



L'actualité  
Lipton Ice Tea



« Success Story »  
Lipton Ice Tea



La nouvelle  
pub 2011



Les coulisses  
du film



Les  
rendez-vous 2011



La gamme  
Lipton Ice Tea



Téléchargements



Contacts

## EN 2011, LIPTON® ICE TEA FAIT DE NOUVEAU SON SHOW !

Une année riche en actualités pour la marque avec notamment la sortie de son nouveau film publicitaire dans lequel Hugh Jackman joue le rôle principal pour la seconde année consécutive.

C'est aussi l'année de l'arrivée de nouveaux produits, qui devraient satisfaire toute la famille !



## 2010 : LIPTON® ICE TEA EST LA MARQUE N°1 DES THÉS GLACÉS EN FRANCE<sup>1</sup>

Lipton Ice Tea est la marque nationale leader des thés glacés<sup>1</sup> et la 5<sup>ème</sup><sup>2</sup> marque de soft drinks en France. Elle détient plus de 80% de part de marché valeur en grandes et moyennes surfaces<sup>1</sup> et 77% de part de marché volume en hors domicile<sup>2</sup>.

Une année 2010 riche en succès avec une formidable montée en puissance des ventes de la marque de + 10% par rapport à 2009<sup>3</sup>.

La campagne publicitaire « Tokyo Dancing Hotel », diffusée massivement sur les écrans, a également permis à la marque de passer au rang de 5<sup>ème</sup> place des investisseurs media du secteur Soft Drinks en 2010<sup>4</sup>, avec une notoriété de 91%<sup>5</sup>. Le comédien australien Hugh Jackman, qui s'est prêté au jeu de la danse dans la dernière campagne Lipton® Ice Tea, a apporté une véritable vague de dynamisme et de fun, en parfait accord avec sa signature « Drink Positive »<sup>6</sup>.

Plus de détails sur le film publicitaire dans la rubrique La nouvelle pub 2011 »

## 2011 : L'ANNÉE DE LA « DRINK POSITIVE »\* ATTITUDE

Lipton® Ice Tea poursuit son partenariat avec Hugh Jackman avec un nouveau film publicitaire sur les écrans dès le 16 mars 2011. Des nouveautés pour toute la famille seront également à l'affiche, pour ravir les grands comme les petits.

## DIAPORAMA



## UNE NOUVELLE CAMPAGNE PUBLICITAIRE AVEC HUGH JACKMAN

Pour la deuxième année consécutive, Hugh Jackman tient le rôle principal dans la nouvelle publicité Lipton<sup>®</sup> Ice Tea. Il y démontre une nouvelle fois ses talents de danseur et y affiche un charme irrésistible. Dans une ambiance fun, dynamique et moderne, ce nouveau spot TV permet à tous d'adopter la « Drink Positive »<sup>1</sup> attitude.

À travers cette publicité, Lipton<sup>®</sup> Ice Tea souhaite séduire les adolescents et jeunes adultes et les inciter à rejoindre le mouvement « Drink Positive »<sup>2</sup>. Plus de détails sur le film publicitaire dans la rubrique « La nouvelle pub 2011 »...

## DU NOUVEAU AU SEIN DES THÉS GLACÉS LIPTON ICE TEA

Lipton<sup>®</sup> Ice Tea propose des formats pratiques et pour toute la famille :

- un pack 6x25cl rajouté pour séduire à la fois les enfants et les mamans. Toute jolie et toute mini, la bouteille est facile à glisser dans un cartable, dans un sac à dos ou encore dans le sac à main des mamans.
- un nouveau maxi-format 2L Saveur Citron Citron Vert, pour des moments de convivialité et de partage en famille ou entre amis

Ces produits sont désormais disponibles dans les rayons des grandes et moyennes surfaces.



## ENCORE DU NOUVEAU POUR LES THÉS GLACÉS PÉTILLANTS LIPTONIC

De leur côté, les thés glacés pétillants Liptonic font peau neuve avec une toute nouvelle identité graphique, plus moderne et dynamique.

Dès la mi-mai 2011, Liptonic aura également une innovation majeure à présenter. Encore un peu de patience, avant de découvrir ce tout nouveau produit, inédit en France... À suivre...



<sup>1</sup> Buvez Positif

<sup>2</sup> Source : IRI CAM P13 2010 HM-SM

<sup>3</sup> Source : Cendeean Juillet 2010

<sup>4</sup> Source : GIRA 2009

<sup>5</sup> Source : Lipton<sup>®</sup> Ice Tea

<sup>6</sup> Source : Investissements Plurimédias 2010 OMD

<sup>7</sup> Source : Notoriété Assistée Millward Brown 2010

--	--	--	--	--	--	--	--

## LIPTON® ICE TEA : 5<sup>È</sup> MARQUE DE SOFTS DRINKS EN FRANCE<sup>1</sup>

Dès 1984, Lipton® Ice Tea arrive en France avec la marque Liptonic, le fameux thé glacé pétillant aromatisé au citron vert.

