



MOUNTAIN DEW DÉBARQUE ENFIN EN FRANCE ET RÉVEILLE LE MARCHÉ DES SOFTS

Le 29 janvier 2017 – PepsiCo France étend sa gamme de softs gazeux avec le lancement en France de Mountain Dew, déjà culte aux Etats-Unis où la marque est 4^{ème} sur ce segment. Cette boisson désaltérante aux notes d'agrumes se distingue tant par son goût inédit que par son caractère urbain et affirmé, qui séduira les adeptes de sensations fortes.

Habitué à faire bouger les lignes, PepsiCo France, seul opérateur en croissance sur le segment des softs-drinks, booste le marché avec le lancement attendu de Mountain Dew. Cette boisson unique et sans sucre se destine à toute une génération en quête d'originalité.

« Le rayon des softs-drinks au global est en perte de vitesse, une tendance largement due à la désaffection progressive pour les colas, notamment chez les jeunes, en quête de nouveauté et de « coolitude ». Mountain Dew répond à leur recherche de sensations. Nous ambitionnons de redynamiser la catégorie avec ce lancement audacieux », explique Emmanuel Pinteaux, Directeur des divisions Boissons et Nutrition de PepsiCo France.

Depuis le début de sa commercialisation à l'étranger, que ce soit aux Etats-Unis ou ailleurs en Europe, la marque rencontre un succès fulgurant chez les 15-25 ans, devenant une véritable référence et l'un des premiers contributeurs aux gains de ce segment de marché. En Espagne, où Mountain Dew a été lancé en 2015, il s'agit aujourd'hui de la 1^{ère} marque de softs de PepsiCo dans la catégorie hors-domicile.

Mountain Dew se démarque par son packaging néon et son goût détonant pour un moment de rafraîchissement et de plaisir :

- Composition 0 % sucre
- Goût citronné
- Faible teneur en caféine



Un univers sportif et audacieux

Non seulement Mountain Dew s'inspire de l'univers du skate, mais il l'inspire en retour. En témoigne le *Dew Tour*, une compétition de skate d'envergure, ouverte au public gratuitement, qui attire chaque année les stars de la discipline. La dernière édition s'est tenue en septembre à Barcelone.

Le lancement de Mountain Dew se fera, dans un premier temps, exclusivement en hors-domicile pour développer la marque sur le segment du on-the-go et ainsi répondre aux attentes de praticité et d'immédiateté des millennials. Sa commercialisation sera étendue en GMS et sur l'ensemble du territoire à partir de 2018.

La boisson existe en format PET 50 CL.

À propos de PepsiCo France :

PepsiCo France propose un large portefeuille de boissons et de produits alimentaires qui compte des marques de renommée mondiale, comme Tropicana, Lipton Ice Tea, Pepsi, Bénédicts, Quaker, Lay's ou Doritos etc. La croissance de la filiale française de PepsiCo repose sur près de 620 collaborateurs qui avec passion, offrent aux consommateurs des produits d'une très grande qualité.

Au cœur de PepsiCo se trouve le projet « Performance With Purpose », notre vision pour réaliser des performances à long terme en intégrant la notion de durabilité dans notre stratégie commerciale, laissant ainsi une empreinte positive sur la société et l'environnement. Cette conviction nous conduit à proposer une gamme de boissons et de produits alimentaires alliant plaisir et bien-être, réduire au maximum notre impact environnemental et enfin s'investir auprès de nos collaborateurs et des communautés locales.