

LE MÉDIA DES PROS DE *LA BOISSON*

99

épisodes depuis 2020

111500

écoutes et vues

1,08 M

affichages Google en 16 mois



● SOMMAIRE

Qui est derrière le micro	03
Les chiffres	04
La dynamique	05
L'audience	06
Référencement	07
Sept canaux	08
Un épisode, plus de 40 contenus	09
SUPERPOTION™ Daily	11
Les formats à la carte	13
Les packs	16
L'épisode partenaire Super Partenaire	17
Nos règles du jeu	18
Témoignages	19
Contact	20

● LE MANIFESTE

Dans la boisson, tout est design. Tout est récit. Tout est preuve.

Une recette peut être parfaite et mourir en rayon. Une canette peut être magnifique et raconter n'importe quoi. SUPERPOTION™ est né de ce constat : un média de niche, pensé pour les pros de la filière, qui distille des stratégies concrètes et des retours d'expérience. On y parle positionnement, packaging, architecture de gamme, distribution, loi Évin, SEO et IA, avec des gens qui ont les mains dans les cuves... mais aussi dans la com !

Ludovic Mornand, fondateur

● QUI EST DERRIÈRE LE MICRO

Ludovic Mornand, l'Exorciste de marque

Fondateur de SUPERPOTION™ et de Studio Blackthorns

Studio Blackthorns existe depuis 2010. D'abord l'exécution (web, branding, design), puis le conseil stratégique appliqué au design, et une spécialité qui s'est imposée : la boisson. Les spiritueux d'abord, la bière ensuite, puis les softs et le sans alcool, en CHR comme en GMS. En 2019, un long séjour à Melbourne puis à Tahiti m'a convaincu de ne plus faire que ça.

En 2020, j'ai lancé SUPERPOTION™ pour comprendre ce qui fait vendre une boisson, en le demandant directement à celles et ceux qui les créent. Six ans plus tard, le podcast est devenu un média complet, et l'agence accompagne des marques comme Isautier, St James, Cointreau, Camus, Massenez ou Label 5.

« Mes clients appellent ça une thérapie. Moi, je préfère parler d'exorcisme de marque. »

2010

Création de Studio Blackthorns

2012

7 ans aux côtés des Grandes Distilleries Peureux

2019

Melbourne, puis Tahiti : la boisson devient LA spécialité

2020

9 juin : premier épisode de SUPERPOTION™

2022

La chaîne YouTube et le premier rapport Tendances

2025

Masterclass loi Évin de 2 h 40 avec un avocat

2026

Evinly, Daily et une chaîne qui tire plus de 40 contenus de chaque épisode

Une audience de niche, et elle grandit

99

épisodes publiés depuis juin 2020

Le 100e arrive.

97 h

d'entretiens et de décryptages en ligne

111 500

écoutes et vues cumulées, podcast et YouTube

1,08 M

affichages dans Google en 16 mois

17 600

visites depuis Google en 16 mois

2700 h

de visionnage sur YouTube

91 %

des visites Google viennent de France

137

pays où le podcast est écouté

Les courbes montent, et le site compte

x 3,3

écoutes et vues réunies en 2025 par rapport à 2024 : le public passe du casque à l'écran

x 7,7

vues engagées sur YouTube en 2025 par rapport à 2024

+ 63 %

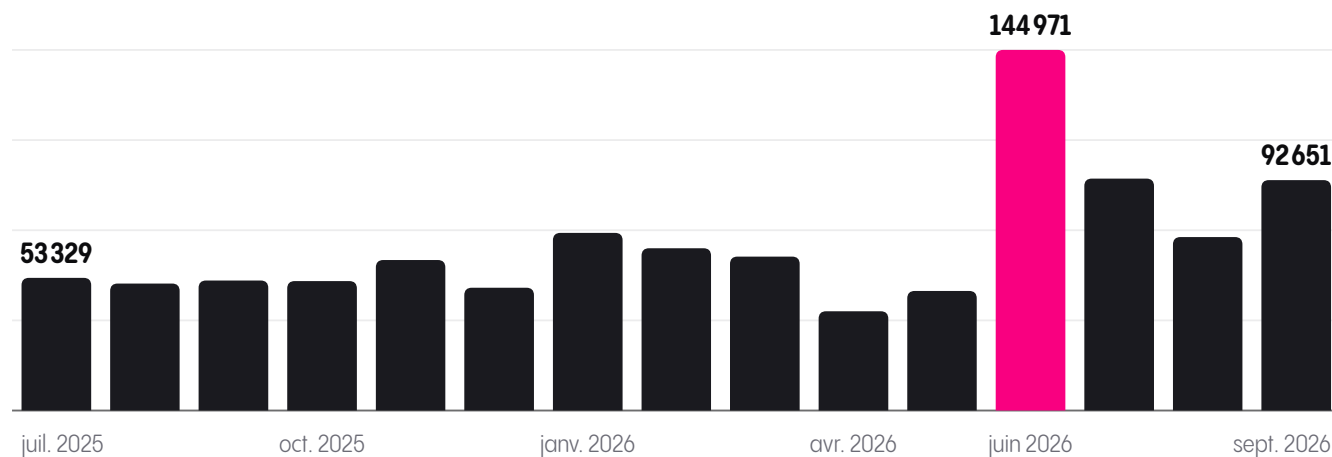
d'affichages dans Google de juillet à septembre 2026, par rapport à 2025

