

## Schweppes affirme de très fortes ambitions à l'horizon 2030 et innove pour faire pétiller le quotidien des Français, de jour comme de nuit !

- En 2020, Schweppes affiche de très belles performances et confirme sa position d'ultra leader sur le segment des tonics. Des résultats qui s'alignent parfaitement avec **l'ambition de la marque de doubler ses ventes d'ici à 2030**.
- Cette année, Schweppes continue d'innover pour accompagner les Français dans tous leurs moments de consommation, de midi à minuit. **L'iconique Indian Tonic qui débarque en version Pink au goût subtilement fruité et le Schweppes Ginger Beer viendront bientôt sublimer les apéritifs raffinés. La pause et le déjeuner ne seront pas non plus oubliés. Schweppes réinvente sa gamme Fruits et dévoile deux nouvelles recettes composées d'ingrédients d'origine naturelle.** Leur particularité ? De l'eau finement pétillante et l'alliance de fruits et d'extraits de plantes aromatiques pour offrir une toute nouvelle expérience de dégustation sur le segment des boissons aux fruits gazeuses.

### SCHWEPPES AMBITIONNE DE MULTIPLIER PAR 2 SES VENTES D'ICI 2030

En 2020, Schweppes profite d'une très belle dynamique avec une progression de ses ventes de 6,1% (soit +0,3 pt de part de marché)<sup>1</sup>. La première marque de boissons rafraîchissantes de l'histoire est aujourd'hui le numéro 2 du marché en termes de pénétration<sup>2</sup>. Consommée par 1 foyer français sur 3<sup>2</sup>, Schweppes a continué de recruter fortement en 2020 avec 137 000 nouveaux foyer acheteurs<sup>2</sup>.

La célébration des 150 ans de sa référence iconique, l'Indian Tonic, sur la fin de l'année 2020 n'est sans doute pas étrangère à cette performance. Véritable pilier de la marque, les ventes de l'Indian Tonic ont ainsi progressé de 17 %<sup>1</sup> en 2020. Et les Français en redemandent puisque cette recette affiche un taux de réachat en constante progression (+2 pts en 2020<sup>2</sup>).

Mais Schweppes a aussi pu compter sur sa recette agrumes. Véritable poumon de la marque qui représente plus de 55 % des volumes de Schweppes<sup>1</sup>, cette référence a également vu ses ventes progresser de 4,5%<sup>1</sup> en 2020.

Forte de ses performances, **Schweppes souhaite accélérer et ambitionne de multiplier ses ventes par 2 d'ici à 2030. Comment ? En préemptant toujours plus le moment de l'apéritif et en réinventant sa gamme Fruits pour conquérir le repas du midi et la pause de l'après-midi.**

« Nous souhaitons renforcer nos positions sur l'ensemble des segments où la marque est présente afin de multiplier par 2 nos ventes d'ici 10 ans. Notre ambition est d'être présent dans le quotidien des Français, en devenant la marque de boissons incontournable des adultes, de midi à minuit. Pour cela, nous miserons cette année sur le lancement d'innovations principalement destinées aux adultes qui reflètent l'originalité, mais aussi le côté raffiné et expérientiel de la marque », souligne Florian Simonnet, Directeur de la marque Schweppes chez Suntory Beverage & Food France.

<sup>1</sup> Nielsen - Total univers en volume à fin 2020

<sup>2</sup> Kantar - TB Périodique à fin 2020

## SCHWEPPEES DÉBARQUE AVEC 2 INNOVATIONS POUR RÉENCHANTER L'APÉRITIF

- Schweppes Pink Tonic, le tonic subtilement fruité pour voir l'apéritif en rose



Si elle domine déjà très largement le segment très dynamique du tonic<sup>3</sup> avec 80% de part de marché<sup>4</sup> grâce à son iconique Indian Tonic, la marque Schweppes ne compte pas s'arrêter là et lance le Pink Tonic pour mettre le rose à l'honneur de l'apéritif.

Faible en calories (4,3g de sucres/100ml), cette boisson aux extraits d'écorces de quinquina et au goût délicatement fruité par des notes uniques de cassis propose une alternative tout en douceur au tonic original.

Une innovation prometteuse à consommer seule ou en cocktail qui séduit déjà nos voisins belges ! 6 mois après son lancement dans ce pays, le Schweppes Pink Tonic offre déjà 88% d'incrément volumes à Schweppes Indian Tonic et a contribué au recrutement de 50 % de consommateurs additionnels sur le segment du tonic<sup>5</sup>.

Schweppes Pink Tonic sera disponible dès le mois d'avril en grande surface au format bouteille 1,5L et en canette 33cl. Les amateurs pourront également l'apprécier en canette unitaire 33cl sur le circuit de la consommation hors domicile.

« Notre volonté à travers le lancement du Schweppes Pink Tonic est d'aller conquérir une cible plus large en proposant un tonic subtilement fruité pour lever le frein à l'achat que peut représenter l'amertume », précise Florian Simonnet.



