

VINS ET SPIRITUEUX : UN UNIVERS D'ACCESSOIRES À EXPLORER

Cocktails, vins, champagnes, bières, mais aussi no-low (petit nom pour les boissons sans alcool), l'essor du petit monde des alcools et de la sobriété dope le marché de la verrerie qui se diversifie toujours plus. Et si votre commerce s'y mettait ? Revue de détails des opportunités à développer, accessoires compris.

■ Par/by Céline Vautard

C'est un fait, le vin et la bière sont les boissons favorites des Français, plébiscitées respectivement à 60 % et 58 % par les consommateurs. Le champagne se place en troisième position (39 %) et les cocktails classiques sont plus que jamais au goût du jour (source : baromètre 2024 Sowine/Dynata). De quoi ravir les marques et les fabricants de verres dont les ventes sont plus que dynamiques. « Si les ventes de grands crus ne sont pas revenues au niveau d'avant covid, d'autres tendances comme le no-low alcool, le boom des ventes de vin rosé, le moins mais mieux, etc. sont en faveur de l'usage de verres à vin et spiritueux, confirme Agathe Morscher, directrice des marques food service chez Arc. Cela signifie que les consommateurs sont toujours à la recherche de verres œnologiques, techniques et esthétiques qui leur permettent de déguster les vins et les spiritueux de la meilleure manière qu'il soit. Pour cette raison, nous continuons de voir nos ventes progresser sur ces segments, notamment avec la marque Chef&Sommelier, dont l'offre de verres répond à la fois aux besoins des experts mais aussi des amateurs qui recherchent la qualité sans s'y connaître. Nous mettons notre expertise au service du consommateur épiqueurien. »

It is a fact that wine and beer are the favourite drinks of French people, enjoyed by 60% and 58% of consumers respectively. Champagne takes third place (39%) while classic cocktails are as popular as ever (source: 2024 Sowine/Dynata barometer). Glassware makers and brands are delighted with those figures, and their sales are doing very well indeed.

"Grand cru sales have not returned to pre-covid levels, but other trends such as no-low alcohol, the boom in rosé wine sales and the 'less but better' trend, among others, tend to favour the use of wine and spirit glasses, says Agathe Morscher, food service brand director at Arc. It means that consumers are still looking for specialist wine glasses with the features and aesthetics that facilitate the enjoyment of wines and spirits in the very best way possible. That's the reason we are seeing sales improve across those segments – particularly for the Chief&Sommelier brand whose glassware offering is a response to the needs both of experts and of enthusiasts looking for quality, without necessarily having that expert knowledge. We bring our expertise to the service of the Epicurean consumer."



Gamme Sabre Design chez Claude Dozorme, lame en acier, manche en chêne, garde en aluminium. Posé sur son socle, c'est aussi un objet de décoration. : Sabre Design range from Claude Dozorme, steel blade, oak handle, aluminium guard. Placed on its base, it is also a decorative object.

WINES AND SPIRITS: A WORLD OF ACCESSORIES TO EXPLORE

Cocktails, wines, champagnes, beers, and also no-lows (shorthand for non-alcoholic drinks): the growth in the small world of alcohols and temperance is stimulating the glassware market that continues to further diversify its offering. What if your business got on board? We take an overview of the growth opportunities out there, including accessories.



Nouvelle collection de verres à pied Cesti chez Leonardo, inspirée « par le plaisir décontracté du vin dans les pays méditerranéens d'Europe, associé à la préférence pratique pour les pieds courts », explique la marque. Prix public : 5,95 € le verre à vin rouge (500 ml).  New collection of Cesti stem glasses from Leonardo, inspired "by the relaxed enjoyment of wine in the Mediterranean countries of Europe, related to the practical preference for shorter stems" explains the brand. Price to the public: €5.95 for the red wine glass (500ml).