2722

visites depuis Google en juin 2026, record du site

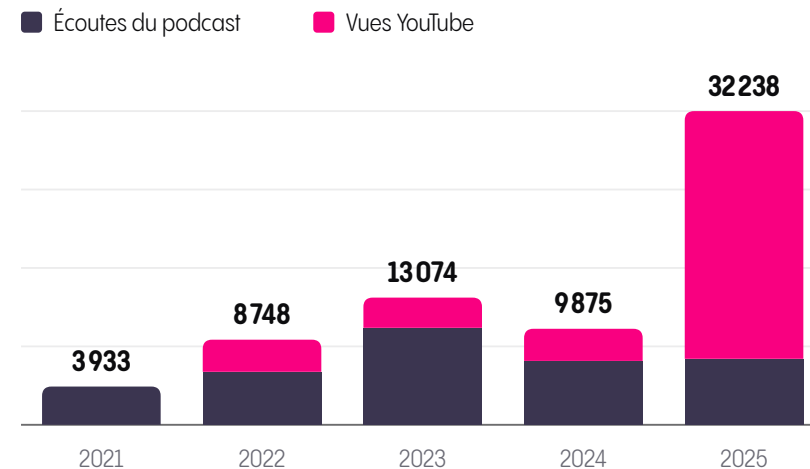
Affichages dans Google, par mois

superpotion.fr, juillet 2025 à septembre 2026 (Google Search Console). Record en juin 2026.



Écoutes et vues, par an

Podcast (Ausha) et YouTube (vues engagées), années complètes. Depuis 2024, l'audio tient et la vidéo décolle.



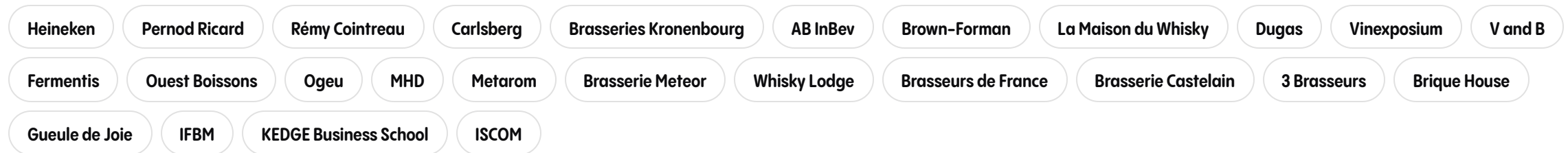
Moins de bruit, plus de décideurs

SUPERPOTION™ parle à celles et ceux qui décident dans la filière :
fondateurs et fondatrices de marques, directions marketing, brasseries et
distilleries en croissance, acheteurs, distributeurs, agences et fournisseurs.
Une niche, assumée, qui écoute jusqu'au bout.

- Fondateurs et fondatrices de marques de boissons
- Directions marketing, brand managers, chefs de produit
- Brasseries, distilleries, domaines, cidreries
- Marques de softs, de sans alcool, de RTD
- Acheteurs CHR et GMS, distributeurs, cavistes
- Agences, designers et fournisseurs de la filière
- Écoles et étudiants des métiers de la boisson

91 % des visites Google viennent de France et 96 % de pays francophones (Belgique, Canada, Suisse, outre-mer). Le podcast, lui, est écouté dans 137 pays.

