Communiqué de Presse

Voltage rapproche deux icônes vintage:

ID.Buzz et Ritchie

(L'ID.Buzz adore Ritchie, d'après Voltage)

**L'ID.Buzz, la réincarnation électrique innovante de l'iconique van Volkswagen, et Ritchie, la délicieuse limonade d'antan remise au goût du jour, sont toutes deux des icônes vintage. À l'occasion du salon de l'auto de Bruxelles, Voltage Brussels les a réunis.**

L'ID.Buzz et Ritchie : Un match parfait ! Et pour une fois, ce n'est pas exagéré. Ces icônes ramènent toutes deux leur héritage sur le devant de la scène et sous une forme contemporaine, sans jamais renier leur ADN.

Le fruit de leur collaboration ? Une limonade Ritchie Orange unique en édition limitée, avec une étiquette ID.Buzz sur mesure.   
Les gourmands qui veulent goûter à cette limonade unique sont les bienvenus dans le hall 11 du salon de l'auto à Bruxelles, qui cette année est entièrement occupé par les marques D'Ieteren. Mais ils peuvent également se rendre chez leur concessionnaire Volkswagen, évidemment.

La deuxième facette de cette collaboration, c'est le ID.Buzz Ritchie, un superbe van décoré des délicieuses limonades Ritchie, et qui sillonnera bientôt les routes de Belgique.

"L'ID.Buzz, inspiré de l'emblématique Volkswagen T1, est le dernier-né de la gamme Volkswagen ID électrique, une gamme en plein essor. Il est 100% électrique et atteint déjà son autonomie de plus de 420 km après une demi-heure seulement de recharge sur chargeur rapide ! L'ID.Buzz est bien évidemment un véhicule de tourisme, mais est également décliné en véhicule utilitaire, qui fera sa première belge au salon de l'automobile. Et le succès commercial est déjà au rendez-vous, avant même sa présentation proprement dite en showroom ! Les véhicules ID.Buzz sont actuellement livrés dans tout le réseau Volkswagen, et vous pouvez donc facilement les y découvrir. », a déclaré Bart Nyns, Marketing Manager de Volkswagen & Volkswagen Commercial Vehicles.

"Comme le légendaire T1, la limonade Ritchie est née dans l'insouciance des années 50 et a été vendue en Belgique jusqu'à la fin des années 1970. La marque a ensuite pris de longues vacances bien méritées, mais est aujourd'hui de retour. Tout aussi pétillante qu'à l'époque, mais complètement dans l'air du temps de ce 21ème siècle qui commence, grâce à des duos de saveurs contemporaines, plus de jus, du sucre de canne naturel et un bouchon à vis très pratique », conclut de son côté Jan Verlinden, Chief Lemonade chez Ritchie.