

## Pepsi accélère sur le segment des colas aromatisés avec trois nouvelles saveurs : Pepsi Lime, Pepsi Mango et Pepsi Cherry

Dans un marché du cola en pleine évolution, Pepsi accélère sa stratégie d'innovation avec le lancement de trois nouvelles références : Pepsi Lime (saveur citron vert), Pepsi Mango (saveur mangue) et Pepsi Cherry (saveur cerise). Véritable lancement stratégique pour la marque en 2026, cette nouvelle gamme illustre l'ambition de Pepsi de dynamiser la catégorie cola en misant sur les saveurs, aujourd'hui principal moteur de croissance du segment. Pour accompagner ce lancement, Pepsi déploie également "Choisis ta team", une campagne expérientielle pensée pour engager les consommateurs autour de leur saveur favorite à travers des activations terrain, des partenariats hors domicile et un dispositif influence.



### Les colas aromatisés : le moteur de croissance de la catégorie

Si le cola reste la première catégorie des boissons sans alcool,<sup>1</sup> les usages et les attentes évoluent rapidement. Les consommateurs recherchent davantage de diversité et des recettes plus expérientielles, ouvrant la voie à une forte accélération des colas aromatisés. Déjà très développée sur certains marchés internationaux, cette tendance s'installe durablement en France, aussi bien en grande distribution qu'en hors domicile. Sur ce dernier circuit, les volumes des colas aromatisés ont été multipliés par 3,5 en sept ans<sup>2</sup>, confirmant leur rôle central dans le renouvellement de la catégorie.

Pepsi entend jouer un rôle clé dans cette transformation. Seul contributeur à la croissance des colas en 2025<sup>3</sup>, la marque a enregistré une croissance de +30 %<sup>4</sup> en volume, portée notamment par le relancement de Pepsi Regular. En 2026, Pepsi franchit une nouvelle étape avec une gamme de saveurs pensée pour recruter de nouveaux consommateurs et renforcer l'attractivité du rayon.

<sup>1</sup> NielsenIQ PDM CA full chanel CAM P3 2026

<sup>2</sup> Circana 2024 – Poids volumes Cherry total colas 2027 - 2024

<sup>3</sup> Nielsen CAM P13 2025

<sup>4</sup> Nielsen CAM P13 2025 HMSM + Ecom + Proxi + HD

## Trois saveurs pour trois expériences de consommation

Déjà présente en hors domicile depuis l'année dernière, et sur un marché global des colas cherry qui pèse aujourd'hui pour 11% des volumes (AFH et GMS), la saveur cerise poursuit son développement cet été avec une arrivée renforcée en grande distribution de Pepsi Cherry. À ses côtés, Pepsi introduit deux nouvelles saveurs inédites sur le marché français :

- **Pepsi Lime**, une recette rafraîchissante inspirée d'un rituel de consommation estival emblématique : le cola accompagné d'une rondelle de citron vert ; A retrouver uniquement en GMS (Grandes et moyennes surfaces)
- **Pepsi Mango**, une proposition plus tropicale et gourmande, déjà plébiscitée sur plusieurs marchés internationaux comme le Royaume-Uni. Cette saveur sera disponible en GMS et en AFH.

Avec cette gamme, Pepsi souhaite proposer des expériences de dégustation complémentaires et installer durablement les saveurs comme un nouveau territoire d'expression de la marque.

### Les références disponibles :

**Pepsi Cherry**  
Saveur cerise



*Pepsi Regular Cherry*  
PET 1.5L : 1,79€\*  
PET : 50cl : 1,59€\*  
Can 33cl (AFH) : entre 2,50€ et 3€\*  
Verre consigné 33cl (AFH) : entre 2,50€ et 3€\*

**Pepsi Mango**  
Saveur mangue



*Pepsi Zéro Sucres Mango*  
PET 1.5L : 1,59€\*  
Can 6x33cl (exclue Carrefour) : 3,49€\*  
Can 33cl (AFH) : entre 2,50€ et 3€\*

**Pepsi Lime**  
Saveur citron vert



*Pepsi Zéro Sucres Lime*  
PET 1.5L : 1,59€\*

\* Prix marketing conseillé, le distributeur fixe librement ses prix de vente aux consommateurs

\*\* Équipe en français

### Un lancement porté par l'expérience terrain

Pour accompagner ce lancement, Pepsi déploiera un dispositif d'activation centré sur l'expérience consommateur, avec une importante tournée nationale d'échantillonnage partout en France, une campagne d'influence, des mises en avant dédiées en magasin et en hors domicile et l'ouverture d'un pop-up en juin (du 17 au 21 juin à la place Carrée des Halles Westfield).

La marque lancera à cette occasion son tout nouveau concept "Choisis ta team<sup>5</sup>", invitant les consommateurs à s'identifier à leur saveur favorite à travers trois univers :

- **Pepsi Cherry : Team\*\* Cool**
- **Pepsi Mango : Team\*\* Chill**
- **Pepsi Lime : Team\*\* Frais**

Un concept qui regroupe trois recettes pensées pour répondre aux nouvelles attentes de consommation, mais aussi pour renforcer le rôle culturel de la marque auprès de la Génération Z, cible clé de la gamme. Une génération pour laquelle les boissons deviennent de véritables marqueurs de personnalité et d'expression, au même titre que la musique, la mode ou les contenus qu'ils partagent ?

\*\*\*

### À propos de PepsiCo

Les produits PepsiCo sont consommés plus d'un milliard de fois par jour dans plus de 200 pays et territoires à travers le monde. En 2025, PepsiCo a généré près de 94 milliards de dollars de chiffre d'affaires net, grâce à un portefeuille complémentaire de boissons et d'aliments pratiques comprenant Lay's, Doritos, Cheetos, Gatorade, Pepsi-Cola, Mountain Dew, Quaker et SodaStream. Le portefeuille de produits PepsiCo compte une large gamme de produits alimentaires et de boissons savoureux, dont de nombreuses marques emblématiques qui génèrent chacune plus d'un milliard de dollars de ventes au détail annuelles estimées.

La vision qui guide PepsiCo est de devenir le leader mondial des boissons et des aliments pratiques en réussissant grâce à pep+ (PepsiCo Positive). pep+ est notre stratégie de transformation globale qui place la durabilité et les hommes au cœur de notre modèle d'entreprise, vise à créer de la valeur et favoriser la croissance, tout en respectant les limites de la planète et inspirant un changement positif et du durable pour PepsiCo et les communautés dans lesquelles nous opérons. Pour plus d'informations, rendez-vous sur [www.pepsico.com](http://www.pepsico.com) et suivez-nous sur [X \(Twitter\)](#), [Instagram](#) et [LinkedIn](#) @PepsiCo.

---

<sup>5</sup> Team = Equipe