### Prix Marketing Conseillés :

Schweppes Pink Tonic - Bouteille 1,5L : 1,89 €

Schweppes Pink Tonic - Pack canettes 6 X 33cl : 3,49 €

<sup>3</sup> Le segment du Tonic enregistre en 2020 la plus forte progression sur le marché des boissons rafraîchissantes, avec une hausse des ventes 13,8 %. Nielsen – Total univers en valeur

<sup>4</sup> Nielsen – Total univers en valeur à fin 2020

<sup>5</sup> GFK - Pink Tonic Sourcing - Sept 2020

- **Schweppes souhaite démocratiser la tendance Ginger Beer<sup>6</sup> !**

Le Ginger Beer a le vent en poupe et a vu ses volumes se multiplier par deux en grande distribution l'année dernière<sup>7</sup>, porté par le cocktail du moment, le Moscow Mule. Ce dernier a également rejoint le TOP 10 des préparations les plus consommées, détrônant le Mojito au classement<sup>8</sup>. Une tendance qui profite largement au Ginger Beer qui est aujourd'hui la première référence de la gamme Schweppes Premium Mixer.

**Afin de rendre cette recette aux notes épicées de gingembre encore plus accessible et de démocratiser l'apéritif raffiné, Schweppes a décidé de la décliner dans un format de 1L qui sera disponible en GMS dès le mois d'avril.** Cette nouvelle référence faible en calories (4,3g de sucre/100mL) vient ainsi compléter la gamme apéritive Schweppes au format 1L dans laquelle on retrouve déjà l'Indian Tonic et le Ginger Ale.

Si le Schweppes Ginger Beer est l'ingrédient indispensable du Moscow Mule, les mixologues amateurs prendront également plaisir à le marier à du thé vert frappé, de la mangue ou du citron vert dans un mocktail. La promesse de saveurs renouvelées à l'apéritif.

**Prix Marketing Conseillés :**

Schweppes Ginger Beer - Bouteille 1L : 1,59 €



## SCHWEPPESS RÉINVENTE SA GAMME FRUITS POUR UNE PAUSE FINEMENT PÉTILLANTE ET RAFFINÉE

- **Schweppes lance 2 saveurs inédites associant la gourmandise du fruit à une touche de plante<sup>9</sup> pour un twist rafraîchissant**



Après avoir revisité son Schweppes Agrumes en 2019 pour plus de naturalité avec une nouvelle recette sans colorant ni arôme artificiel, **la marque s'enrichit aujourd'hui de 2 saveurs inédites composées d'ingrédients d'origine naturelle :**

- **Schweppes Pamplemousse & touche de Romarin** : le peps et l'acidité de l'agrumes rehaussés par les saveurs camphrées du romarin pour un goût détonnant.

- **Schweppes Framboise & touche de Verveine** : le sucré/acide de la framboise marié à la délicatesse de la verveine pour un accord parfait.

Véritable relai de croissance pour la gamme Schweppes Fruits avec 72% d'intention d'achat, ces 2 nouvelles références faibles en calories (4,4g de sucre/100ml) nées de l'association originale de jus de fruits et d'extraits de plantes aromatiques, ont vocation à séduire le palais des adultes durant leurs moments de pause.

Ces boissons gourmandes et finement pétillantes débarqueront dans les rayons dès le mois d'avril au format 1,5L pour accompagner l'arrivée des beaux jours, en apportant à la dégustation, fraîcheur et raffinement.

**Prix Marketing Conseillés :**

Schweppes Pamplemousse & touche de Romarin – Bouteille 1,5L : 1,99 €

Schweppes Framboise & touche de Verveine – Bouteille 1,5L : 1,99 €

<sup>6</sup> Le Ginger Beer est une boisson sans alcool

<sup>7</sup> Nielsen – Total univers – CAM P6 2020

<sup>8</sup> Source - World's 50 best selling cocktails 2019

<sup>9</sup> Extraits de plante

« 22 ans après le lancement de Schweppes Agrumes à l'origine de notre gamme Fruits, nous souhaitons continuer d'accompagner les moments de pause des adultes en signant une petite révolution dans l'univers des boissons aux fruits gazeuses. Ces deux nouvelles recettes aux goûts plus sophistiqués, associant la gourmandise des fruits aux extraits de plantes, faibles en calories et composées d'ingrédients d'origine naturelle, cochent toutes les cases des drivers actuels de consommation : le plaisir avant tout, le rafraîchissement ensuite et, enfin, la naturalité », conclut Florian Simonnet.

## UNE NOUVELLE PLATEFORME DE COMMUNICATION POUR SOUTENIR L'INNOVATION

Ces innovations Schweppes seront soutenues tout au long de l'année par un dispositif pluri-médias puissant avec **une nouvelle publicité TV qui arrivera sur les écrans dès le mois de mai**, une nouvelle campagne d'affichage et une amplification en digital. Des animations et une visibilité dédiée en points de vente, mais également de l'échantillonnage seront également au rendez-vous pour assurer le succès de ces différents lancements.

### *À propos de Suntory Beverage & Food France*

Suntory Beverage & Food France, appartenant au groupe japonais Suntory, est leader des boissons aux fruits sur le marché français et a réalisé un chiffre d'affaires de 839 millions d'euros en 2020. 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. À base de fruits ou de plantes, pétillantes ou plates, au goût sucré ou amer, les boissons proposées par Suntory Beverage & Food France sont élaborées en France sur l'un de ses 4 sites de production en s'appuyant sur une dynamique d'innovation continue portée par une R&D française. Suntory Beverage & Food France est attachée à promouvoir une activité et des modes de vie positifs et durables, dans le respect de l'environnement et des hommes.

Plus d'informations sur [www.suntorybfe.com/france](http://www.suntorybfe.com/france)

## Contacts Presse

### TRENDS Paris

Jean-Baptiste Quesnay - [jb@trends.paris](mailto:jb@trends.paris) - 06 84 73 62 00

Caroline Dumoulin - [cdumoulin@trends.paris](mailto:cdumoulin@trends.paris) - 07 86 76 24 47