

LA 20^E SAISON DU LATTE À LA CITROUILLE ÉPICÉE EST LÀ!

Le latte à la citrouille épicée est offert pour la première fois dans 100 magasins à Vancouver (Colombie-Britannique) et à Washington (D.C.).

Une forte demande en début de saison provoque une pénurie d'ingrédients nécessaires à la préparation de la boisson, **et certains journaux annoncent un « problème de format Grande » et déclarent un « état d'urgence en matière de citrouille ».**



La recette originale est modifiée : le colorant caramel est remplacé par **une purée faite de véritable citrouille.**



Après la diffusion en direct de la naissance d'une girafe ayant captivé le grand public, Starbucks organise un événement sur Facebook Live et sur YouTube **montrant en direct la « naissance » d'un latte à la citrouille épicée.**

Starbucks crée le **Leaf Rakers Society** (« la société des ratisseurs de feuilles »), un groupe privé sur Facebook réservé aux personnes passionnées par tout ce qui a trait au latte à la citrouille épicée et à l'automne.



Le latte à la citrouille épicée de Starbucks fête ses 20 ans. Il s'agit encore d'une des boissons saisonnières de Starbucks les plus populaires, vingt après sa création.

2003

Le latte à la citrouille épicée est lancé dans tous **les magasins du Canada et des États-Unis.**

2004

2012

Le latte à la citrouille épicée fête son 10e anniversaire. Les ventes de la boisson dépassent le seuil de 200 millions.

2013

2014

2015

Le **café infusé à froid avec crème à la citrouille**, la variante glacée du latte à la citrouille épicée, fait son apparition dans les magasins.

2017

2018

2019

2020



2022

Le dictionnaire Merriam-Webster **crée une entrée pour le terme pumpkin spice.**

2023

Les boissons glacées sont à la mode! Pour la première fois, les ventes de café infusé à froid avec crème à la citrouille dépassent celles du latte à la citrouille épicée.

Les clients et clientes au Canada et aux États-Unis qui adorent l'automne sont invités à **composer un numéro spécial** pour entendre le crépitement d'un feu de bois ou le bruit d'un camion traversant un champ de citrouilles.



Un compte est ouvert sur Twitter (maintenant X) pour le latte à la citrouille épicée, avec le pseudonyme **@TheRealPSL** et un « portrait » où la boisson porte des lunettes de soleil orange. Il sera suivi par des millions de personnes.