PLUS DE VERRES FINS ET LÉGERS

Épicuriens, justement, les consommateurs le sont de plus en plus et investissent dans la verrerie et les accessoires pour trinquer entre amis et à domicile. Nec plus ultra, les verres fins sont désormais demandés par les amateurs mais également les néophytes. « Depuis 15 ans, c'est l'explosion, assure Alice Thonon, fondatrice de la boutique en ligne La Sablerie (voir encadré). Le cristal soufflé bouche est une valeur sûre et est plébiscité. Le verre tend aujourd'hui à s'effacer derrière le vin. »

Si le must reste le soufflé bouche dont la fabrication est coûteuse et a donc une incidence sur le prix, on peut trouver désormais des modèles soufflés mécanique qui sont une bonne alternative à développer en boutiques. « Ce type d'innovation stimule nos ventes, confie Jean-Loup Ravinet, distributeur des marques Spiegelau et Nachtmann pour la France. Nous avons en effet réalisé pour la première fois en 2021 des verres aussi fins et aussi légers que des verres soufflés bouche à la machine (soufflé mécanique) et ce dans une qualité inégalée à des prix 2 à 2,5 fois inférieurs au soufflé bouche (gamme Définition de Spiegelau). Cela a démocratisé le verre plus fin qui est très demandé

MORE FINE, LIGHT GLASSES

There are certainly more and more consumers around interested in enjoying the good things in life, and they are investing in glassware and accessories to clink glasses at home and with friends. Enthusiasts are now wanting the very best fine wine glasses – as are novices. "There has been a real explosion in that over the last 15 years, says Alice Thonon, founder of the online store La Sablerie (see inset), Mouthblown crystal is a good bet, and is popular. These days, the glass tends to step aside to spotlight the wine."

Mouthblown glasses remain a must-have item, and it costs a lot of money to manufacture them which impacts in turn on the price – but a good alternative worth developing in a store is the machine-blown model. "That kind of innovation stimulates sales, points out Jean-Loup Ravinet,



Le rafraîchisseur extensible Frizz de Peugeot rafraîchit les bouteilles de vin et de champagne en 20 minutes et les maintient fraîches durant 2 heures. Prix public : 26,90 €.  The extendable Frizz cooler from Peugeot cools wine and champagne bottles in 20 minutes and keeps them cool for 2 hours. Price to the public: €26.90.

par les amateurs de vin éclairés mais aussi les professionnels du vin et de l'hôtellerie/restauration. L'Authentis, le verre iconique de Spiegelau, arrive dans la même qualité que Définition dans quelques semaines sous le nom de Hi-Lite. » Une alternative à suivre donc et à mettre en avant en boutiques pour montrer l'attrait et la polyvalence de cette offre innovante.

AFFIRMER UNE OFFRE COCKTAIL ORIGINALE

Autre phénomène non négligeable, les cocktails rentrent toujours plus dans les habitudes de consommation des Français. Ainsi, d'après une récente étude des experts CGA et Nielsen IQ, 28 % des Français affirment boire ces boissons alcoolisées, ou non, plus souvent qu'il y a un an, soit une hausse de 7 points par rapport à 2021. Parmi les mélanges favoris, se trouvent l'indétrônable mojito et les autres cocktails à base de rhum. L'Aperol Spritz et sa couleur orangée enregistre également une forte progression et signe son apparition dans

Up & Down, coffret à tire-bouchon à levier et bouchon de préservation du champagne, L'Atelier du Vin. Prix public : 250 €. Up & Down – the set comprising lever corkscrew and champagne preservation stopper, L'Atelier du Vin. Price to the public: €250.



distributor of Spiegelau and Nachtmann for France, Actually, for the first time in 2021 we managed to make machine-made glasses (machine blown) that were as fine and as lightweight as mouth-blown ones, and the quality was unparalleled - at prices that were 2 to 2.5 times lower than mouth-blown ones (the Définition range from Spiegelau). It means that the finer glass becomes more popular. Well-informed wine enthusiasts are very keen on that kind of glass, as are wine professionals in the hotel/restaurant industry. L'Authentis, the iconic glass from Spiegelau, is on the way, and has the same high quality as Définition. It will be available in a few weeks' time under the Hi-Lite name." It is an alternative worth watching, and worth highlighting in a store to demonstrate the appeal and versatility of such an innovative offering.

