vinetur

Christina Aguilera adquire uma participação acionista na marca de champanhe BEAU JOIE

Ela assumirá o cargo de diretora criativa global, numa altura em que a marca está a promover cuvées com baixo teor de açúcar ou sem adição de açúcar nos EUA.

quinta-feira, 10 de setembro de 2026



A marca de champanhe BEAU JOIE anunciou na quinta-feira que a cantora Christina Aguilera adquiriu uma participação acionária na empresa e assumirá o cargo de diretora criativa global, uma iniciativa que proporciona à marca de champanhe de luxo uma parceira de grande visibilidade, numa altura em que procura expandir-se no mercado norte-americano com produtos com baixo teor de açúcar ou sem açúcar adicionado.

O anúncio foi feito pela Toast Spirits LLC, a empresa sediada em Las Vegas proprietária, importadora e distribuidora da BEAU JOIE. A empresa não revelou a dimensão da participação de Aguilera nem os termos financeiros do acordo.

Na sua nova função, espera-se que Aguilera ajude a moldar a imagem e o marketing da marca em torno do que a empresa denomina o seu posicionamento «Bubble Better». Segundo a empresa, esse trabalho centrar-se-á na sensibilização dos consumidores, dos compradores do retalho e da restauração, bem como dos jovens consumidores de champanhe com idade legal.

Aguilera afirmou que a parceria foi motivada, em parte, pelo seu próprio interesse em bebidas com baixo teor de açúcar. Num comunicado divulgado pela empresa, ela afirmou que a marca lhe chamou a atenção inicialmente devido ao design da garrafa, mas que ficou mais impressionada com o próprio vinho. Referiu ainda que, como viaja frequentemente e mantém um estilo de vida ativo, presta muita atenção ao que come e bebe e não deseja um elevado teor de açúcar adicionado.

Este acordo reflete uma tendência crescente no setor das bebidas alcoólicas, em que as marcas associam o apoio de celebridades a categorias de produtos ligadas às preferências em constante mudança dos consumidores. No champanhe e nos vinhos espumantes, os produtores e comerciantes têm vindo a destacar cada vez mais os níveis de dosagem, o teor de açúcar e uma imagem mais leve ou orientada para o bem-estar, à medida que competem por consumidores para além dos tradicionais compradores de luxo.

Para a BEAU JOIE, o envolvimento de Aguilera traz também uma artista reconhecida mundialmente com um público alargado. Jon Deitelbaum, presidente e cofundador da Toast Spirits, afirmou no comunicado da empresa que as parcerias com artistas só são

eficazes quando existe uma compatibilidade clara entre a pessoa e a marca. Brandis Deitelbaum, cofundadora e diretora de marketing da empresa, afirmou que o público de Aguilera abrange vários grupos demográficos e que a empresa espera que ela contribua para o crescimento à medida que a distribuição se expande.

A BEAU JOIE produz o seu champanhe em Épernay, França, uma das cidades centrais da região de Champagne. A marca tem procurado destacar-se num mercado saturado com garrafas revestidas a metal aplicado à mão e com um portfólio centrado em cuvées com baixo teor de açúcar ou sem adição de açúcar. A empresa comercializa esses produtos como parte de uma oferta premium, em vez de como uma linha separada de produtos dietéticos ou com calorias reduzidas.

A marca afirmou que, nos Estados Unidos, está principalmente associada à Southern Glazer’s Wine & Spirits, um dos maiores distribuidores de vinhos e bebidas espirituosas do país. Essa parceria dá à BEAU JOIE acesso a uma ampla rede de vendas nacional, numa altura em que as marcas importadas de menor dimensão enfrentam frequentemente dificuldades em conquistar espaço nas prateleiras e em restaurantes sem um forte apoio de distribuição.

Aguilera, cantora vencedora de um Grammy e artista com uma longa carreira discográfica, tem-se mantido ativa na música, na televisão e em empreendimentos empresariais ao longo da sua carreira. O seu novo papel na BEAU JOIE coloca-a numa posição de coproprietária, não apenas como porta-voz remunerada, e sugere que a empresa pretende que o seu envolvimento se estenda para além das campanhas publicitárias, abrangendo o desenvolvimento da marca e a estratégia a longo prazo.

A empresa não forneceu um calendário para as próximas campanhas nem revelou se Aguilera irá aparecer em promoções de retalho, eventos comerciais ou lançamentos de novos produtos. Também não indicou se o seu papel criativo incluiria a conceção de embalagens, o desenvolvimento de produtos ou esforços de expansão internacional.

Este acordo surge num momento em que as marcas de bebidas premium continuam a procurar formas de se diferenciarem num mercado competitivo, onde a apresentação, a associação a celebridades e as mensagens voltadas para a saúde podem influenciar as decisões de compra. Na categoria do champanhe, onde muitos consumidores ainda

associam o produto a ocasiões especiais e a gastos de luxo, marcas como a BEAU JOIE estão a tentar alargar o seu apelo, enfatizando tanto o prazer como a moderação.

A Toast Spirits afirmou que a BEAU JOIE é comercializada em todo o território dos Estados Unidos e em mercados internacionais selecionados. A empresa não divulgou números recentes de vendas, mas descreveu a marca como de rápido crescimento no seu comunicado e afirmou que Aguilera fará parte do seu esforço para aprofundar a distribuição e reforçar a sua posição no que considera ser o segmento «mais saudável» do negócio do champanhe.