ILS NOUS LISENT ET NOUS ÉCOUTENT



Là où vos clients cherchent, SUPERPOTION™ répond

Le SEO, c'est le référencement classique : être bien placé dans les résultats de Google. Le GEO (Generative Engine Optimization), c'est l'étape d'après : être cité comme source quand une IA répond à la question, comme l'Aperçu IA de Google. Sur les tendances boissons, SUPERPOTION™ fait les deux. En un an, notre position moyenne dans Google est passée de la 27e à la 10e place. Un encart ou un lien sur ces pages travaille pour vous toute l'année, quand une story disparaît en 24 heures.

PAGES PHARES, AFFICHAGES EN 16 MOIS

Ciao Energy : la stratégie de marque de Squeezie	204000
Liste des valeurs fondamentales d'une marque	202000
Rapports tendances (boissons, spiritueux, bière, sans alcool)	145000
Loi Évin : le guide complet	122000
La bière dans le sport et la loi Évin	74000

Tapez « tendances » dans Google

REQUÊTE	GOOGLE	APERÇU IA
« tendances spiritueux » ↗	1er résultat	✦ Cité 3 fois et recommandé par son nom
« tendances soft drink » ↗	1er résultat	
« tendances bière » ↗	2e résultat	✦ Source de l'Aperçu IA
« tendances cocktail » ↗		✦ Cité dans l'Aperçu IA et ses sources
« tendances boissons » ↗	2e résultat	
« tendances sans alcool » ↗	2e résultat	

Recherches faites en navigation privée, le 12 octobre 2026.

POSITIONS MOYENNES DANS GOOGLE

valeurs de marque	1,9
stratégie marque spiritueux	2,0
loi evin sponsoring sportif	3,1
boisson tendance 2026	3,3
podcast spiritueux	3,5

Un média, sept canaux

SUPER POTION

Le podcast

Des entretiens d'une heure en moyenne avec celles et ceux qui fabriquent, brandent et distribuent les boissons. Sur Spotify, Apple Podcasts, Deezer et Amazon Music.

99 épisodes - 39 000 écoutes



YouTube

Chaque épisode en vidéo, avec chapitres, sous-titres, titre et description en anglais. Les Shorts en prime.

200 vidéos et plus - 72 500 vues



Instagram

Un carrousel, des Reels et une série de stories à chaque épisode.

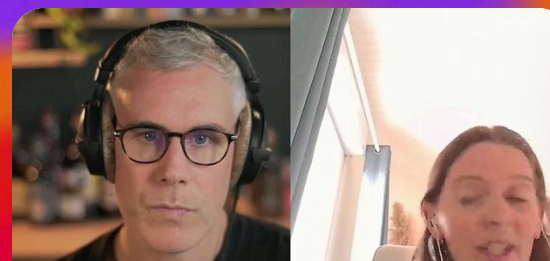
@superpotiontalk



superpotion.fr

Un article de conseil après chaque épisode, des guides de référence (loi Évin), des rapports tendances chaque année depuis 2022.

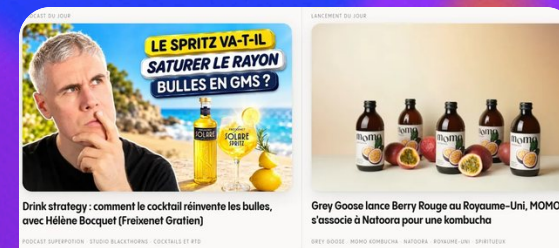
100 articles et plus - 1,08 M affichages Google



LinkedIn

La page **SUPERPOTION™** et le profil de Ludovic : carrousels PDF, vidéos 16:9, articles.

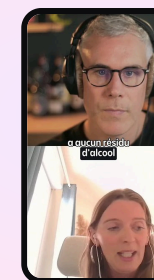
Page et profil de Ludovic



SUPERPOTION™ Daily

La veille branding, packaging et marketing des boissons du monde entier, en lettre le matin et en rapport sur le web.

Lancement en octobre 2026



TikTok

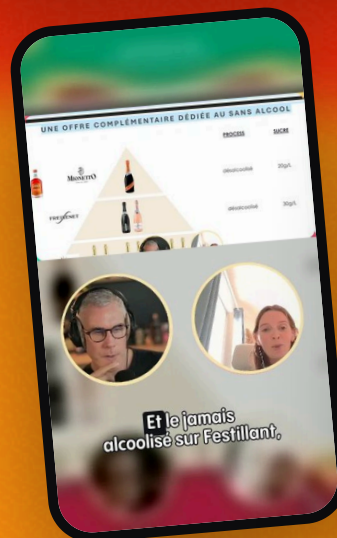
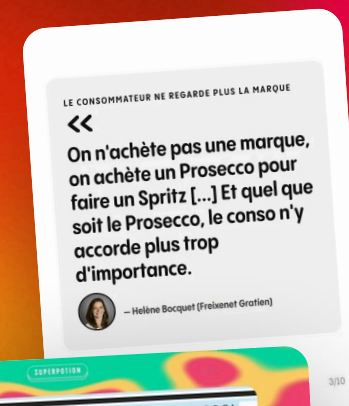
Les extraits verticaux de chaque épisode, sous-titrés.