Inspiré de la forme universelle du cercle, le set Vin-O-line complète la collection Pulltex avec une série d'accessoires de vin grand public imaginés pour répondre aux besoins d'un secteur de marché qui n'utilise pas régulièrement d'accessoires de vin. Prix public : 55,60 €. Inspired by the universal circle shape, the Vin-O-line set completes the Pulltex collection with a range of wine accessories for the mass market, designed to respond to the needs of a market segment that does not regularly use wine accessories. Price to the public: €55.60.



LE COQ FRANÇAIS, LICENCIÉ OFFICIEL DES JO PARIS 2024

Suivre l'actualité pour mieux capter le client, voilà le challenge de l'entreprise spécialisée dans le domaine de la coutellerie fabrication 100 % française. Dans cet univers, place également au sommelier limonadier, décapsuleurs ainsi qu'aux bouchons à champagne et à vin personnalisables. Des articles simples et utiles qui trouvent leur place dans de nombreux commerces et qui peuvent donner lieu à des licences. C'était déjà le cas pour la marque Ovalie Original avec France Rugby, Coupe du monde de Rugby 2023 et Eden Park. En 2024, c'est Le Coq Français qui saute le pas et propose une gamme d'art de la table à l'occasion des Jeux olympiques de Paris comprenant notamment des sommeliers et des bouchons à vin. Objectif pour l'entreprise : diversifier sa présence entre les boutiques traditionnelles (coutellerie / art de la table), les sites touristiques (musées), les chaînes ou les groupes de magasins spécialisés (Ambiance et Styles, Culinarion, Cuisine Plaisir, Maison à vivre), avec la volonté de s'étendre aujourd'hui à l'univers du jardin et du bricolage.



LE COQ FRANÇAIS, OFFICIAL LICENCE-HOLDERS OF THE 2024 PARIS OLYMPIC GAMES

Keep up with the news to better captivate the customer: that is the challenge of the business specialising in the domain of 100% French made knives. In knifemaking, there is also space for the wine waiter's corkscrew, the bottle opener and champagne stoppers – and personalised wine too. These are simple, useful items that can find a niche in lots of shops, and can give rise to licensing opportunities too. That was certainly the case for the brand Ovalie Original with France Rugby, the 2023 Rugby world cup, and Eden Park. In 2024, Le Coq Français made the cut with a tableware range for the Paris Olympic Games that comprises, among other things, sommelier accessories and wine stoppers. The business's objective was to diversify its presence to encompass traditional stores (tableware, cutlery), tourist sites (museums), specialist store groups and chains (Ambiance et Styles, Culinarion, Cuisine Plaisir, Maison à vivre), alongside a new extension of its brand across the garden and DIY sector.

KOALA

wine | cocktail | kitchen



years
25

SCAN ME
TO VISIT OUR WEB



koalaspain.com



+34 986 900 580 | info@koalaspain.com | www.koalaspain.com



Le décapsuleur Tippy d'Umbr est l'alliance du design et de la fonctionnalité. Plus qu'un ouvre-bouteille classique, c'est un objet de décoration qui sublime le bar. Fabriqué en fonte robuste et doté d'une finition chromée polie, il est non seulement résistant, mais contribue à créer une atmosphère sophistiquée. Un sujet de conversation et une pièce sculpturale à lui seul ! Il est ici présenté sur le chariot de bar et de rangement en bois bicolore Bellwood. Une desserte multifonctionnelle pour composer son propre bar à domicile. Les roulettes en caoutchouc facilitent son déplacement et les plateaux amovibles se révèlent pratiques pour servir ou nettoyer. Le chariot Bellwood peut aussi servir de présentoir pour les plantes ou de table d'appoint. Existe également en noir. Prix public : 200 € la desserte ; 27,50 € le décapsuleur. The Tippy bottle opener from Umbr blends great design with functionality. More than a traditional bottle opener, it doubles up as a decoration item that enhances the bar. Made of robust cast metal and with a polish chrome finish, not only is it robust - it also contributes to an atmosphere of sophistication: a great talking point and a sculptural work all on its own! It is shown here on the Bellwood serving and drinks trolley in dual-colour wood. A multifunctional trolley to make your own bar in the home, it is easily moved around thanks to the rubber wheels, and the removable trays are handy for serving and cleaning. The Bellwood trolley also works well as a presentation space for plants and side tables. Also available in black. Price to the public: €200 for the trolley, €27.50 for the bottle opener.

le top 10 des cocktails les plus consommés en 2022. De quoi donner des idées en boutiques : verres dédiés mais pourquoi pas aussi dégustation d'une offre en lien avec des sirops originaux et colorés vendus dans de jolies bouteilles (Bacanha, Monin, marques locales et/ou artisanales).

