



PERSBERICHT

21 mei 2007

InBev Belgium innoveert op Hoegaarden

Rosée. Hoegaarden op zijn fruitigst.

Vanaf vandaag brengt InBev Belgium haar laatste innovatie op de markt: Hoegaarden Rosée. De innovatie in het witbiergamma combineert de verfrissing en doordrinkbaarheid van Hoegaarden witbier met de fruitige smaak van frambozen. Het bier krijgt een eigen sierlijk tulpvormig glas op voet en bevat 4,5% alcohol.

Consumentenonderzoek

Zoals gebruikelijk bij innovatie heeft InBev ook voor Hoegaarden Rosée gepeild naar de interesse van de consument. Uit breed consumentenonderzoek bleek dat Hoegaarden Rosée vooral wordt gewaardeerd door de vrouwelijke consument omdat het als geen ander bier een fruitige smaak combineert met een lichte verteerbaarheid. Op basis van de onderzoeksresultaten verwacht InBev een grote consumenteninteresse, zowel voor thuisverbruik als op café. Bovendien is Hoegaarden Rosée door zijn typische karakter een ideaal terrasjesbier, aldus nog het onderzoek.

Ondersteuning

Hoegaarden Rosée wordt actief ondersteund door een eigen bierviltjescampagne, waarvan het interactieve, humoristische concept een tiental jaar geleden al door Hoegaarden witbier werd gebruikt. Vanaf eind mei zullen Hoegaarden drinkers deze bierviltjes in de horeca vinden en hun originele hersenspinsels kunnen delen via sms en de website www.hoegaarden.com.

Verder wordt Hoegaarden Rosée ondersteund door een uitgebreide mediacampagne en zal de consument op verschillende plaatsen en momenten de gelegenheid krijgen om het te proeven.

Beschikbaarheid

Het bier is vanaf vandaag beschikbaar in de grootdistributie en de horeca, in herbruikbare flessen van 25 cl.

Vragen voor de pers:

Lian Verhoeven, External Communications Manager, 016.27.54.56