@superpotiontalk

41⁺

Un épisode, plus de 40 contenus

Un entretien SUPERPOTION™ continue de vivre longtemps après l'enregistrement. Depuis 2026, chaque épisode passe dans une chaîne de production construite au studio : montage, article, visuels, vidéos courtes, newsletter. Démonstration avec l'épisode 72, Drink Strategy, enregistré avec Hélène Bocquet (Freixenet Gratien) et publié le 5 octobre 2026.



41 contenus, un seul enregistrement

Audio	L'épisode sur Spotify, Apple Podcasts, Deezer et Amazon Music
Vidéo	L'épisode complet sur YouTube · Chapitres et sous-titres · Titre et description en anglais
Vignettes	Vignette YouTube · Cover du podcast · Test A/B de trois titres et trois vignettes
Écrit	Article de conseil sur superpotion.fr · Transcription de l'épisode · FAQ · Jusqu'à 3 articles satellites · Maillage externe : des liens vers le site de la marque, qui profite de notre référencement
Visuels	Infographie · 3 images pour Google Images
Instagram	Carrousel de 10 slides · 10 stories
LinkedIn	Carrousel en PDF · 3 vidéos 16:9 · Post et premier commentaire
Vidéos courtes	5 vidéos verticales pour YouTube Shorts, Reels et TikTok
Newsletter	La newsletter SUPERPOTION™ de l'épisode
Daily	« Podcast du jour » dans la lettre et le rapport web

LE SPRITZ VA-T-IL SATURER LE RAYON BULLES EN GMS ?

À RETENIR : POURQUOI VOTRE BULLE FINIT EN SPRITZ SANS ÊTRE CHOISIE

01 Le cocktail favorise la croissance des pétillants

02 On n'achète pas une marque, on achète un Prosecco pour faire un Spritz [...]

03 La bulle fait pourtant plus de la moitié du verre

04 Le Spritz assure, le goût fera le loi

05 Un liquide qui est construit pour le mélange

06 3 doses de bulle, on va dire le Prosecco ou le Cava sur Freixenet Gratien

07 Comment construire un cocktail signature adapté à la GMS ?

08 Le contre-étiquette devient un mode d'emploi

1,2% de résidu d'alcool maximum

Écoutez Hélène Bocquet détailler la drink strategy de Freixenet Gratien

Infographie

Le consommateur choisit sa liqueur, puis prend n'importe quelle bulle : L'exemple de Fever-Tree a prouvé avec le tonic qu'un ingrédient secondaire peut créer de la valeur. Freixenet veut faire de même.

— Hélène Bocquet (Freixenet Gratien)

Carrousel

Écoutez Hélène Bocquet détailler la drink strategy de Freixenet Gratien

superpotion.fr

Checklist en 4 points

- La recette tient en trois chiffres ou trois gestes, sans shaker ni blender
- Elle figure sur la bouteille elle-même : collerette, étiquette ou contre-étiquette
- Elle est identique sur la PLV, le site, les réseaux et la fiche produit du drive
- Le verre et la garniture recommandés sont montrés en situation sur le packaging

Images Google

Méthode en 4 étapes

- Reconstituer un linéaire type à partir des remontées terrain, concurrents compris
- Comparer l'ancien pack et le nouveau auprès de consommateurs lambda, en excluant les professionnels du secteur
- Mesurer la visibilité immédiate, l'image perçue et l'intention d'achat
- Itérer : le premier pack testé n'a pas convaincu, le second a trouvé l'équilibre