LA SABLIERIE : ODE À LA VERRERIE

Fondée en 2022 par Alice Thonon, la boutique en ligne dispose aussi d'un stock physique à Bordeaux où elle est basée et accueille à la fois les particuliers et les professionnels : « *L'idée est de faire comme un caviste mais avec des verres et de proposer une belle sélection.* » Parmi celle-ci, place à Grassl Glass, Lehmann, Riedel, Spiegelau mais aussi des noms plus récents comme la marque française Sydonios qui a relocalisé en France sa fabrication pour une approche plus écologique et responsable, ou Gabriel Glas qui a réussi le pari de créer un verre universel pour tous les vins en version soufflé bouche ou soufflé machine. « *Pour une boutique qui souhaite s'y mettre, je dirais : soyez curieux, intéressez-vous car la verrerie est un monde riche dans lequel il faut plonger* », confie Alice Thonon. Aujourd'hui, l'entreprise dont les chiffres sont en progression, développe la location de verres haut de gamme pour offrir aux particuliers une autre approche de la dégustation.



Koala a conçu IceRock, le refroidisseur de bouteilles le plus rapide du marché. La bouteille se refroidit en 15 minutes et se conserve au frais pendant 5 heures. Prix public : 29,90 €. Koala has come up with the IceRock – the fastest cooler of wine on the market. The bottle will cook in 15 minutes and will keep cool for 5 hours. Price to the public: €29.90.

PROCLAIMING AN ORIGINAL COCKTAIL OFFERING

Another phenomenon that is far from insignificant is the cocktail, which continues to be a fixture in French consumption habits. A recent survey by the experts CGA and Nielsen IQ revealed that 28% of French people say that they drink alcoholic or non-alcoholic cocktails more often than they did a year ago – up 7 points compared to 2021. Among the favourite concoctions are the undefeatable mojito, and other rum-based cocktails. The Aperol Spritz and its orange colour has also become much more popular, and makes its appearance on the top 10 list of the most consumed cocktails of 2022. There is plenty of potential in there for stores: dedicated glasses, of course, but there are also lots of opportunities around trying something out alongside original colourful syrups sold in attractive bottles (Bacanha, Monin, local and/or artisan brands). *"The most pronounced trends are towards sophisticated glasses with fine rims to optimise the taste experience - and people are also looking*

LA SABLIERIE: AN ODE TO GLASSWARE

Founded in 2022 by Alice Thonon, the online store also has a physical store at Bordeaux where is she is based, and where she welcomes industry and personal shoppers. *"The idea is to do what wine cellar managers do, but with glasses – and to offer a great selection."* Among the brands on offer are Grassl Glass, Lehmann, Riedel, and Spiegelau as well as newer names such as the French brand Sydonios who relocated their manufacturing to France for a more environmentally responsible approach, and also Gabriel Glas who made a success of creating a universal use glass for all wines in mouthblown and machine-blown versions. *"For a store interested in going in that direction, I would say: be curious, and take an interest – the glassware world is a rich one and you should dive in"* says Alice Thonon. The business's figures are showing good progress these days, and it is developing a high-end glass rental service to offer personal shoppers a different way to enjoy drinks.

Jean-Loup Ravinet. Cette année, nous renforçons notre collection de bar par les séries Linear et Aperitivo, ainsi qu'une nouvelle gamme de verres à champagne appelée Sparkling Party. »

Un marché à suivre de près car même du côté des no-low, la catégorie la plus dynamique est aujourd'hui celle des spiritueux. Dans les grandes villes, de belles adresses s'implantent à l'image du Paon qui boit à Paris (XI^e arrondissement) ouvert en 2022 par Augustin Laborde qui se veut la toute première cave sans alcool proposant plus de 200 références de



