vinetur

Freixenet entra nel mercato degli aperitivi con Solare

Il nuovo drink a base di agrumi punta sul rituale del tardeo in Spagna, mentre Freixenet cerca di intercettare la domanda estiva di spritz oltre il Cava.

martedì 9 giugno 2026



Freixenet ha presentato Freixenet Solare, un nuovo aperitivo in stile mediterraneo realizzato con agrumi spagnoli e ingredienti botanici, segnando il primo ingresso dell’azienda nella categoria degli aperitivi mentre punta a intercettare la crescente

domanda di drink pre-cena e di consumazioni in stile spritz durante la stagione estiva.

Il nuovo prodotto è stato presentato come un'opzione fresca e conviviale legata all'occasione di consumo del tardo pomeriggio nota in Spagna come tardeo, un rituale incentrato su incontri informali, terrazze e drink all'aperto prima di cena. Secondo le informazioni diffuse dall'azienda, Freixenet Solare unisce note di limone e clementina a sfumature erbacee di rosmarino e timo e a una vena amara pensata per il consumo come aperitivo.

Il lancio colloca Freixenet, da tempo associata al Cava, in un segmento che ha guadagnato visibilità con l'affermarsi dei cocktail spritz come presenza fissa del bere nella stagione calda in Europa e in altri mercati. L'azienda ha affermato che il prodotto è stato sviluppato specificamente per fungere da base del Freixenet Solare Spritz, la sua interpretazione mediterranea del cocktail.

La ricetta consigliata prevede tre parti di Freixenet Cava, due parti di Freixenet Solare e una parte di soda, servite con ghiaccio e una fetta di limone. L'azienda descrive il drink come leggero e fresco, pensato per occasioni all'aperto come incontri informali e tramonti estivi.

Freixenet ha dichiarato che il concept di Solare si ispira alla luce mediterranea, ai sapori agrumati e agli aromi botanici, collocando il drink all'interno di una più ampia strategia lifestyle legata ai momenti sociali condivisi, alla musica e al consumo stagionale. Il prodotto viene commercializzato con lo slogan "Taste the Sun".

Il lancio è sostenuto anche da una campagna pubblicitaria con Laura Escanes, content creator e personaggio dei media spagnolo. La campagna è stata costruita attorno alle speculazioni sul suo presunto debutto musicale e si chiude con un video che introduce l'universo visivo del brand attraverso "Nel blu dipinto di blu", noto anche come "Volare", il brano scritto da Domenico Modugno e Franco Migliacci.

Questa campagna lega il nuovo aperitivo a immagini di svago estivo, consumo sociale e cultura della terrazza, temi diventati centrali nel marketing delle bevande nell'Europa meridionale. Per Freixenet, questa mossa amplia il portafoglio oltre il vino spumante in un momento in cui i produttori cercano sempre più crescita attraverso categorie

adiacenti che possano estendere le occasioni di consumo oltre le celebrazioni formali.

Freixenet Solare è ora disponibile presso punti vendita selezionati, secondo quanto comunicato dall’azienda. Nell’annuncio non sono stati forniti dettagli sul prezzo né sui piani di distribuzione più ampi.