Source : superpotion.fr

Captures de l'épisode

Le cocktail favorise la croissance des pétillants

En fait, aujourd'hui, le gros du

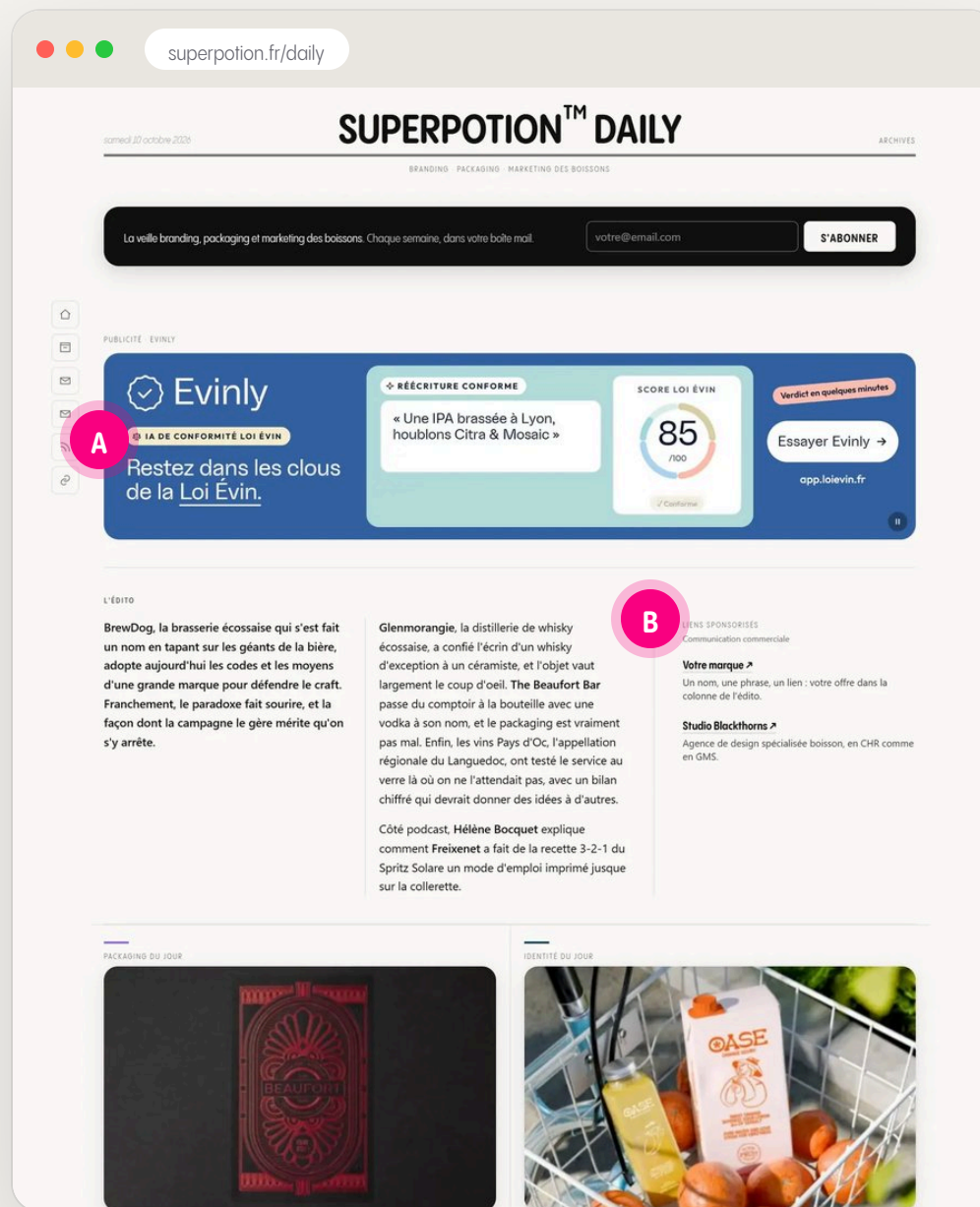
● NOUVEAU · OCTOBRE 2026

SUPERPOTION™ Daily

La veille branding, packaging et marketing des boissons, chaque matin

Plus de 200 sources suivies dans le monde entier, triées chaque jour : lancements, refontes d'étiquettes, campagnes, identités, pépites packaging. Chaque sujet est vérifié avant publication, chaque texte passe le filtre de la loi Évin, et Ludovic signe le mot du jour. La lettre part le matin, l'édition complète vit sur le web.

● Lancement en octobre 2026 : les premiers partenaires bénéficient de tarifs de lancement garantis 12 mois.



LIRE EN LIGNE

SUPERPOTION™ DAILY

SAMEDI 10 OCTOBRE 2026
5 min de lecture

Bon samedi à tous 🍷

BrewDog, la brasserie écossaise qui s'est fait un nom en tapant sur les géants de la bière, adopte aujourd'hui les codes et les moyens d'une grande marque pour défendre le craft. Franchement, le paradoxe fait sourire, et la façon dont la campagne le gère mérite qu'on s'y arrête.

