

The background features a vibrant, abstract geometric design. It consists of various triangular and quadrilateral shapes in shades of blue, orange, and yellow. A large, solid orange circle is positioned in the lower-left quadrant, resembling a sun. The overall composition is dynamic and colorful.

APEROL[®]

POP UP

**APEROL OUVRE UN NOUVEAU CHAPITRE
ET DÉPLOIE SES "APEROL POP-UP"
À TRAVERS LA FRANCE POUR Y PRÉSENTER
SA NOUVELLE BOUTEILLE**

*Une nouvelle bouteille, des collaborations artistiques
inédites et une série de rendez-vous estivaux pour
réaffirmer les fondamentaux de la marque*

Pour Aperol, 2026 marque une étape importante. Avec le lancement de sa nouvelle bouteille, une première depuis son arrivée en France, la marque ouvre un nouveau chapitre de son histoire et réaffirme les fondamentaux qui constituent son identité :

un univers visuel, un goût, un rituel. Trois dimensions qui prennent vie cet été à travers Aperol Pop-Up, une série de rendez-vous imaginés comme des lieux d'expression de son univers.

À cette occasion, Aperol invite l'artiste Damien Poulain, la styliste culinaire Alice Malaret et ses bartenders ambassadeurs à réinterpréter ses codes à travers des créations originales.

De Paris au littoral méditerranéen et atlantique, neuf villes accueilleront chacune une édition d'Aperol Pop-Up, autour d'une même signature : révéler la nouvelle bouteille et les différentes expressions de ce qui fait Aperol.





LA NOUVELLE BOUTEILLE APEROL POUR OUVRIR UN NOUVEAU CHAPITRE

Aperol fait aujourd'hui évoluer ses codes tout en restant fidèle à son identité. Cette démarche s'est récemment illustrée à travers le nouveau design de sa bouteille, repensée pour renforcer la visibilité de la marque et valoriser son héritage italien. Silhouette affinée, verre ondulé, mise en avant de la couleur orange iconique, détails inspirés de son histoire : cette nouvelle bouteille incarne une vision plus contemporaine, sans renier les fondamentaux qui ont fait le succès d'Aperol depuis 1919.

Une manière de rendre plus lisible les trois dimensions qui la caractérisent : un univers visuel, un goût et un rituel.

L'IDENTITÉ D'APEROL REVISITÉ PAR DES TALENTS CRÉATIFS

Pour donner une nouvelle lecture de ses codes, Aperol invite plusieurs talents à réinterpréter les différentes dimensions de son identité.

L'univers visuel de la marque est confié à l'artiste français **Damien Poulain**, dont le travail autour de la couleur et des formes géométriques entre en résonance avec les codes d'Aperol. Il s'inspire de l'orange iconique de la marque pour proposer une création originale peinte à la main, pensée autour du cercle.

Au cœur de la composition, ce cercle orange s'impose donc comme un point central autour duquel lignes, formes et perspectives se déploient dans différentes directions. Fidèle à la pratique de l'artiste, les formes géométriques deviennent alors un véritable langage visuel.

Pensée comme un point de départ plutôt qu'une image figée, cette création se décline ensuite à travers une série de neuf visuels imaginés pour accompagner chaque rendez-vous estival.

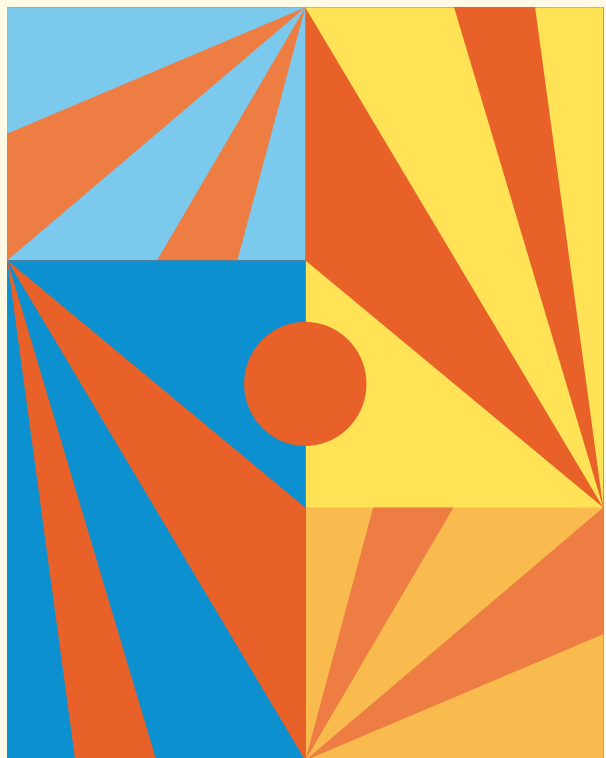
Si le cercle reste le fil rouge de l'ensemble, couleurs, perspectives et équilibres se réinventent au gré des lieux investis par les Pop Up Aperol.

