



## APERO TIME, L'APÉRO PLUS INTENSE, PLUS PETILLANT, PLUS ÉTONNANT !

Schweppes réinvente l'apéritif pour le plus grand bonheur des apéro-lovers et lance son nouveau concept : APERO TIME\*. La marque experte de l'apéritif lance une édition limitée de sa gamme apéritive regroupant les recettes les plus iconiques Indian Tonic, Pink Tonic, Ginger Ale et Ginger Beer (boisson non alcoolisée), et offre la possibilité de gagner de nombreux cadeaux et des expériences inédites !

## PLUS INTIMISTE, L'APÉRITIF SÉDUIT DE PLUS EN PLUS DE FRANÇAIS

Après une année de crise sanitaire, se retrouver est devenu un besoin que nous avons trop longtemps mis de côté. Le sens de la fête a clairement été impacté et les nouveaux modes de consommation des apéritifs ont bousculé nos habitudes. Le retour à la liberté se fait sous le signe du partage et de la convivialité. Tendances fortes du marché, l'apéritif liquide représente plus de 13,7 milliards d'euros\*\*. L'apéritif est ancré dans les mœurs françaises avec une forte fréquence de consommation, 51%\*\*\* des Français le prennent au moins 1 fois par semaine. C'est la deuxième activité qui leur a le plus manqué pendant cette période Covid. 21% des Français ont ressenti le besoin de réinventer la culture de l'apéro faisant naître un nouveau phénomène : le **homing**. Cette tendance, récemment observée, consiste à se recentrer sur son lieu d'habitation. Les Français, plus regardants sur leurs dépenses, privilégient ainsi le « do it yourself » et les apéros maison. **Schweppes est depuis toujours positionné sur cet instant apéro**, un moment réservé aux adultes, au bar, en extérieur ou à la maison.



Depuis 1870, année de création de l'Indian Tonic, l'iconique mélange d'orange amère et de quinine a inscrit Schweppes dans l'histoire du cocktail, devenant un indispensable de l'apéritif. Plus de 150 ans d'histoire autour de l'apéro légitime la marque sur ce segment en pleine mutation. Cette année, le leader du Tonic relance sa gamme dédiée à la mixologie, Premium Mixer devenue Schweppes Selection, qui sera dévoilée très prochainement.

Dès septembre, de nouveaux référencements seront disponibles pour cette gamme :

Chez Monoprix, avec 4 références du nouveau format 45cl en exclu (Tonic / Hibiscus / Pink Pepper / Ginger Beer)

Chez Carrefour, avec 5 références en format 4x20cl (Tonic / Hibiscus / Pink Pepper / Ginger Beer / Ginger Ale), format déjà présent dans d'autres enseignes.

Plus versatile que jamais, l'apéro n'a plus d'heure, de lieu, ou de règle. C'est l'opportunité pour Schweppes de créer des expériences autour de cet instant convivial et de promouvoir sa gamme apéritive.

## APERO TIME, L'EXPÉRIENCE SCHWEPPES À PARTAGER

APERO TIME, le nouveau concept pour trinquer entre amis autour d'un apéro signé Schweppes ! La marque met en avant les recettes les plus iconiques de sa gamme apéritive, Indian Tonic, Pink Tonic, Ginger Ale et Ginger Beer (boisson non alcoolisée). Pour l'occasion, Schweppes dévoile un nouveau packaging avec un QR Code présent sur tous les articles de la gamme permettant d'accéder au jeu concours.



Pour participer, rien de plus simple ! Il suffit de scanner le QR Code après l'achat d'un des produits Schweppes. Une fois redirigés sur le site du concours, les participants créent un compte et lancent le jeu à instant gagnant. Ils pourront également profiter d'un tirage au sort pour découvrir s'ils sont les heureux gagnants du gros lot APERO TIME.

À la clé, des lots offrant différentes expériences pour trinquer entre amis autour du « food and drink » comme un luxueux week-end de 3 jours pour 6 personnes dans une villa avec piscine, chef cuisinier et atelier mixologie ; la possibilité de gagner les services d'un chef à domicile pour une soirée apéro-chic privée pour 4 personnes ; un moment apéro unique avec une box APERO TIME, petit kit bien utile à emporter n'importe où, rassemblant divers produits Schweppes, food, instruments de mixologie et bien d'autres surprises attendent les participants.

À GAGNER DES CENTAINES DE CADEAUX 100% APERO TIME !



Like it like that. ....

\* APEROTIME : moment apéritif  
\*\* IFOP sondage 20/07/2020  
\*\*\* Nielsen univers en volume 10/03/2020  
\*\*\*\* C'est comme ça que je l'aime  
Toutes les modalités du jeu sont disponibles via [www.aperotime-schweppes.com](http://www.aperotime-schweppes.com)



CONTACTS PRESSE

TRENDS PARIS - Justine Vorgère - 06 58 87 07 90 - [jvorgere@trends.paris](mailto:jvorgere@trends.paris)