Glenmorangie, la distillerie de whisky écossaise, a confié l'écrin d'un whisky d'exception à un céramiste, et l'objet vaut largement le coup d'oeil. **The Beaufort Bar** passe du comptoir à la bouteille avec une vodka à son nom, et le packaging est vraiment pas mal. Enfin, les vins Pays d'Oc, l'appellation régionale du Languedoc, ont testé le service au verre là où on ne l'attendait pas, avec un bilan chiffré qui devrait donner des idées à d'autres.

Côté podcast, **Hélène Bocquet** explique comment **Freixenet** a fait de la recette 3-2-1 du Spritz Solare un mode d'emploi imprimé jusque sur la collerette.

Bonne lecture.

Cinq espaces, lettre et rapport web

A Bandeau d'ouverture RAPPORT WEB

Le premier encart sous l'en-tête du rapport en ligne : visuel, texte et bouton.

B **Liens de l'édito** RAPPORT WEB

Un nom, une phrase, un lien, dans la colonne de l'édito. Trois liens au plus par édition.

C **Après la une** LETTRE ET RAPPORT WEB

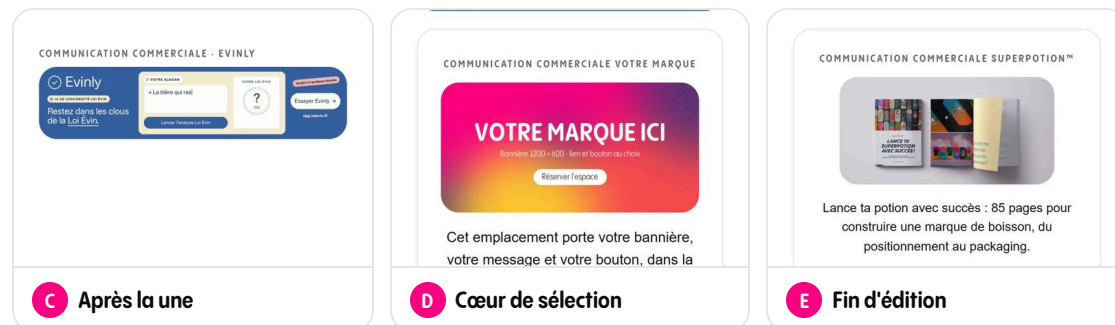
Juste après le sujet principal : l'emplacement le plus vu.

D **Cœur de sélection** LETTRE ET RAPPORT WEB

Entre les pépites et les brèves, en pleine lecture.

E **Fin d'édition** LETTRE ET RAPPORT WEB

Un format compact avant le pied de page.



Bannière « après la une »

Lettre et rapport web, juste après le sujet principal.

L'emplacement le plus vu.

290 €

par semaine

Bannière « cœur de sélection » ou « fin d'édition »

Lettre et rapport web, au milieu ou en fin de lecture.

150 €

par semaine

Bandeau d'ouverture du rapport web

Le premier encart sous l'en-tête du rapport en ligne.

190 €

par semaine

Lien dans la colonne de l'édito

Un nom, une phrase, un lien, à côté du mot du jour.

290 €

par mois

Partenaire de la semaine **HORS ALCOOL**

Votre logo sur les covers de la semaine (lettre, rapport, réseaux), le bandeau d'ouverture et la bannière « après la une » chaque jour.

690 €

par semaine

Chaque encart porte la mention « Communication commerciale ». Un annonceur de boisson alcoolisée déclenche automatiquement la mention sanitaire.

Podcast & YouTube

Tarifs HT. Chaque format se réserve seul ou se combine. Si vous n'avez pas de visuel sous la main, Studio Blackthorns peut produire vos créations.

Mention « présenté par » HORS ALCOOL

10 secondes lues par Ludovic en ouverture de l'épisode, votre logo à l'écran sur YouTube, un lien dans la description et dans les notes de l'épisode.

390 €

par épisode

Spot de 15 secondes HORS ALCOOL

Votre produit ou votre outil à l'écran en ouverture de l'épisode, en audio et en vidéo. Texte écrit avec vous, lu par Ludovic.

590 €

par épisode

Spot de 30 secondes HORS ALCOOL

Le même principe, avec le temps d'une vraie démonstration.

790 €

par épisode

Épisode Super Partenaire

1 h à 1 h 30 autour d'une thématique choisie ensemble, avec votre expert au micro, et toute la chaîne de diffusion d'un épisode : plus de 40 contenus.

