

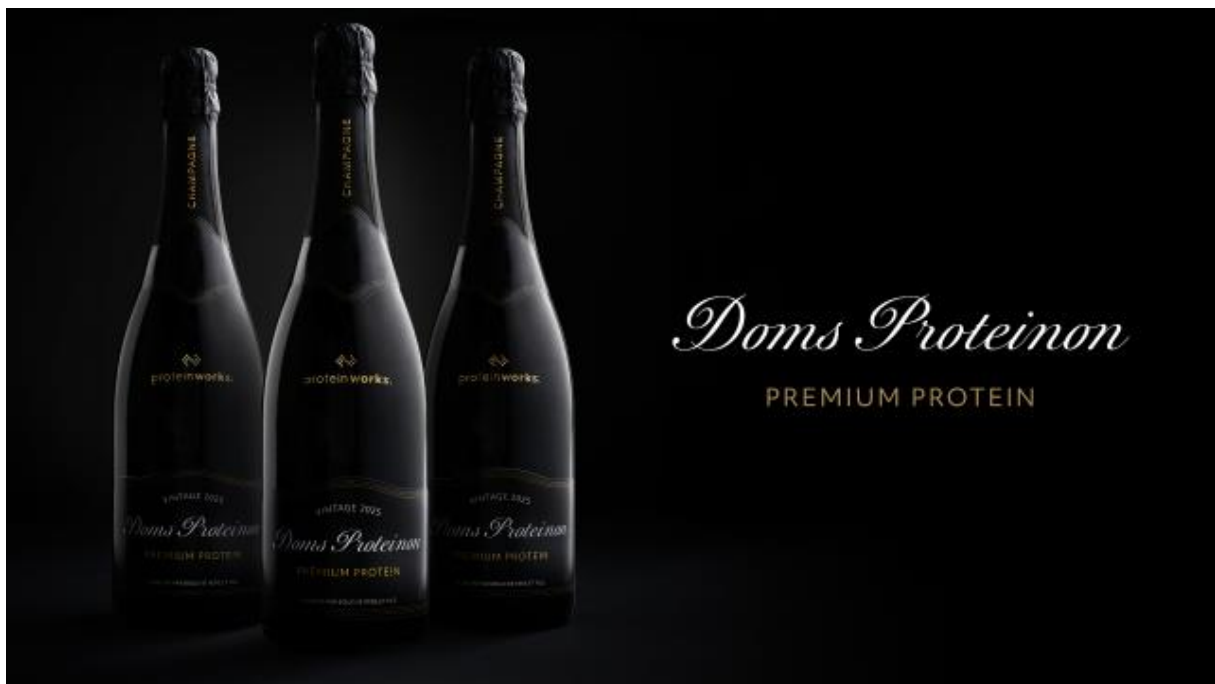
Aprilgrappen in de wijnbouw

Gelukkig neemt niet iedereen het leven erg serieus maar kan er ook nog met een knipoog aan wijnbouw gedaan worden.

In de media waren er drie voorbeelden terug te vinden

Doms Proteinon

Inspelend op de hype van proteïne verrijkte voedingswaren, lanceerde de proteïne-website 'Protein Works' de Dom Proteinon als een drank 'bubbels met benefits':



"Met 20 gram proteïne per glas is deze innovatieve creatie ontworpen voor wie wil proosten op zijn prestaties zonder zijn gezondheid in gevaar te brengen", aldus een persbericht. "De vraag naar 'proteïnechampagne' en 'alcoholvrije champagne' is het afgelopen kwartaal enorm gestegen, waardoor Doms Proteinon de perfecte oplossing is – een combinatie van plezier en functionaliteit."

Het persbericht beweert dat de zoekopdrachten naar 'proteïnechampagne' met maar liefst 580% zijn gestegen.

"Doms Proteinon is onze manier om een beetje plezier te hebben en tegelijkertijd een gesprek op gang te brengen over hoe we vieren", aldus Anna Sward, wereldwijd hoofd van het merk bij Protein Works. "Naarmate meer mensen op zoek zijn naar gezondere en smakelijkere alternatieven voor elke dag, zien we een verschuiving in de manier waarop feesten zich ontwikkelen... wat bewijst dat verwennerij en voeding hand in hand kunnen gaan."

Lick Lables

Over het kanaal bracht dan weer Wine Retailer Majestic flessen op de markt met etiketten die men kon proeven door eraan te likken....



Deze "wereldprimeur op het gebied van wijnproeven" nodigt consumenten uit om "aan het aangewezen stukje te likken terwijl ze de proefnotities lezen om de wijn te proeven en te ervaren voordat ze de kurk laten knallen."

Majestic moedigde wijnliefhebbers aan om een van hun 213 winkels in het hele land te bezoeken "om deze innovatieve nieuwe proeftechniek uit te proberen."

Een afbeelding toont een pijl naar beneden en de tekst "Lick me!" op de wijnetiketten van flessen uit de Côtes de Provence, Rias Baixas, Stellenbosch en Barossa. De retailer gebruikte ook de hashtag #TryBeforeYouBuy in zijn socialmediaberichten ter promotie van de lancering van de gimmick op 1 april.

En tot slot kondigde een wijnketen in Portugal aan dat het flink had uitgebreid op zijn wijndomeinen...

Douro hotel expansion

Met maar liefst 6 hotels !



De vijf verdiepingen hoge hotels, ontworpen door het eigen architectenteam van het bedrijf, werden onthuld met een hoog gehalte aan natuurlijke materialen zoals hout en terracotta. "Hoofdarchitect" Victor Miranda gaf aan dat de keuze voor natuurlijke producten ervoor zou zorgen dat bezoekers "een veel aangenamer en authentieker verblijf zouden hebben dan met synthetische materialen mogelijk zou zijn geweest".

Gasten konden "een beter uitzicht vanaf de bovenste verdiepingen" verwachten, voegde Miranda eraan toe, en "een uitgebreid ontbijtbuffet".