Une façon d'illustrer, par la création, une identité capable d'évoluer sans jamais perdre la singularité de ses codes.

Damien Poulain signe également un coffret collector en édition limitée pour accompagner le lancement de la nouvelle bouteille Aperol. Il y reprend les codes visuels imaginés pour la marque autour du cercle, de la couleur orange et des formes géométriques.



Damien Poulain





Alice Malaret

Le goût, autre pilier fondamental de la marque, est réinterprété par **Alice Malaret**. Connue pour ses installations culinaires immersives, la styliste culinaire propose ici une composition pensée autour de l'orange iconique d'Aperol et de ses multiples nuances. Composée de cubes de gelée aux textures lisses et brillantes, cette création explore le rapport à la couleur et à la matière.

À travers cette création uniquement visible à Paris, Alice Malaret traduit les tonalités caractéristiques d'Aperol, les agrumes,

l'amertume, la fraîcheur, dans une approche qui donne littéralement forme au goût. Au cœur des Aperol Pop-Up en France, l'expérience prend une nouvelle forme. Des box inspirées de cette composition originale, composées de gummies cubes reprenant les saveurs et couleurs emblématiques d'Aperol (orange amère et douce, des épices et des plantes aromatiques), seront présentées. Une invitation à « manger » le cocktail plutôt qu'à le boire.



Enfin, le rituel signature d'Aperol reste volontairement inchangé. Car si le Aperol Spritz est aujourd'hui largement partagé, sa spécificité repose sur un enchaînement précis en trois temps : un geste simple, mais codifié. Le Perfect Serve incarne cette exigence et participe à ce qui rend l'expérience immédiatement identifiable.

Porté par les bartenders ambassadeurs, ce geste prend vie au coeur des Aperol Pop-Up avec des touches finales propres à chacun, notamment celles de **Swann Nivet** à Bordeaux, **Léna Vamvadelis** à Marseille et **Lucas Joussemet** à Paris, trois régions où les Aperol Pop-Up prennent place cet été.



Léna Vamvadelis, Swann Nivet, Lucas Joussemet



APEROL POP-UP : NEUF VILLES, UNE MÊME SIGNATURE

Neuf villes, neuf éditions, une même identité : chaque étape dialogue avec les neuf variations visuelles imaginées par Damien Poulain, dans une logique d'adaptation aux différents contextes et lieux.

LE POP-UP PARISIEN, DU 24 JUIN AU 5 JUILLET

Le premier Aperol Pop-Up ouvrira ses portes à Paris, au Bonnotte Club, du 24 juin au 5 juillet. Il accueillera notamment le travail de Damien Poulain dont l'ensemble des créations sera présenté lors de l'événement du 24 juin ainsi que l'immense réalisation gustative d'Alice Malaret, dans un espace pensé comme une immersion dans l'histoire de la marque.

LES APEROL POP-UP À TRAVERS LA FRANCE

Après Paris, Aperol Pop-Up poursuivra sa tournée à travers plusieurs destinations estivales, du littoral méditerranéen à la côte atlantique : Vias-Plage, La Grande Motte, Marseille, Puget-sur-Argens, Beaulieu-sur-Mer, Lacanau, Seignosse et Biarritz. Chaque édition accueillera différentes propositions artistiques et visuelles de la collaboration avec Damien Poulain.

La nouvelle bouteille, le coffret collector ainsi que les box de gelées signées Alice Malaret feront également partie de l'ensemble présenté. D'autres éléments inédits viendront ponctuer les différentes éditions tout au long de l'été.