« Notre marque BarCraft est conçue pour aider les détaillants à tirer le meilleur parti du boom des bars à domicile. Cocktails captivants, coffrets cadeaux ou outils pour le vin, les articles de bar continuent de prendre le marché d'assaut, observe Claire Budgen, directrice commerciale et marketing chez Lifetime brands. Nous ajoutons constamment de nouveaux produits pour répondre à cette demande. BarCraft fait partie de notre gamme de produits depuis environ 20 ans : nous avons donc une grande expérience de la conception et de la proposition de ce qui fonctionne, indépendamment de la diversité croissante de ces produits. Les cocktails et le vin continuent de susciter l'intérêt, tout comme les articles spécialisés tels que les chauffe-verres à cognac et les flacons de hanche. Nous veillons également à ce que nos créations soient dignes d'Instagram, car c'est ce que veulent les consommateurs. » : "Our BarCraft brand is designed to help retailers make the most of the boom in home bars. Enchanting cocktails, gift sets and wine tools: barware items continue to do very well indeed, observes Claire Budgen, marketing and commercial director at Lifetime brands, We are always adding new products to meet that demand. BarCraft has been a part of our product range for about 20 years, so we have a lot of experience in designing and then offering what works well, aside from the growing diversity of these products. Cocktails and wine continue to be of great interest, as do niche items such as cognac glass warmers and hip flasks. We also make sure that our designs are Instagram-worthy, as that's what consumers want."

Seau à glace en acier inoxydable, par Bea Mombaers pour Serax. Prix public : 134 €. Stainless steel ice bucket, from Bea Mombaers for Serax. Price to the public: €134.



Connoisseur, le nouveau système de service et de préservation de vin conçu par la marque Cheer Moda, se compose d'une base de présentation, d'un dispositif principal pour le service et la préservation du vin par argon, de 4 bouchons spécifiques et de 2 capsules d'argon. Il suffit d'ouvrir la bouteille puis de remplacer le bouchon original par un des bouchons spécialement conçus de Connoisseur. Celui-ci scelle la bouteille tout en permettant le service du vin. L'espace laissé libre par le vin est remplacé par de l'argon, un gaz inerte qui empêche l'oxydation du vin et permet de le conserver ainsi que ses arômes jusqu'à 6 mois. Ce produit protégé par 6 brevets, a nécessité 6 ans de R&D, collaboration avec l'agence française Phi Design. Un travail

collaboratif récompensé en février 2024 avec le Good Design Award et l'IF Design Award. Le Connoisseur sera commercialisé en France et en Europe à partir du mois de juin 2024. Connoisseur, the new wine preservation system from Cheer Moda, comprises a support base, the primary wine preservation system with Argon, 4 special caps, and 2 Argon capsules. The user opens the bottle and then replaces the original stopper with a special Connoisseur stopper which seals the bottle while still allowing the wine to be poured. The space left by the poured wine is replaced by Argon gas – an inert gas that prevents wine oxidation so that the wine and its aromas can be preserved for up to 6 months. The item has 6 patents, involved 6 years of R&D, and was designed in partnership with the French design firm Phi Design. The collaborative work was given the Good Design Award and the IF Design Award in February 2024. The Connoisseur will be available in France and Europe as of June 2024.

It is worth following the market closely - the most dynamic category is the spirits category in the no-low market. Some fine stores are opening in big cities that emulate the Paris store Le Paon Qui Boit (in the capital city's 19th district) that was opened in 2022 by Augustin Laborde. The store is the very first non-alcoholic drinks store and features over 200 listed 0.0% spirits, wines and beers. Even the CHR sector, seeking to diversify and move its soft drinks offering upmarket, is taking a great interest in these new products within a drinks segment that is positively sparkling, and seeing product launches on a weekly basis.

Some great ideas come to mind around putting together a selection of glasses with different shapes and uses, with good composition potential alongside dedicated accessories and drinks.

