



Tropicana, élue Marque Préférée des Français dans la catégorie « jus de fruit »

COMMUNIQUÉ DE PRESSE – 4 septembre 2023

Avec plus de 70% « J'aime », Tropicana annonce son élection de Marque Préférée des Français dans la catégorie « jus de fruit

». Une première ! Cela fait suite à une étude OpinionWay réalisée du 22 au 30 juin 2023 sur 2 046 répondants de 18 ans et + représentatifs de la population française. C'est une belle victoire pour l'un des acteurs historiques en France des jus de fruit frais et ambiants.



Tropicana, une marque pionnière...

Tropicana a été fondée en 1947 par Antonio Rossi. Né à Messine (Sicile) dans une famille de neuf enfants, Anthony Talamo Rossi (13 septembre 1900 - 24 janvier 1993) débarque à New York en 1921 avec en tout et pour tout 25 dollars en poche et riche de quelques mots d'anglais ! Pendant 10 ans, il écume les emplois précaires, avant de devenir producteur de fruits et légumes puis de lancer Tropicana. Son ambition est simple, offrir au plus grand nombre le plaisir d'un 100% pur jus avec un goût au plus proche du fruit fraîchement pressé et plein de vitamines. **L'entrepreneur invente alors le procédé de « flash-pasteurisation » en 1954.** Le jus pressé est porté à une température très élevée pendant un temps très court puis refroidit aussi rapidement. Il peut ainsi être expédié partout, sans perte de vitamines ni de goût. **En 1989, Tropicana est à nouveau pionnière en lançant en France le premier jus d'orange en brique carton réfrigéré,** puis les premiers mélanges de fruits exotiques. Et en 2023, elle est la première à être élue Marque Préférée des Français dans la catégorie « jus de fruit ». « *Nous sommes très fiers de cette élection. Après plus de 75 ans d'activité, c'est une belle victoire pour Tropicana, marque pionnière qui a toujours su se réinventer pour rester dans le cœur des Français.* » déclare Fanny Descohand, Marketing Manager Tropicana France.

... qui se réinvente

Les jus de fruits sont une catégorie incontournable en France, avec 1,5 milliard de litres consommés chaque année¹ et ce par 93% des foyers français². Un marché prédominé par l'orange et le moment du petit-déjeuner, qui est certes en légère perte de vitesse ces dernières années, mais sur laquelle Tropicana occupe toujours une place de choix, tant sur le segment de l'ambiant que du frais. C'est dans ce contexte que Tropicana a initié en 2023 sa réinvention avec un nouveau design plus moderne tout en transparence et une nouvelle campagne de communication « Ce Jus-Là » à la tonalité résolument plus lifestyle et émotionnelle. Le tout soutenu par des investissements media sans précédent. Un moyen pour la marque de réaffirmer son statut de leader et de dépoussiérer son image et celle de la catégorie. En outre, **Tropicana vise aussi à démultiplier les moments de consommation en dehors du petit-déjeuner, en lançant par exemple une nouvelle gamme inspirée des danses et saveurs du monde, véritable invitation à l'évasion – Inspiration Samba, Inspiration Bollywood et Inspiration Salsa.** Depuis quelques mois la marque s'entoure également d'influenceurs et bartenders afin de proposer aux consommateurs de nouvelles façons de déguster ses jus, en mocktails par exemple. « *Ces dernières années Tropicana s'était un peu endormi, mais 2023 marque le début d'un vrai renouveau de notre communication et stratégie d'innovation. Et plein d'autres initiatives prévues dans les mois à venir qui je l'espère vont venir bousculer la catégorie des jus.* » conclut Fanny Descohand.

¹Source : Unijus

²Source : Pénétration Kantar Worlrdpanel



A propos de Tropicana

Tropicana est une marque de jus de fruits, vendue en France et dans le monde entier. Créée en 1947 aux Etats-Unis, elle arrive en France en 1965 d'abord avec des jus ambiants, puis dès 1989 elle étend sa gamme avec des jus frais. Depuis toujours Tropicana est la référence qualité 100% pur jus : la marque a à cœur de proposer des jus 100% fruits pressés, sans sucres ajoutés, sans conservateurs.

A propos de Marque Préférée des Français

Depuis 2015, la Marque Préférée des Français est une distinction qui récompense une marque d'un gage de qualité et d'un niveau de recommandation par les consommateurs Français. Basée sur des études réalisées par un institut de sondage externe qui compare toutes les marques existantes du marché, elle récompense la marque préférée des Français dans sa catégorie, c'est-à-dire la marque ayant le taux d'empathie le plus élevé du marché. A l'issue des résultats de l'étude sectorielle, **une seule marque est élue pour une durée de 2 ans, comme l'est aujourd'hui BOURSIN®.**

Pour en savoir plus : <https://marqueprefereedesfrancais.fr/>