



RELEASE | AOÛT 2026

Bebidas Chiamulera lance de nouvelles saveurs de Bid Marula et présente un nouvel emballage

Le Caramel Beurre Salé et le Fruit de la Passion rejoignent la gamme, qui adopte également une nouvelle identité visuelle

Bebidas Chiamulera présente deux nouvelles options pour sa famille de liqueurs Bid Marula : **Caramel Salé et Fruit de la Passion**. Ces nouveautés ont été dévoilées lors de l'Expoagas 2026, qui s'est tenue cette semaine à Porto Alegre, Brésil et arriveront dans les points de vente dès le mois de septembre, accompagnées d'un nouvel habillage pour toute la gamme.



Gamme complète des liqueurs Bid Marula, dans l'ordre : fruit de la passion, classic et caramel salé.

Crédits : Bebidas Chiamulera / Diffusion

La croissance de la catégorie des liqueurs et l'intérêt des consommateurs pour de nouvelles expériences gustatives comptent parmi les facteurs ayant motivé ce lancement.

Avec ces nouveautés, Bid Marula propose désormais trois options : **Classic, Caramel Salé et Fruit de la Passion**. La gamme bénéficie également d'une nouvelle bouteille, d'une nouvelle étiquette, de coloris inédits et d'un nouveau bouchon. Cette refonte visuelle a été conçue pour faciliter l'identification des saveurs et rendre les produits plus attractifs en point de vente.

Commercialisées en **bouteilles de 900 ml** avec un **titre alcoométrique de 15 %**, ces liqueurs se dégustent pures ou sur glace. L'ambition de la ligne est d'offrir des expériences gustatives variées grâce à l'association du marula avec de nouveaux ingrédients.

Le marula est un fruit d'origine africaine, reconnu pour ses notes douces, fruitées et délicatement acidulées. Dans la recette de Bid Marula, le fruit donne naissance à une boisson crémeuse, douce et veloutée, aux accents de caramel et de vanille.

Monica Chiamulera, directrice commerciale de Bebidas Chiamulera, souligne que l'élargissement de la gamme s'inscrit en phase avec l'évolution des habitudes et des préférences des consommateurs :

“Bid Marula faisait déjà partie de notre portefeuille, et nous avons identifié une opportunité de renforcer la marque, tant par l'élargissement de notre offre que par le renouvellement de sa présentation. La nouvelle identité visuelle a été pensée pour rapprocher le produit du consommateur et valoriser la diversité des saveurs en magasin.”



Monica Chiamulera, Directrice Commerciale chez Bebidas Chiamulera

Crédits : Bebidas Chiamulera / Diffusion

Ce lancement intervient l'année où Bebidas Chiamulera célèbre ses **40 ans d'histoire**. Pour l'entreprise, l'enrichissement de la ligne Bid Marula s'inscrit dans une trajectoire marquée par l'expansion de son portefeuille et le développement de produits adaptés aux différents moments de consommation.

À propos de Bebidas Chiamulera

Fondée en 1986, Bebidas Chiamulera célèbre ses 40 ans en 2026 avec un portefeuille de plus de **190 produits** et une présence sur **3 continents et dans 33 pays**. L'entreprise opère principalement dans le secteur des boissons alcoolisées, proposant des produits adaptés à différentes catégories, profils de consommateurs et occasions de consommation.

Contact Presse | Bebidas Chiamulera — Marketing

Délis Amanda Bianchini

marketing@bebidaschiamulera.com.br | +55 51 99271-3785

Instagram : @bebidaschiamulera