

Simone a soif !, nouvelle boisson à l'hydrolat de plantes

Simone a soif! est une jeune marque belge distribuée en France par Food District. Voici ce qu'elle a d'original.



L'étiquette de Simone a soif! a été dessinée par l'agence BETC.

Food District, société qui accompagne et distribue de jeunes marques françaises, s'est laissé séduire par une signature belge née en 2016 : Simone a soif ! « C'est la première marque d'eau fruitée à base d'hydrolat de plantes », dit Marie Briquet, directrice marketing de Food District. Simone a soif ! contient du jus de fruits artisanal, de l'hydrolat de plantes, de l'eau de source et une pointe de citron, en guise de conservateur. Un hydrolat est le résidu d'une plante après distillation pour en extraire son huile essentielle. La vapeur est très aromatique et elle est appelée hydrolat quand elle a refroidi. « Simone a soif ! est bio et green, c'est-à-dire que la liste d'ingrédients est courte », poursuit Marie Briquet. Cette eau fruitée aromatique ne contient ni sucre, ni édulcorant, conservateur, colorant, additif ou arômes.

Boisson bio et belge....

Simone a soif ! a été créée par trois Belges : Agnès Bonfond, Alexandre van der Vaeren et Antoine de Menten. La gamme se compose en Belgique de 6 combinaisons surprenantes : Pomme + Géranium, Concombre + Menthe, Poire + Immortelle, Fraise + Mélisse, Cerise + Houblon et Rhubarbe + Lavande. Pour le moment,



[Visualiser l'article](#)

seules les trois premières recettes sont commercialisées en France. Dans les Cantines Monop', sur la plateforme FoodCheri, chez Cojean, dans 50 Franprix en Ile de France ainsi que dans le Thalys, le train qui relie Paris à Bruxelles

.... mais née en Corrèze

Simone a soif ! est un drôle de nom de marque. Celui-ci rend hommage à Simone, une agricultrice à la retraite, qui est en fait la voisine d'Agnès Bonfond, propriétaire d'une résidence en Corrèze. « Un jour, Agnès invita Simone pour venir goûter sa boisson, raconte Marie Briquet. La voyant sortir de sa Citroën, rayonnante, du haut de ses 80 ans, Agnès vit en elle tout ce que sa nouvelle boisson représentait : délicieuse, décalée et sans artifices ! Simone but le verre qu'Agnès lui tendit et avant qu'elle puisse expliquer ce qu'il y avait dedans, elle en redemanda. Simone était née, et Simone avait soif ! ». A noter que c'est en rencontrant une herboriste corrézienne qu'Agnès Bonfond eut l'idée de développer une boisson à base d'hydrolats de plantes.

Food District en bref

Food District est une start-up créée par Franck Manificier, ex-Fresh Food Village. Il a rassemblé autour de lui tout un écosystème pour offrir à de jeunes marques françaises un soutien complet. Lancée officiellement en mai 2018, Food District a en effet pour vocation de sourcer, distribuer et animer une collection de nouvelles marques répondant au besoin d'innovation des acteurs de la distribution, mais aussi d'incuber, de co-construire et d'accompagner les jeunes pousses dans leur projet. Avec un portefeuille d'une douzaine de marques aujourd'hui, Food District dispose à ce jour d'une douzaine de marques de boissons et d'épicerie .

Six marques de boissons :

Gallimaté : l'énergie drink naturelle. Gallimaté "francise" le Yerba Maté, cette plante sud-américaine aux multiples vertus, dont la consommation est devenue tendance au-delà de son continent d'origine. La caféine associée aux tanins du maté apporte une énergie douce et diffuse à cette boisson "made in France". En verre 27,5 cl et en PET 33 cl.

Mojithé BIO : cocktail sans alcool. Mojithé Bio associe les bienfaits du thé vert à la fraîcheur de l'incontournable cocktail cubain avec du sucre de canne, de la menthe et du citron vert. Verre 25 cl : 2 variétés.

La French s'il vous plait : le tonic français. La French s'il vous plait est une gamme de boissons 100% française de haute qualité aux fines bulles. Créée par un ex-directeur commercial de Red Bull , la marque est naturelle, bio, peu sucrée et sans édulcorant.

Grin : au grain de café vert. La première boisson bio à base d'infusion de café vert en France. Le café vert est le grain naturel, avant sa torréfaction. Il possède ainsi toutes les propriétés énergétiques du café, mais avec un goût beaucoup moins amer.

New Soul Food : l'Afrique et les Antilles réunies. Après un premier food truck « métissé » à Paris, New Soul Food lance les boissons «Afrodisiaque». Mélanges de jus et d'infusions, elles sont un métissage de recettes africaines et antillaises.

La'Typique : la bière zébrée. La'Typique est une bière "lifestyle à la française", premium, douce et alcoolisée (6°) qui s'adresse autant aux femmes qu'aux hommes. Cette bière artisanale, non filtrée, non pasteurisée, avec des notes fruitées d'orange amère et de coriandre se reconnaît à ses bouteilles illustrées par un zèbre.