

# CÔTES DU RHÔNE LANCE « REFRESH TON VIN », SA NOUVELLE CAMPAGNE DÉDIÉE AUX VINS RAFRAÎCHIS

*Avec cette nouvelle prise de parole, l'appellation Côtes du Rhône réinvente les codes de la fraîcheur et affirme une vision moderne, accessible et décomplexée du vin.*

**L'AOC Côtes du Rhône dévoile sa nouvelle campagne de communication consacrée aux vins rafraîchis. Sous l'accroche « Refresh ton vin » en France et « Refresh your wine » à l'international, l'appellation entend renouveler le lien avec les jeunes générations et inscrire ses vins dans des moments de dégustation contemporains, frais et accessibles.**



Dans un contexte de transformation profonde des habitudes de consommation, marqué par une relation plus occasionnelle au vin et par la diversification des boissons choisies par les jeunes adultes, les Côtes du Rhône font le choix d'une communication résolument tournée vers les usages d'aujourd'hui. La campagne s'adresse en priorité aux 21-40 ans, amateurs comme novices, en leur proposant une lecture plus libre et plus actuelle des vins de l'appellation.

## **Les vins rafraîchis : une nouvelle façon de vivre les Côtes du Rhône**

Lancée initialement en 2024, la communication autour des vins rafraîchis avait permis aux Côtes du Rhône d'affirmer leur modernité et leur capacité à évoluer avec les attentes des consommateurs. Ce nouveau concept créatif franchit une étape supplémentaire : au-delà de

la température de service, elle fait de la fraîcheur un véritable territoire d'expression pour l'appellation.

Rosés, blancs et rouges servis rafraîchis trouvent naturellement leur place dans une diversité de moments : apéritifs, repas informels ou plus traditionnels, instants partagés en terrasse, dîners ou parenthèses urbaines. Une approche qui remet le plaisir, la simplicité et la spontanéité au cœur de l'expérience Côtes du Rhône.

Avec la nouvelle signature « Refresh ton vin », l'appellation revendique ainsi une manière plus actuelle d'aborder le vin : sans protocole intimidant, sans expertise préalable, mais avec l'exigence de vins savoureux, identitaires et accessibles.



*L'un des carrousels pour diffusion sur les réseaux sociaux*

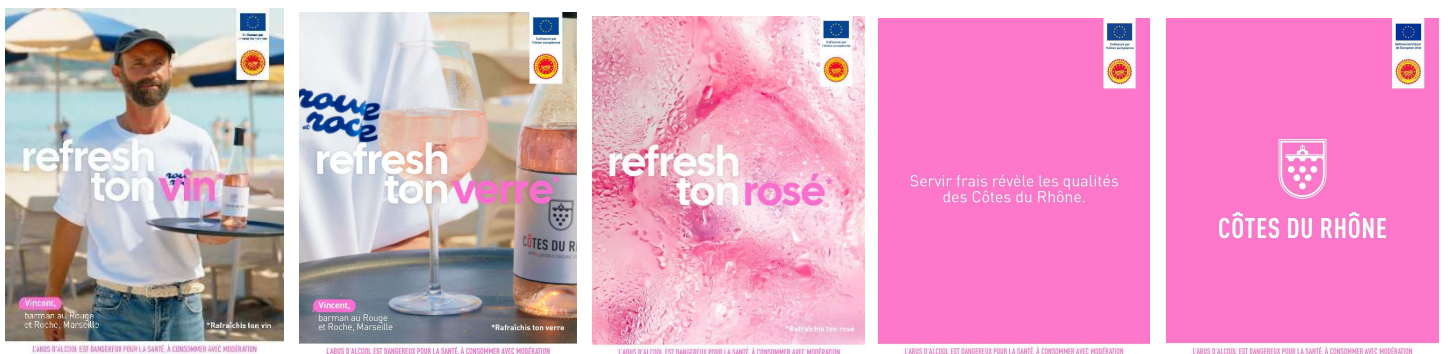
### Une campagne qui casse les codes traditionnels du vin

Pensée comme une campagne structurante et durable, cette nouvelle identité créative s'éloigne des représentations traditionnelles ou convenues du vin. Elle installe une esthétique plus contemporaine, graphique et immédiatement reconnaissable, construite autour de la couleur, de la matière, de la lumière et de la sensation de fraîcheur.

La campagne donne à voir les trois couleurs des Côtes du Rhône dans un univers visuel singulier : le pep's du rosé, l'éclat du blanc et l'intensité du rouge sont traduits par des images fraîches, sensorielles et stylées.

En France, les déclinaisons « Refresh ton rosé », « Refresh ton blanc » et « Refresh ton rouge » mettent en scène les vins servis par des professionnels, dans une écriture élégante et conforme au cadre réglementaire.

Cette campagne est également déployée et adaptée sur plusieurs marchés export : Belgique, Royaume-Uni, États-Unis et Canada.



*L'un des carrousels pour diffusion sur les réseaux sociaux*

### Une appellation vivante, en phase avec les nouveaux usages

À travers cette campagne, les Côtes du Rhône réaffirment leur ambition : demeurer une appellation vivante, proche des consommateurs et en phase avec l'évolution de leurs modes de vie.

« Avec les vins rafraîchis, nous souhaitons montrer que les Côtes du Rhône savent évoluer sans rien renier de leur identité. Cette campagne exprime une manière plus contemporaine, plus spontanée et plus accessible de découvrir nos vins. Elle traduit notre volonté d'aller à la rencontre de nouvelles générations de consommateurs, avec des codes qui leur parlent et une expérience de dégustation adaptée à leurs usages », déclare Virginie Charlier, directrice du Marketing chez Inter Rhône.

Cette nouvelle prise de parole vient compléter la campagne de marque « Du Côté de Ceux », qui porte les engagements de l'appellation. Ensemble, ces deux territoires contribuent à renforcer la visibilité, la désirabilité et la pertinence des Côtes du Rhône.



*L'un des carrousels pour diffusion sur les réseaux sociaux*

### Un dispositif déployé en France et à l'étranger

La campagne « Refresh ton vin » sera déployée à compter du 06 juillet sur l'ensemble des marchés.

En France, elle s'appuiera sur un dispositif multicanal, dédié aux trois couleurs, comprenant :

- des formats vidéo courts destinés aux plateformes digitales
- des campagnes social media et des carrousels
- des visuels d'affichage et d'affichage digital
- des insertions presse et des partenariats médias
- des déclinaisons événementielles et professionnelles.

Avec cette nouvelle campagne, les Côtes du Rhône signent une prise de parole audacieuse et contemporaine : une invitation à redécouvrir leurs vins sous le signe de la fraîcheur.