ACCESSORISE TO BETTER INNOVATE

Last but not least, why not introduce wines and/or spirits on a one-off basis, in line with events across the year? Spring and summer seasons are a great excuse for setting up a rustic-looking table to make people want to get together with friends for a cocktail, while wintertime is perfect for a fireside aperitif...the idea here is to bring together a set of glasses with some decoration, coasters and plenty of wine accessories



Après le succès de ses précédentes versions scintillantes (or, argent, noir et rose), Kywie propose cette année le cooler à champagne en laine de mouton en turquoise scintillant. Glacé et rafraîchissant ! Prix public : 99 €. In the wake of the success of earlier sparkling versions (gold, silver, black and pink), Kywie this year has a champagne cooler made of sheepskin in sparkling turquoise. Iced and refreshing! Price to the public: €99.

De beaux cocktails à étages sans effort,
effet waouh garanti!



Sous-verre en cuir, Asa Selection. Prix public : set de 4 à partir de 5,90 €. | Leather coaster, Asa Selection. Price to the public: set of 4 from €5.90.



Légers, les verres Définition de Spiegelau sont soufflés mécanique et pèsent 120 g. Prix public : à partir de 44,90 € le coffret de 2 verres. | The lightweight Définition glasses from Spiegelau are machine-blown, and weigh 120 g. Price to the public: from €44.90 for the set of 2 glasses.

MAL'S
ACCESSOIRES & OUTILS DE CUISINE

DISTRIBUÉ PAR PATISSE | MALI'S

commercial@patissefrance.com



La collection Exaltation propose une déclinaison de verres pour les vins et champagne, Chef&Sommelier. Prix public : à partir de 37,80 € le coffret de 6 verres.
 The Exaltation collection features a selection of wine and champagne glasses, Chef&Sommelier. Price to the public: from €37.80 for the set of 6 glasses.

bières, vins et spiritueux 0,0 %. Même le secteur CHR, qui cherche à diversifier et faire monter en gamme son offre de soft, s'intéresse de près à ces nouveaux produits dont le segment, en effervescence, propose des lancements toutes les semaines.

De quoi donner des idées d'implantation avec des verres qui multiplient les formes, les usages et offrent des idées de composition avec des boissons et des accessoires dédiés.

ACCESSOIRISER POUR MIEUX INNOVER

Last but not least, pourquoi ne pas faire entrer les vins et/ou les spiritueux par touche et en fonction des moments de l'année ? Et si le printemps et l'été étaient un prétexte pour faire installer une table champêtre et l'envie d'organiser des cocktails entre amis ? L'hiver, place à un apéro au coin de la cheminée... L'idée : introduire un set de verres, de la déco, des dessous de verre et de nombreux accessoires autour du vin comme des tires bouchons électriques, des pompes à faire le vide, des refroidisseurs à vin signés Peugeot Saveurs, L'Atelier du Vin, Koala...

« Je pense qu'aujourd'hui il faut étonner car peu de marques osent, confie Georges Richard, CEO de L'Atelier du Vin. C'est ce que nous faisons avec nos produits et nous accompagnons les détaillants dans la mise en scène de l'offre dans leurs points de vente. Mes préconisations pour une bonne première sélection ? Je dirai un tire-bouchon de type sommelier, un tire-bouchon à levier, un bilame, un coupe capsule, un verseur, une pompe à faire le vide, une carafe (à l'image de notre modèle Bonde, un grand classique depuis 20 ans, indémodable et prisée par les cavistes de type Nicolas), un set de verres et même un quiz du vin ! »

Objectif : inspirer, donner des couleurs à la table, la rendre festive et conviviale. Une spécialité que la société espagnole Koala maîtrise bien.



La spirale du verre Pure de Delissea, fabriqué dans les ateliers de La Rochère, fait office d'accélérateur d'arômes dédié à la dégustation des spiritueux, des alcools, en atténuant l'alcool au nez, tout en conservant la longueur en bouche. Prix public : 54,90 € le coffret de 4.
 The spiral of the Pure glass from Delissea, a glass made at the La Rochère workshops, acts as an aroma accelerator and is ideal for enjoying spirits and alcoholic drinks by alleviating the alcohol on the nose while also ensuring that it lingers in the mouth. Prices to the public: €54.90 for the set of 4.

including electric corkscrews, vacuum pumps and wine coolers made by Peugeot Saveurs, L'Atelier du Vin, and Koala.

