

## TROIS RIVIÈRES DÉVOILE LA NOUVELLE IDENTITÉ DE SES RHUMS VIEUX

En Martinique, au sud de l'île, **Trois Rivières** est installée dans un paysage **entre terre et océan**, marqué par les champs de canne à sucre et un climat tropical propice à leur culture. C'est dans cet environnement que le domaine élabore depuis plusieurs siècles **des rhums de dégustation**.

En ce début d'année, **Trois Rivières** fait évoluer le **packaging de sa gamme de rhums vieux** en adoptant une **nouvelle bouteille** et un **habillage** revisité, conçus pour rappeler son **ancrage martiniquais** et son **histoire**. Avec cette évolution de son packaging, Trois Rivières affirme son positionnement de **marque moderne et premium**, pleinement **ancrée dans l'air du temps**. Cette nouvelle identité vise à **dynamiser le segment des rhums vieux** et à recruter de nouveaux consommateurs.

### L'EMPREINTE DU PAYSAGE MARTINQUAIS

La nouvelle bouteille de la gamme **s'inspire directement du paysage de canne à sucre** qui caractérise le sud de la Martinique. Le verre est structuré par des **marquages verticaux** évoquant **l'alignement des cannes** dans les champs. Présentées côte à côte, les bouteilles composent un ensemble visuel qui rappelle la **densité des parcelles** cultivées autour du domaine.

Les reliefs du verre **captent la lumière** et mettent en valeur les différentes **teintes naturelles des rhums vieux**, allant de l'ambré au cuivre, jusqu'à l'acajou, selon leur durée de vieillissement. La silhouette adopte des **lignes épurées et des angles légèrement arrondis** qui participent à une esthétique **sobre et équilibrée**.

Certains **éléments historiques** sont également intégrés au design. La date **1660**, associée à l'histoire du domaine, ainsi que le **moulin emblématique de Trois Rivières** sont gaufrés directement dans le verre, inscrivant chaque bouteille dans la **continuité patrimoniale de la marque**.



Vendus en grande distribution.

Vendus en circuit prescripteur.

Le Triple Millésime 2005-2015-2017 et le Millésime 2006 sont vendus en avant-première dans la boutique Trois Rivières en Martinique.

### UNE LECTURE VISUELLE DE LA GAMME

L'habillage graphique a été repensé afin de **faciliter l'identification** des différentes expressions de la gamme. Deux **teintes de bleu**, caractéristiques de l'identité visuelle de la marque, structurent désormais l'ensemble.

Un **bleu lumineux aux nuances turquoise** est davantage présent sur les rhums les plus jeunes ; V.O., Cellar Reserve 4 ans et V.S.O.P. À mesure que le vieillissement en fûts de chêne se prolonge, la **place du bleu profond augmente progressivement**. Sur les cuvées plus rares, **l'or** apparaît plus largement dans l'habillage. Cette **évolution chromatique** permet d'identifier plus facilement les **différentes expressions de la gamme** tout en conservant une **cohérence visuelle** entre les références. A noter que les liquides restent inchangés dans ces nouveaux packagings.

Avec cette nouvelle présentation, Trois Rivières souhaite proposer une **lecture plus contemporaine** de sa gamme tout en rappelant son **héritage et son terroir**.

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

# Trois Rivières

RHUM ENTRE TERRE ET OCÉAN



## À PROPOS DE TROIS RIVIÈRES

Au milieu des Caraïbes, quelque part entre l'ardent turquoise des mers et le bleu le plus éclatant du ciel, se trouve l'île de la Martinique. À l'extrême sud de cette île se situent les terres de Trois Rivières depuis 1660. Un endroit unique, où les champs de canne à sucre s'étendent de la terre à la mer, où le soleil brille le plus fort et où les alizés soufflent perpétuellement, fouettant ainsi le sel de l'océan sur la canne à sucre. C'est à partir de ce terroir absolument unique que Trois Rivières signe son rhum artisanal A.O.C, distribué dans les bars et points de vente les plus prestigieux. La marque propose une collection de rhums vieux et de millésimes, reconnus à travers le monde pour leur style à la fois puissant et raffiné, héritage d'un savoir-faire sans précédent.

En France, les rhums Trois Rivières sont distribués par Campari France.

## À PROPOS DE CAMPARI FRANCE

Campari France, filiale de Campari Group, est spécialisée dans la distribution d'un portefeuille de marques internationales de spiritueux, vins et champagnes, sur le marché français.

Spiritueux : Campari France distribue de nombreuses marques appartenant à Campari Group telles que Aperol, Campari, Wild Turkey, The Glen Grant, Trois Rivières, Maison La Mauny, Appleton Estate, Wray & Nephew, Grand Marnier, Courvoisier, Bisquit & Dubouché, Del Professore, Picon, Cynar, SKYY Vodka, Bulldog Gin, Bickens Gin, Espolon, Montelobos, Sagatiba, Frangelico, Avena, le limoncello Ramo d'Oro, Sarti, ainsi que le spritz sans alcool Crodino.

Campari France distribue également les marques de Proximo Spirits : Bushmills, The Sexton et The Kraken. Les marques de CVH Spirits : Bunnahabhain, Deanston, Tobermory, Ledaig et Black Bottle. La marque de rhum Baie des Trésors et la liqueur de sureau Fiorente.

Vins & champagnes : Campari France distribue une large sélection des plus grands terroirs français et étrangers, issus de maisons réputées. On y retrouve l'ensemble des vins de Baron Philippe de Rothschild SA, dont Mouton Cadet, mais également, les vins de Provence Miraval, les vins de la Vallée du Rhône de la maison Brotte, les vins d'Alsace Hugel et les bourgognes de la maison Henri de Villamont. Parmi les terroirs étrangers figurent le vin argentin Alta-Yarí, les vins italiens Zonin ou encore les Portos Graham's et les vins portugais de Symington Family Estates, les vins espagnols Beronia et le Xéres Tio Pepe de Gonzalez Byass, sans oublier les marques de champagne Lallier (appartenant à Campari Group) et Fleur de Miraval, ainsi que les proseccos Riccadonna (propriété de Campari Group) et Zonin.

## À PROPOS DE CAMPARI GROUP

Campari Group est un acteur majeur de l'industrie mondiale des vins & spiritueux, avec un portefeuille de plus de 50 marques haut de gamme et super haut de gamme, réparties selon des priorités mondiales, régionales et locales. Les priorités mondiales, qui constituent l'objectif principal du groupe, comprennent Aperol, Campari, SKYY, Grand Marnier, Espolon, Courvoisier, Wild Turkey et Appleton Estate. Fondé en 1860, le groupe est aujourd'hui le sixième acteur mondial de l'industrie des spiritueux haut de gamme. Il est présent dans plus de 190 pays et occupe des positions de premier plan en Europe et aux Amériques. La stratégie de croissance Campari Group vise à combiner la croissance organique par la construction de marques fortes et la croissance externe par l'acquisition sélective de marques et d'entreprises. Basé à Milan, en Italie, Campari Group dispose de 23 sites de production dans le monde, de son propre réseau de distribution dans 26 pays et emploie environ 4 900 personnes. Les actions de la société mère Davide Campari-Milano N.V. (Reuters CPRI.MI - Bloomberg CPR IM) sont cotées à la Bourse italienne depuis 2001.

Pour plus d'informations : <http://www.camparigroup.com>.

Pour en savoir plus : [www.camparigroup.com](http://www.camparigroup.com)

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.