherche de quelque chose de différent.

Belvedere Dirty Brew associe la vodka de seigle biologique de la marque à des grains de café robusta biologique torréfiés. Il en résulte un spiritueux au profil aromatique complexe qui met en valeur à la fois la pureté de la vodka et l'intensité du café. Selon l'entreprise, le processus consiste à infuser la vodka avec du café pour créer une boisson onctueuse, avec des notes de caramel et de chocolat noir, et une finale profonde de café torréfié.

Le nom "Dirty Brew" fait référence à la technique populaire du "dirty coffee", qui consiste à ajouter une dose d'espresso à une autre boisson pour lui donner une couleur plus foncée et un goût plus riche. Belvedere affirme que ce nouveau produit rend hommage à cette méthode en transformant la vodka claire en un spiritueux plus sombre et plus indulgent.

Le design de la bouteille reflète le caractère de la boisson. Il s'agit d'un verre noir mat aux accents dorés, destiné à évoquer à la fois les tons sombres du café et la teinte dorée du seigle. L'emballage vise à positionner Dirty Brew comme un produit haut de gamme dans le portefeuille de Belvedere.

Belvedere Dirty Brew est commercialisé comme une option pour ceux qui aiment les saveurs audacieuses et qui sont prêts à essayer de nouvelles combinaisons dans leurs cocktails ou leurs spiritueux à siroter. La société suggère de le servir pur, sur de la glace, ou dans le cadre d'un martini à l'espresso ou d'autres cocktails à base de café.

Le prix de vente conseillé de Belvedere Dirty Brew est de 54,55 dollars par bouteille de 700 ml. Ce lancement intervient à un moment où les spiritueux aromatisés continuent de gagner en popularité aux États-Unis et en Europe. Selon les données du secteur, les ventes de vodka aromatisée ont augmenté d'environ 8 % au cours de l'année écoulée, grâce à l'intérêt des consommateurs pour les expériences gustatives uniques.

L'arrivée de Belvedere sur le marché de la vodka infusée au café suit des tendances similaires observées dans d'autres catégories, telles que le whisky et le rhum, où les marques ont expérimenté des arômes de café pour attirer les jeunes consommateurs et les amateurs de cocktails. La société affirme qu'elle s'approvisionne en grains de robusta auprès de producteurs biologiques certifiés et qu'elle utilise ses méthodes de distillation établies pour maintenir la qualité.

La distribution de Belvedere Dirty Brew débutera dans les principales villes d'Europe et d'Amérique du Nord au printemps. Les détaillants et les bars de New York, Los Angeles, Londres et Paris sont parmi les premiers à proposer le produit. L'entreprise prévoit de poursuivre son expansion en fonction de la demande.

Belvedere a été fondée en 1993 et appartient à LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton. La marque a bâti sa réputation sur la production de vodka de haute qualité à partir de seigle polonais et de techniques de distillation traditionnelles. Avec Dirty Brew, Belvedere entend proposer une nouvelle approche de la culture du café de spécialité, tout en continuant à mettre l'accent sur les ingrédients biologiques et le savoir-faire artisanal.