INFORMATIONS PRATIQUES

Événements gratuits

PROGRAMMATION DJS SET

24.06 | Le Bonnotte Club – Paris — Joachim Pastor

26.06 | Le Bonnotte Club – Paris — Marina Trench

27.06 | Le Bonnotte Club – Paris — Chambre Noire

03.07 | Le Bonnotte Club – Paris — Mozambo

04.07 | Le Bonnotte Club – Paris — Alligatorz & Ron Puma

24.07 | Le Chiringuito – Vias-Plage — Joachim Pastor

26.07 | La Voile Bleue – La Grande Motte — Joachim Pastor

31.07 | La Cabane des Amis – Marseille — Notre Dame

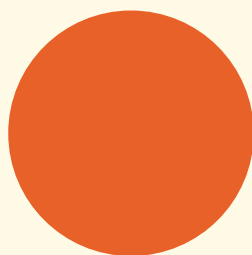
01.08 | Le Mas des Escaravatiens – Puget-sur-Argens — Agoria

02.08 | La Javanaise – Beaulieu-sur-Mer — Agoria

07.08 | Le Sunset – Lacanau — Chambord

08.08 | La Kbane – Seignosse — Chambord

09.08 | Le Roc Seven – Biarritz — Agoria



APEROL® POP UP

À PROPOS D'APEROL

Aperol® est un apéritif italien de couleur orange vif, peu alcoolisé, au goût riche et complexe, obtenu grâce à l'infusion d'un mélange de plantes et de racines de haute qualité. Aperol a été créé par les frères Barbieri et lancé en 1919 lors de la Foire internationale de Padoue. Il est rapidement devenu l'un des apéritifs préférés des Italiens, avant de conquérir le monde. La recette originale est restée inchangée et demeure secrète à ce jour. Mélangé selon la recette officielle de l'IBA avec du Prosecco et un trait d'eau gazeuse, Aperol permet de préparer l'Aperol Spritz, l'apéritif italien emblématique.

À PROPOS DE DAMIEN POULAIN

Damien Poulain est un artiste français basé à Paris, reconnu pour son travail autour de la couleur, des formes géométriques et du symbolisme. À travers ses peintures, installations et interventions publiques, il développe un langage visuel singulier mêlant mouvements, rythmes et compositions colorées, dans une pratique contextuelle pensée pour créer du lien entre les cultures et les individus. Son travail a notamment été présenté à la Villa Noailles, à la Fondation Boghossian à Bruxelles ou encore au 21_21 Design Sight au Japon.

À PROPOS D'ALICE MALARET

Alice Malaret est styliste culinaire et fondatrice du studio Douceurs Capitales. Elle développe un travail à la frontière de la création culinaire et de l'art visuel, donnant naissance à des tableaux comestibles où se rencontrent goût, couleur et forme. Inspirée par les textures et les matières, elle conçoit des expériences sensorielles immersives à travers la nourriture, considérée comme un véritable médium artistique. Elle est notamment connue pour sa série « PIXEL », réalisée en gelée, et a collaboré avec des maisons telles que Chanel, Louis Vuitton, Bottega Veneta ou Miu Miu.



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

Le Groupe Campari est un acteur majeur de l'industrie mondiale des spiritueux, avec un portefeuille de plus de 50 marques premium et super-premium, couvrant les apéritifs — dont des marques emblématiques telles qu'Aperol et Campari —, les spiritueux d'agave comme la tequila Espolon, les whiskies et le rhum avec Wild Turkey et Appleton Estate, ainsi que le cognac et le champagne, notamment Courvoisier et Grand Marnier. Fondé en 1860, le Groupe Campari est l'une des entreprises de spiritueux connaissant la plus forte croissance au niveau mondial et le leader incontesté de la catégorie des apéritifs. Il bénéficie d'un réseau de distribution mondial et est présent dans plus de 190 pays, avec des positions de premier plan en Europe et sur le continent américain. Le Groupe Campari emploie environ 4 800 personnes. Les actions de la société mère, Davide Campari-Milano N.V., sont cotées à la Bourse italienne depuis 2001.

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