"I feel that these days it is important to surprise people - not many brands are bold enough to do that suggests Georges Richard, CEO of L'Atelier du Vin, That's what we do with our products, and we support retailers in setting the scene for the product offering at their points of sale. What are my recommendations for a good first selection? I'd go with a sommelier-type corkscrew, a lever action corkscrew, a twin-metal bottle opener, a foil cutter, a pouring spout, a vacuum pump, a carafe (such as our Bonde model - a great classic spanning 20 years that is a classic piece and highly prized by wine stores like Nicolas), a set of glasses, and even a wine quiz!"

The objective is to inspire, to add a splash of colour to the table and to make it festive and convivial - something that the Spanish company Koala does very well indeed. The company has specialised in environmentally aware wine accessories for 25 years, and its reputation has climbed as have its sales (+ 102% in 2023). "You have to innovate, says Laura Vázquez, design & marketing manager at Koala, In the case of stores that are specialists or new to the market, you need to be offering



festin de printemps !



Le verrier italien RCR a marié la légèreté et les jeux de lumière pour créer la ligne de verres à vin et le tumbler OptiQ. The Italian glassmaker RCR has married a lightweight quality with clever tricks of the light to create the wine and tumbler range OptiQ.



En 2024, Riedel lance la gamme Grape : un assortiment de trois tailles de verres parfait pour tous types de vins, de boissons amusantes et de cocktails. Prix public : lot de 2 verres à partir de 24,90 €. In 2024, Riedel launched the Grape range: an assortment of three glass sizes perfect for all kinds of wines, cocktails and fun drinks. Price to the public: set of 2 glasses from €24.90.





Villeroy & Boch a imaginé une ligne de verres en cristallin dont la moitié inférieure a délicatement été peinte de blanc pour se marier avec sa collection Manufacture Rock. Prix public : 49,90 € les 4 verres à whisky. Villeroy & Boch have created a line of crystalline glasses whose lower part is delicately painted white, to go with its Manufacture Rock collection. Price to the public: €49.90 for the 4 whisky glasses.

Spécialisée dans les accessoires écologiques pour le vin depuis 25 ans, celle-ci voit sa notoriété grimper tout comme ses ventes (+ 102% en 2023). « Il faut innover, confirme Laura Vázquez, responsable design & marketing chez Koala. Pour les magasins, qui sont spécialisés ou nouveaux sur le marché, il faut proposer des produits attractifs et polyvalents qui soient qualitatifs mais aussi différenciants. Outre la verrerie qui n'est pas de notre domaine, la mise en valeur de produits tels que les tire-bouchons, les aérateurs de vin, les systèmes de conservation et les accessoires de vin écologiques peuvent être un atout si l'on crée une synergie avec d'autres produits complémentaires tels que des collections gastronomiques, des livres sur le vin ou des coffrets cadeaux thématiques susceptibles d'enrichir l'expérience d'achat et encourager les opportunités de ventes croisées. » ●



Coffret Graham de Cookut (contient 2 verres à spiritueux, 2 billes en marbre, un guide de dégustation et une cartographie des spiritueux). Prix public : 69,90 €. Graham set from Cookut (2 spirits glasses, 2 marble balls, a tasting guide, and a spirits chart). Price to the public: €69.90.

products that are versatile and appealing, that are good quality but also that differentiate. Aside from glassware, which is not really our domain, things such as corkscrews, wine aerators, wine conservation systems and ecological wine accessories can be a real asset if you generate synergies with other complementary products such as gastronomic snacks, wine books and themed gift sets that are likely to enrich the purchasing experience and encourage cross-selling opportunities." ●



Le cocktail a la cote et multiplie les propositions de verres, comme ici avec la collection Echo de Zwiesel Glas. Prix public : à partir de 39,95 € le coffret de 4 verres. Everyone loves a cocktail and lots of new cocktail glasses are coming on the market, such as those shown here from the Echo collection from Zwiesel Glas. Price to the public: from €39.95 for the set of 4 glasses.



RAVINET D'ARC
Tél.: 01 47 38 37 46
info@ravinetdarc.fr

Retrouvez-nous sur
www.ravinetdarc.fr


SPIEGELAU
HI - LITE



LE HI-LITE:
L'AUTHENTIS DANS LA MÊME LÉGÈRETÉ ET FINESSE QUE DEFINITION.