



Limoncè Aperitivo poursuit son expansion sur le segment des Apéritifs à Spritz en France

Porté par une dynamique de croissance soutenue, le marché du Spritz séduit toujours plus les consommateurs français.

Dans ce contexte, Limoncè Aperitivo a trouvé sa place, dans les rayons et sur les terrasses, en s'imposant dès son lancement comme un acteur identifié du segment grâce à une proposition différenciante autour du Spritz au citron.

--

Limoncè Aperitivo, moteur de croissance pour la catégorie

Porté par l'engouement croissant des consommateurs pour la catégorie, **le Spritz s'impose désormais comme le cocktail préféré des Français***.

En 2025, le marché français des Apéritifs à Spritz confirme sa forte dynamique avec une croissance de +13,4% en volume (5,8 ML) et +14,8% en valeurs (96,9 M€)*.

Dans ce contexte porteur, Limoncè, l'Apéritif à Spritz au citron sicilien, réalise **un démarrage solide en franchissant le cap des 150 000 bouteilles vendues* et se positionnant ainsi devant plusieurs références établies du segment.**

Une performance qui confirme l'attractivité du Spritz au citron et l'intérêt du marché pour une alternative aux recettes classiques à base d'orange amère.

Dès sa première année, la marque intègre le **Top 3 des innovations spiritueux*** et le **Top 10 des innovations du rayon liquide***, confirmant son adoption rapide par les distributeurs en Off et On Trade, ainsi que par les consommateurs.

*Nielsen ON TRADE - P6 2025 - L3M / *Nielsen - CAM P2 2026 - HMSM + PROXI + DRIVE /

*Nielsen - CAM P2 2026 - HMSM + PROXI + DRIVE / *Nielsen - CAM P2 2026 - HMSM + PROXI / *Nielsen IQ



Le goût authentique de la Sicile

Limoncè Aperitivo se distingue par un profil en phase avec les nouvelles attentes des consommateurs. Avec un titrage à 14,8%, la marque s'inscrit dans la tendance des cocktails plus frais, accessibles et faciles à consommer.

Contrairement au limoncello, traditionnellement consommé en digestif, **Limoncè Aperitivo a été spécifiquement conçu pour un usage en Spritz, avec une proposition moins sucrée, plus faible en alcool et adaptée à l'apéritif.**

La marque contribue à structurer un segment en pleine expansion et à créer de nouvelles opportunités pour les distributeurs et leurs partenaires.

« Les résultats de 2025 confirment que Limoncè Aperitivo répond à une attente concrète des consommateurs et des circuits de distribution. Notre priorité en 2026 est de convertir cette curiosité initiale en achat récurrent, en renforçant la compréhension de l'usage et en maximisant notre visibilité en point de vente. »

explique Anne Martin, directrice marketing de Dugas.

Déploiement 2026 : accélérer l'adoption du Spritz au citron

Forte de sa première année, Limoncè Aperitivo aborde 2026 **avec un objectif clair : transformer l'essai en installant durablement le Spritz au citron dans les habitudes de consommation.**

Dans cette optique, la marque met l'accent sur la visibilité et l'expérience en renforçant notamment sa présence en CHR avec une tournée nationale dans 11 villes pour multiplier les occasions de dégustation.

Limoncè Aperitivo soutient également son développement en grande distribution avec des dispositifs de visibilité renforcés en point de vente, pour faciliter la compréhension du produit et de son usage.

Une campagne média d'envergure viendra compléter ce dispositif afin d'amplifier la notoriété de la marque auprès du grand public.

« Pour 2026, notre ambition est d'installer durablement Limoncè Aperitivo dans l'esprit des consommateurs comme des professionnels. Chacune de nos actions vise à créer des expériences fortes, afin que Limoncè Spritz devienne le cocktail incontournable de l'été. »

souligne Lucile Pichard, chef de groupe marketing chez Dugas

