



ICONIC TONIC 150 ANS

SCHWEPPE'S INDIAN TONIC : ICONIQUE TONIQUE DEPUIS 150 ANS

150 ans après sa création, l'Indian Tonic n'a toujours pas pris une ride. Brevage mythique de la marque Schweppes, il continue de rafraîchir les fins palais et de relever les meilleurs cocktails. Une valeur sûre depuis 1870. En trois mots : unique, éternel, bref ... incontournable.

Une histoire mise à l'honneur lors d'un grand dispositif, entre presse, affichage et un Iconic Tour dans toute la France, déjà mémorable.



150 ANS D'HISTOIRE(S)

Née en 1783 sous la houlette de l'horloger et orfèvre allemand Johann Jakob Schuppe, le « Schweppes » est à l'origine une marque d'eau gazeuse. Ce n'est que près d'un siècle plus tard, en 1870, que l'entreprise lance son célèbre « Indian Tonic » au Royaume-Uni. Son mélange unique d'orange amère et de quinine sert d'abord un but thérapeutique : lutter contre le paludisme. La boisson s'inspire alors des décoctions préparées par les colons anglais installés en Inde. Pour pallier son amertume, certains y ajoutaient du sucre et de l'alcool comme les notes vertes du Gin, avec lequel il s'associe parfaitement. Le Gin Tonic était né. Au fil des ans, l'Indian Tonic s'ancre dans l'Histoire, et devient une boisson qui se déguste seul ou dans une variété de cocktails.

Aujourd'hui, Indian Tonic accompagne ses aficionados du déjeuner jusqu'au bout de la nuit. Les consommateurs sont toujours plus attirés par ses vertus rafraichissantes et désaltérantes le jour, et son légendaire et délicieux mix en cocktail avec ou sans alcool pour les apéritifs et les diners. Une tendance qui accompagne le retour du Gin et un regain d'intérêt pour l'amertume.

80% DE PARTS DE MARCHÉ : LEADER INCONTESTÉ ET INCONTESTABLE DU TONIC

Toujours en phase avec son époque sans pour autant oublier ses origines et son authenticité, ses campagnes de publicité impertinentes l'érigent en boisson premium, indémodable et audacieuse. Des pin-ups des années 20 aux femmes fatales Nicole Kidman, Uma Thurman et Penélope Cruz de 2009 à 2016, l'Indian Tonic incarne une nouvelle génération d'icônes hédonistes et ultra sociables, en quête de saveurs matures et rafraichissantes.

En 2020, avec 80% de part de marché (en valeur) sur le marché du tonic, la boisson continue de distiller son héritage à travers ses fines bulles persistantes, son amertume mythique amenée par la quinine naturelle et son caractère bien trempé qui en font un must pour les consommateurs en recherche de rafraichissement.



AVEC L'ICONIC TONIC TOUR, L'INDIAN TONIC FÊTE UN ANNIVERSAIRE D'ANTHOLOGIE

Pour célébrer dignement 150 ans de légende, l'Indian Tonic part en tournée dans toute la France dès la fin du mois de septembre pour un été indien placé sous le signe de la fête.

Une tournée qui s'installe dans la continuité de l'initiative « J'aime mon bistrot » - grand mouvement visant à soutenir bars, cafés, hôtels et restaurants via des bons d'achats utilisables post confinement - dont Schweppes est partenaire.

L'ICONIC TONIC TOUR, L'ESPRIT INDIAN TONIC DANS TOUTE LA FRANCE

L'Iconic Tonic Tour apportera joie et fête dans les plus grandes villes de France. Au programme : musique, cadeaux et célébration du plus mythique des tonics. Entre couchers de soleil et lieux atypiques, Schweppes promet une expérience inoubliable autour de l'apéritif, des DJ sets et bien d'autres surprises..

UNE CAMPAGNE TV ET AFFICHAGE POUR CÉLÉBRER



Cerise sur le gâteau (d'anniversaire), une campagne de communication dédiée sera diffusée en TV. Une campagne presse et affichage, signée BETC sera diffusée en presse et en affichage dans les plus grandes villes de France. Elle rappellera à tous cette célébration historique autour de trois créations savoureuses où des zestes d'agrumes recouvrent en trompe l'œil une bouteille comme le feraient des cotillons, où Indian Tonic souffle littéralement sa 150ème bougie grâce à l'intensité de son pétilllement, où le logo Schweppes est formé par un zeste de citron au jaune captivant.

DES PACKS EN ÉDITION LIMITÉE, ET DE NOMBREUX CADEAUX

Et puisqu'anniversaire rime avec cadeaux, les packs Indian Tonic en édition limitée « 150 ans » marqueront un grand temps fort, avec en prime un accès à un jeux concours qui couronnera un gagnant par jour. Lors d'un grand tirage final, une dotation exceptionnelle sera mise en jeu ! Les informations liées à l'opération anniversaire et aux concours seront disponibles en octobre sur www.Schweppes-150ans.com.

À propos d'Orangina Suntory France

Orangina Suntory France, appartenant au groupe familial Suntory, est leader des boissons aux fruits sur le marché français et a réalisé un chiffre d'affaires de 908 millions d'euros en 2019. L'entreprise s'appuie sur plus de 1200 collaborateurs passionnés par leur métier, qui font vivre des marques aussi incontournables qu'Orangina, Oasis, Schweppes, Pulco, Champomy ou encore MayTea.

Plus d'informations sur www.oranginasuntoryfrance.com

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODERATION



CONTACTS PRESSE

TRENDS PARIS - Justine Vorgère - 06 58 87 07 90 - jvorgere@trends.paris

TRENDS PARIS - Caroline Dumoulin - 07 86 76 24 47 - cdumoulin@trends.paris