3900 €

l'épisode



À l'écran comme à l'oreille. Ludovic lit la mention en ouverture, votre logo s'affiche pendant la lecture sur YouTube, et votre lien reste dans la description et dans les notes de l'épisode, sur toutes les plateformes.



superpotion.fr & contenus

Tarifs HT. Chaque format se réserve seul ou se combine. Si vous n'avez pas de visuel sous la main, Studio Blackthorns peut produire vos créations.

Encart page d'accueil Votre visuel et votre lien sur la page d'accueil de superpotion.fr.	390 € par mois
Encart sur une page de référence Sur un guide très lu : loi Évin, tendances boissons, distribution.	290 € par mois
Article partenaire Un article écrit par SUPERPOTION™ sur votre sujet, publié et référencé durablement, relayé dans Daily et sur LinkedIn, signalé comme partenariat.	1490 € l'article
Lien dans un article de référence Un lien vers votre page dans un article déjà bien placé sur Google, signalé comme partenariat, conformément aux consignes de Google.	190 € par lien et par an
Articles satellites pour votre site Des articles de 1200 à 1800 mots tirés de votre épisode ou de votre expertise, optimisés pour Google, livrés prêts à publier sur votre propre site.	490 € l'article



Image pour Google Images



Checklist illustrée



Article de conseil

Chaque article est écrit pour être trouvé : « En bref » en tête, FAQ, images dessinées pour Google, données structurées. Les articles satellites suivent la même méthode, livrés prêts à publier sur votre site.

Réseaux sociaux

Tarifs HT. Chaque format se réserve seul ou se combine. Si vous n'avez pas de visuel sous la main, Studio Blackthorns peut produire vos créations.

Carrousel dédié

10 slides sur votre sujet, publiées sur Instagram et en PDF sur LinkedIn.

690 €

le carrousel

Vidéo verticale

Moins de 90 secondes, sous-titrée, pour YouTube Shorts, Reels et TikTok.

390 €

la vidéo

Vidéo LinkedIn 16:9

Un extrait de 1 à 3 minutes, sous-titré, publié sur LinkedIn.

390 €

la vidéo

Série de stories Instagram

5 à 10 écrans verticaux, avec votre lien.

290 €

la série

Post LinkedIn de Ludovic

Votre sujet raconté par Ludovic sur son profil LinkedIn, signalé comme partenariat.

490 €

le post

Logo sur les covers SUPERPOTION™

HORS ALCOOL

Votre logo sur les vignettes, carrousels et stories de la période.

Inclus dans les packs

Trois potions, un principe : l'exclusivité

Les packs combinent les canaux à un tarif dégressif. Le nombre d'épisodes est garanti : si le calendrier glisse, la diffusion se prolonge. Dans La Potion et La SUPERPOTION™, votre concurrent direct ne peut pas réserver le même espace pendant votre campagne.

1 MOIS

La Fiole

Pour goûter au média

990 € HT

~~1360 €~~ à la carte · 27 % de remise

- Mention « présenté par » sur 2 épisodes
- 1 semaine de bannière « après la une » dans Daily
- 1 mois de lien dans la colonne de l'édito de Daily
- Votre logo et votre lien sur les pages des épisodes
- Bilan chiffré à J+30

3 MOIS

La Potion

Notoriété et trafic sur un trimestre

2900 € HT

~~4180 €~~ à la carte · 31 % de remise

- Mention « présenté par » sur 6 épisodes
- Votre logo sur les covers du trimestre
- 2 semaines de bannière « après la une » dans Daily
- 3 mois d'encart sur une page de référence de superpotion.fr
- 1 vidéo verticale dédiée
- Exclusivité sur votre catégorie, bilan chaque mois

12 MOIS

La SUPERPOTION™

Le sponsor titre de l'année

11 900 € HT

~~20060 €~~ à la carte · 41 % de remise · soit moins de 1000 € par mois

- « SUPERPOTION™ », présenté par votre marque » en ouverture de 18 épisodes
- 1 épisode Super Partenaire et ses 41 contenus
- Votre logo sur toutes les covers de l'année
- 1 semaine par mois de bannière « après la une » dans Daily
- 12 mois d'encart sur la page d'accueil de superpotion.fr
- 2 articles satellites pour votre site
- Exclusivité sur votre catégorie, bilan chaque trimestre

● LE FORMAT PHARE

L'épisode Super Partenaire

Une heure à une heure trente sur une thématique utile à la filière, avec votre expert au micro et Ludovic aux commandes. L'épisode est annoncé comme réalisé en partenariat et reçoit exactement le même traitement que nos épisodes éditoriaux : même exigence, même diffusion. Vous pouvez reprendre les vidéos courtes, les visuels et les articles satellites sur vos propres canaux.

