vinetur

Кристина Агилера приобрела долю в компании Beau Joie Champagne

Певица примет участие в разработке маркетинговой стратегии для линейки шампанского этого люксового бренда с низким содержанием сахара и без добавления сахара.

пятница, 11 сентября 2026 г.



Кристина Агилера займет должность совладелицы и креативного директора в компании Beau Joie Champagne, сообщил в четверг этот бренд роскошного игристого вина, добавив ещё одно имя знаменитости в список участников алкогольного бизнеса в то время, когда компании стремятся расширить своё присутствие на перенасыщенном рынке.

Beau Joie сообщила, что Агилера присоединилась к компании в качестве акционера и глобального креативного директора. Об этом объявила в Лас-Вегасе компания Toast Spirits LLC, владелец и импортер этого бренда шампанского, базирующаяся в Лас-Вегасе. Компания не раскрыла размер доли Агилеры в компании, а также финансовые условия сделки.

Ожидается, что в новой роли Агилера будет способствовать формированию имиджа бренда и его маркетингу в рамках кампании «Bubble Better», в центре которой находятся куве с низким содержанием сахара и без добавления сахара. Компания заявила, что стремится повысить узнаваемость бренда среди потребителей, розничных продавцов, дистрибьюторов и молодых покупателей шампанского.

Агилера, певица-лауреат премии «Грэмми», чья карьера насчитывает более двух десятилетий, отметила, что это партнерство отчасти обусловлено её личными предпочтениями. В заявлении, опубликованном компанией, она отметила, что сначала её привлек дизайн бутылок Beau Joie, но настоящий интерес пробудился после дегустации вина. Она пояснила, что из-за плотного графика поездок и активного образа жизни она внимательно следит за тем, что ест и пьёт, и хотела бы иметь возможность выбирать шампанское без высокого содержания добавленного сахара.

Компания позиционирует этот посыл как ключевую часть идентичности бренда. Beau Joie, которое производят в Эперне, Франция, построило свой имидж на премиальной упаковке и линейке продуктов, позиционируемых как имеющие более низкое содержание сахара по сравнению со многими традиционными предложениями. Бутылки этой марки известны своим металлическим покрытием ручной работы — дизайн, который помог выделить бренд на прилавках магазинов

и в ресторанах.

Джон Дейтельбаум, президент и соучредитель Toast Spirits, заявил, что компания сочла Агилеру идеальным выбором, поскольку это партнерство сочетает её публичный имидж и личные вкусы с продуктом, который компания стремится продавать. В официальном заявлении компании он отметил, что партнёрство с артистами работает только в том случае, если между личностью и брендом существует подлинное взаимопонимание.

Брандис Дейтельбаум, соучредитель и директор по маркетингу компании, отметила, что аудитория Агилеры стала ещё одним фактором, повлиявшим на принятие решения. По её словам, певица привлекает широкий круг потребителей, и компания рассчитывает, что это партнёрство будет способствовать росту продаж в розничных сетях и на массовом рынке по мере расширения дистрибуции Beau Joie.

Данное соглашение предоставляет Агилере как финансовую выгоду, так и публичную роль, что предполагает более активное участие, чем стандартный рекламный контракт. Хотя сотрудничество знаменитостей с производителями напитков стало обычным явлением в сегментах спиртных напитков, вина и готовых к употреблению напитков, компании все чаще стремятся к партнерствам, включающим долю в капитале и творческое участие, чтобы эти отношения выглядели более долгосрочными и заслуживающими доверия в глазах потребителей.

Для Beau Joie это соглашение заключается в тот момент, когда бренд стремится укрепить свои позиции на американском рынке шампанского, где его дистрибуцией занимается в основном компания Southern Glazer’s Wine & Spirits. Southern Glazer’s — один из крупнейших дистрибьюторов алкогольной продукции в стране, и это сотрудничество открывает для Beau Joie доступ к обширной национальной сети розничных магазинов, ресторанов и заведений гостеприимства.

Компания заявила, что ее продукция доступна на всей территории США и на отдельных международных рынках. Она не объявила о каких-либо немедленных изменениях в ассортименте, связанных с назначением Агилеры, однако должность креативного директора предполагает, что она будет участвовать в разработке рекламных кампаний бренда, формировании визуальной идентичности и создании контента для потребителей, поскольку компания продолжает продвигать в своих сообщениях идеи здорового образа жизни и снижения содержания сахара.

Эта направленность свидетельствует о более широких изменениях в алкогольной отрасли, где производители всё чаще пытаются удовлетворить потребности потребителей, ищущих продукты, которые они считают более лёгкими, «чистыми» или более соответствующими здоровому образу жизни. В сегменте вина и игристых вин содержание сахара стало одним из аргументов в пользу покупки, на который делают акцент некоторые бренды, особенно в отношении покупателей, которые хотят отпраздновать что-то, но при этом заявляют, что уделяют больше внимания ингредиентам и питательной ценности.

В своём заявлении Агилера непосредственно коснулась именно этого момента. Она сказала, что любит шампанское и праздники, но не хочет, чтобы в напитке было много добавленного сахара. Beau Joie теперь использует это послание в качестве одного из аргументов в пользу партнерства, связывая личные привычки певицы со стремлением компании выделиться в традиционной категории, конкуренция в которой в премиальном сегменте усилилась.

В объявлении не указано, когда Агилера начнет появляться в рекламных кампаниях и находятся ли новые маркетинговые материалы уже в производстве. Также не указано, будет ли она играть какую-либо роль в разработке продуктов, хотя должность глобального креативного директора предполагает влияние, выходящее за рамки одной только рекламы.

Агилера — одна из самых известных поп-исполнительниц, вышедших на рынок напитков не в рамках простого спонсорского соглашения, а через структуру владения. Для Beau Joie этот шаг обеспечивает наличие высокопрофильного представителя в то время, когда узнаваемость бренда может быть столь же

важна, как и система дистрибуции, в сфере продаж элитных алкогольных напитков. Для Агилеры это открывает новые возможности в сфере бизнеса, связанные с категорией продуктов, которая, по мнению компаний, по-прежнему имеет потенциал роста среди потребителей, ищущих премиальные варианты с пониженным содержанием сахара.