vinetur

Freixenet ने Solare के साथ एपरिटिफ़ बाज़ार में कदम रखा

यह नया सिट्रस-प्रधान पेय स्पेन के tardeo रिवाज़ को लक्ष्य करता है, क्योंकि Freixenet Cava से आगे गर्मियों की spritz मांग साधना चाहता है।

मंगलवार, 9 जून 2026



Freixenet ने Freixenet Solare पेश किया है, जो स्पेनिश सिट्रस और वनस्पति-आधारित सामग्री से बना एक नया भूमध्यसागरीय शैली का एपरिटिफ़ है। यह कंपनी का एपरिटिफ़ श्रेणी में पहला कदम है, क्योंकि वह गर्मियों के मौसम में डिनर से पहले के पेयों और spritz-शैली की सर्विंग्स की बढ़ती मांग को भुनाना चाहती है।

नए उत्पाद को एक ताज़ा और सामाजिक विकल्प के रूप में प्रस्तुत किया गया, जो स्पेन में tardeo नामक देर-दोपहर के

पेय अवसर से जुड़ा है—यह एक रिवाज़ है जिसका केंद्र डिनर से पहले अनौपचारिक मिलन, टैरेस और बाहर पेय लेना है। कंपनी द्वारा जारी जानकारी के अनुसार, Freixenet Solare में नींबू और क्लेमेंटाइन के नोट्स को रोज़मेरी और थाइम की हर्बल झलकियों तथा एक कड़वेपन के साथ मिलाया गया है, जिसे एपरिटिफ़ सेवन के लिए तैयार किया गया है।

इस लॉन्च के साथ लंबे समय से Cava से जुड़ा Freixenet अब ऐसे खंड में प्रवेश कर रहा है जिसकी दृश्यता बढ़ी है, क्योंकि spritz कॉकटेल यूरोप और अन्य बाज़ारों में गर्म मौसम के पेय का प्रमुख हिस्सा बन गए हैं। कंपनी ने कहा कि यह उत्पाद विशेष रूप से Freixenet Solare Spritz के आधार के रूप में विकसित किया गया है, जो इस कॉकटेल पर उसका अपना भूमध्यसागरीय दृष्टिकोण है।

अनुशंसित रेसिपी में Freixenet Cava के तीन भाग, Freixenet Solare के दो भाग और सोडा का एक भाग शामिल है, जिसे बर्फ पर नींबू की स्लाइस के साथ परोसा जाता है। कंपनी इस पेय को हल्का और ताज़ा बताती है, जिसे अनौपचारिक मिलनों और गर्मियों की संध्या जैसे बाहरी अवसरों के लिए बनाया गया है।

Freixenet ने कहा कि Solare की अवधारणा भूमध्यसागरीय रोशनी, सिट्रस स्वादों और वनस्पति सुगंधों से प्रेरित है, और इस पेय को साझा सामाजिक पलों, संगीत और मौसमी उपभोग से जुड़ी व्यापक जीवनशैली रणनीति के भीतर रखा गया है। उत्पाद को “Taste the Sun” नारे के तहत बाज़ार में उतारा जा रहा है।

इस रिलीज़ को स्पेनिश कंटेंट क्रिएटर और मीडिया पर्सनैलिटी Laura Escanes को दिखाने वाले एक विज्ञापन अभियान का भी समर्थन मिला है। यह अभियान उनके कथित संगीत पदार्पण को लेकर अटकलों पर आधारित था और अंत में “Nel blu dipinto di blu” का परिचय देने वाले एक वीडियो क्लिप पर समाप्त होता है, जिसे व्यापक रूप से “Volare” के नाम से जाना जाता है ; यह गीत Domenico Modugno और Franco Migliacci ने लिखा था।

यह अभियान नए एपरिटिफ़ को गर्मियों की फुरसत, सामाजिक पेय-सेवन और टैरेस संस्कृति की छवियों से जोड़ता है—ऐसे विषय जो दक्षिणी यूरोप में पेय विपणन के केंद्र में आ गए हैं। Freixenet के लिए यह कदम उसके पोर्टफोलियो को स्पार्कलिंग वाइन से आगे बढ़ाता है, ऐसे समय में जब उत्पादक औपचारिक उत्सवों से परे उपभोग अवसरों का विस्तार करने वाली सहायक श्रेणियों के जरिये वृद्धि तलाश रहे हैं।

कंपनी के अनुसार Freixenet Solare अब चुनिंदा खुदरा आउटलेट्स पर उपलब्ध है। घोषणा में कीमत या व्यापक वितरण योजनाओं का कोई विवरण नहीं दिया गया।