vinetur

Christina Aguilera entra nel capitale di BEAU JOIE Champagne

Sarà direttrice creativa globale mentre il marchio punta su cuvée a basso contenuto di zuccheri aggiunti e senza zuccheri aggiunti negli Stati Uniti.

giovedì 10 settembre 2026



BEAU JOIE Champagne ha detto giovedì che la cantante Christina Aguilera ha acquisito una partecipazione nella società e ne sarà la direttrice creativa globale, una mossa che offre al marchio di Champagne di lusso un partner di alto profilo mentre cerca di espandersi nel mercato statunitense con prodotti a basso contenuto di zuccheri aggiunti e senza zuccheri aggiunti.

L'annuncio è arrivato da Toast Spirits LLC, proprietario, importatore e distributore con sede a Las Vegas di BEAU JOIE. La società non ha reso noto l'entità della quota di Aguilera né i termini finanziari dell'accordo.

Nel suo nuovo ruolo, Aguilera dovrebbe contribuire a definire l'immagine e il marketing del marchio attorno a quello che l'azienda definisce il posizionamento “Bubble Better”. Secondo la società, tale lavoro si concentrerà sull'aumento della notorietà presso i consumatori, gli acquirenti del retail e della ristorazione, e i consumatori di Champagne più giovani in età legale.

Aguilera ha detto che la partnership era motivata in parte dal suo interesse personale per le bevande a basso contenuto di zuccheri. In una dichiarazione diffusa dalla società, ha affermato che il marchio aveva attirato inizialmente la sua attenzione per il design della bottiglia, ma che il vino in sé l'aveva colpita ancora di più. Ha anche detto che, poiché viaggia spesso e conduce uno stile di vita attivo, presta molta attenzione a ciò che mangia e beve e non vuole molto zucchero aggiunto.

L'accordo riflette un modello crescente nel settore delle bevande alcoliche, in cui i marchi associano il sostegno delle celebrità a categorie di prodotto legate ai cambiamenti nelle preferenze dei consumatori. Nello Champagne e negli spumanti, produttori e operatori del marketing hanno evidenziato con sempre maggiore frequenza i livelli di dosaggio, il contenuto di zucchero e un'immagine più leggera o orientata al benessere mentre competono per consumatori oltre i tradizionali acquirenti del lusso.

Per BEAU JOIE, il coinvolgimento di Aguilera porta anche un'artista di fama mondiale con un vasto pubblico. Jon Deitelbaum, presidente e cofondatore di Toast Spirits, ha detto nell'annuncio della società che le partnership con gli artisti sono efficaci solo quando c'è una chiara sintonia tra la persona e il marchio. Brandis Deitelbaum,

cofondatrice e direttrice marketing della società, ha detto che il pubblico di Aguilera abbraccia diversi gruppi demografici e che la società si aspetta che lei sostenga la crescita mentre la distribuzione si espande.

BEAU JOIE produce il suo Champagne a Épernay, in Francia, una delle città centrali della regione Champagne. Il marchio ha cercato di distinguersi in un mercato affollato con bottiglie rivestite a mano in metallo e con una gamma costruita attorno a cuvée a basso contenuto di zuccheri aggiunti e senza zuccheri aggiunti. La società commercializza questi prodotti come parte di un'offerta premium piuttosto che come una linea separata dietetica o a ridotto contenuto calorico.

Il marchio ha detto di essere principalmente allineato negli Stati Uniti con Southern Glazer’s Wine & Spirits, uno dei maggiori distributori di vino e alcolici del paese. Quella relazione offre a BEAU JOIE accesso a un'ampia rete di vendita nazionale in un momento in cui i marchi importati più piccoli spesso faticano a ottenere spazio sugli scaffali e nei locali senza un forte supporto distributivo.

Aguilera, cantante vincitrice di un Grammy e artista discografica di lunga data, è rimasta attiva nella musica, nella televisione e nelle iniziative imprenditoriali nel corso della sua carriera. Il suo nuovo ruolo in BEAU JOIE la colloca in una posizione di coproprietà, non solo come testimonial retribuita, e suggerisce che la società voglia che il suo coinvolgimento vada oltre le campagne pubblicitarie, fino allo sviluppo del marchio e alla strategia di lungo periodo.

La società non ha fornito una tempistica per le prossime campagne né ha detto se Aguilera apparirà in promozioni al dettaglio, eventi di settore o lanci di nuovi prodotti. Non ha inoltre specificato se il suo ruolo creativo includerà il packaging, lo sviluppo del prodotto o gli sforzi di espansione internazionale.

L'accordo arriva mentre i marchi di bevande premium continuano a cercare modi per distinguersi in un mercato competitivo in cui presentazione, associazione con celebrità e messaggi attenti alla salute possono tutti influenzare le decisioni d'acquisto. Nella categoria Champagne, dove molti consumatori associano ancora il prodotto alle occasioni speciali e alla spesa di lusso, marchi come BEAU JOIE stanno cercando di ampliare il proprio appeal sottolineando sia l'indulgenza sia la moderazione.

Toast Spirits ha detto che BEAU JOIE è venduto in tutti gli Stati Uniti e in mercati internazionali selezionati. La società non ha diffuso dati di vendita recenti, ma nell'annuncio ha descritto il marchio come in rapida crescita e ha detto che Aguilera farà parte del suo sforzo per approfondire la distribuzione e rafforzare la sua posizione in quello che considera il segmento better-for-you del business dello Champagne.