3900 €

HT, l'épisode et ses contenus. À titre de repère, un épisode sponsorisé se négocie entre 1000 et 4000 € HT sur les podcasts de la filière. Le Super Partenaire livre plus de 40 contenus.

SUPERPOTION™

- ✓ L'épisode sur Spotify, Apple Podcasts, Deezer et Amazon Music
- ✓ L'épisode complet sur YouTube
- ✓ Chapitres et sous-titres
- ✓ Titre et description en anglais
- ✓ Vignette YouTube
- ✓ Cover du podcast
- ✓ Test A/B de trois titres et trois vignettes
- ✓ Article de conseil sur superpotion.fr
- ✓ Transcription de l'épisode
- ✓ FAQ
- ✓ Jusqu'à 3 articles satellites

ÉPISODE PARTENAIRE

- ✓ Maillage externe : des liens vers le site de la marque, qui profite de notre référencement
- ✓ Infographie
- ✓ 3 images pour Google Images
- ✓ Carrousel de 10 slides
- ✓ 10 stories
- ✓ Carrousel en PDF
- ✓ 3 vidéos 16:9
- ✓ Post et premier commentaire
- ✓ 5 vidéos verticales pour YouTube Shorts, Reels et TikTok
- ✓ La newsletter SUPERPOTION™ de l'épisode
- ✓ « Podcast du jour » dans la lettre et le rapport web

Plus de 40 contenus

3900 € HT

Nos règles du jeu

01

Un épisode payé reste un vrai épisode

Avec un Super Partenaire, on choisit ensemble un sujet utile à la filière. Les questions restent les miennes, et l'épisode passe par la même exigence que tous les autres : pas de pub déguisée en interview.

02

Tout ce qui est payé est signalé

« Communication commerciale », « en partenariat avec » : chaque format sponsorisé est identifiable, sur tous les canaux. C'est ce qui donne du poids à votre présence chez nous.

03

Une marque par catégorie

Dans les packs, votre concurrent direct ne réserve pas le même espace pendant votre campagne.

04

Des bilans chiffrés

À J+30 : écoutes, vues, affichages et clics, source par source, sans promesse de leads.



Loi Évin : on connaît la musique

SUPERPOTION™ a publié le guide de référence sur la loi Évin, enregistré 2 h 40 de masterclass avec un avocat spécialisé et créé Evinly, l'outil qui vérifie la conformité d'une étiquette, d'un slogan ou d'une campagne. Les marques de boissons alcoolisées accèdent aux formats informatifs (bannières, articles), limités aux éléments objectifs prévus par l'article L.3323-4 du Code de la santé publique et accompagnés de la mention sanitaire. Les formats de parrainage (mention « présenté par », logo sur les covers, partenaire de la semaine) restent réservés aux annonceurs hors alcool, comme le prévoit l'article L.3323-2. Chaque dispositif est vérifié avec Evinly avant diffusion.

✓ Fournisseurs, packaging, verre, étiquettes, ingrédients, équipement, logistique, logiciels, services, salons, écoles, marques de softs et de sans alcool : tous les formats vous sont ouverts.

Ce qu'en disent ceux qui sont passés au micro

« Des leads ultra-qualifiés et adaptés à notre cible. En 2025, c'est près de 20 % de notre CA en R&D qui viennent de ce média. »

Théodore Becquart

Fondateur de Brewing Theory

« Nous avons gagné en visibilité et acquis de nouveaux comptes suite à la diffusion de l'épisode. Ludovic apporte une expertise unique dans le secteur des boissons en France. »

Luc Delacoste

Fondateur de Goodbeer Solutions

ILS SONT PASSÉS AU MICRO



● ON EN PARLE ?

Votre marque a sa place dans la potion.

1. Un appel de 20 minutes

Votre objectif (notoriété, prospects, lancement), votre cible, votre calendrier. Si notre audience n'est pas la bonne pour vous, on vous le dit.

2. Une proposition sous 48 h

Formats, dates, messages, conformité loi Évin vérifiée si besoin. Vous validez tout avant diffusion.

3. Production et diffusion

On écrit, on enregistre, on publie. Vos éléments sont relus avec vous avant de partir.

4. Le bilan à J+30

Écoutes, vues, affichages et clics, source par source. Les packs ont un point mensuel ou trimestriel.

superpotion.fr/contact

linkedin.com/in/ludovicmornand

superpotion.fr/annonces

SUPER
POTION