La boisson Liptonic devient très vite emblématique en se démarquant des autres boissons grâce à sa saga publicitaire. Afin de promouvoir ce nouveau produit, Lipton préempte alors le territoire du sport en utilisant dans ses publicités des ambassadeurs sportifs de haut niveau tel que Pierre Barthès (de 1987 à 1992).

A tel point que beaucoup de personnes ont découvert Liptonic avant de connaître les thés glacés. Il représente aujourd'hui un vrai pilier historique et emblématique de la gamme de produits Lipton® Ice Tea.

En 1993, c'est Lipton® Ice Tea Saveur Pêche qui arrive dans l'hexagone. La marque décide alors de miser sur l'acteur Tom Selleck (acteur fétiche de la célèbre série « Magnum ») de 1995 à 1998 pour ses campagnes de publicité, le mettant en scène dans le désert australien.

En 1999, c'est Eric Cantona qui s'illustre au golf et au water-polo dans les publicités Lipton Ice Tea. Des publicités dans les mémoires de tous avec la célèbre signature : "Lipton® Ice Tea rafraîchit le corps et l'esprit".

La campagne « Be Alive », diffusée à la télévision à partir de 2001, est également un franc succès. En vedette, des animaux-jouets (un chien et un taureau) s'animent sous l'effet de la boisson, au rythme du célèbre tube « Born to be alive » de Patrick Hernandez. Avec cette campagne résolument fun et moderne, la marque séduit alors les jeunes adultes, son cœur de cible.



## DIAPORAMA



2002-2003  
El Toro



2002-2003  
El Toro



2002  
Nodding Dog



Un autre vecteur de communication est également massivement utilisé : la rue.

En 1997, Lipton<sup>®</sup> Ice Tea commence à « repeindre la France en jaune » en allant à la rencontre du consommateur nomade dans les cafés, bars, restaurants, terrasses... La marque fait régulièrement connaître ses nouveautés produits et repoint chaque été les points de vente des centres villes et des plages.

C'est ainsi que Lipton<sup>®</sup> Ice Tea s'est hissé, en une dizaine d'années, de la 6<sup>ème</sup> à la 5<sup>ème</sup><sup>1</sup> place des marques de soft drinks en France et à la 3<sup>ème</sup><sup>2</sup> place des marques de softs drinks en hors domicile en 2009.

La clé de son succès ? Une combinaison unique de plaisir, de rafraîchissement et de thé !

### **LIPTON<sup>®</sup> ICE TEA, LA MARQUE DE THÉS GLACÉS INCONTOURNABLE DANS LE MONDE**

Depuis sa création aux Etats-Unis, le thé glacé Lipton<sup>®</sup> Ice Tea n'a cessé de faire le tour du monde et de répandre une véritable vague de fraîcheur et de bonne humeur.

Présente actuellement dans 150 pays, la marque Lipton Ice Tea propose une large gamme de thés glacés sans et avec bulles.



<sup>1</sup> Source : Canadean Juillet 2010

<sup>2</sup> Source : Gira 2009



## HUGH JACKMAN DANSE DANS « JOIN THE DANCE », LE NOUVEAU FILM PUBLICITAIRE DE LIPTON® ICE TEA

Après le succès en 2010 du film publicitaire « Tokyo Dancing Hotel » mettant en scène Hugh Jackman pour la toute première fois, Lipton® Ice Tea entame sa deuxième année de partenariat avec le comédien et présente donc le 2<sup>nd</sup> volet de cette saga publicitaire : un nouveau film, tourné en Uruguay, où Hugh Jackman invite les passants à danser dans la rue et à initier ainsi le mouvement « Drink Positive ».

### LE SYNOPSIS

Le personnage principal du film (interprété par Hugh Jackman) se détend sur la terrasse d'un café situé sur une plage. Sous un soleil de plomb, il décide de se rafraîchir en buvant une gorgée de thé glacé Lipton Ice Tea. L'esprit « Drink Positive » l'envahit soudain et lui donne une irrésistible envie de danser.

Attirés par sa bonne humeur, les passants ne peuvent s'empêcher de le rejoindre pour danser à ses côtés à travers la ville, créant ainsi une gigantesque chorégraphie. Rien n'est plus entraînant que la vague de fun et de fraîcheur Lipton® Ice Tea !

### DIAPORAMA





### LA FICHE TECHNIQUE DU FILM :

**Annonceur :** Lipton<sup>®</sup> Ice Tea

**Responsable annonceur :** Jason Green (Directeur Marketing Monde Lipton<sup>®</sup>)

**Nom de la campagne :** Join The Dance

**Format du film :** version 40 secondes et version 30 secondes

**Réalisateur :** Luciano Podcaminsky

**Agence de publicité :** DDB Argentina

**Responsable agence :** Lucinda Ker

**Équipe de création :** Nick Bell, Fernando Tohechenitstiki, Pablo Batlle - DDB

**Équipe de projet :** Philippe Berthelot & Brett MacFarlane DDB Paris

**TV producer :** Josh Barwick

**Production son :** Universal Records

**Lancement de la campagne :** à partir du 16 mars (40 secondes) et du 23 mars (30 secondes)

**Médias :** TV, Web

**Chaînes TV choisies :** Trace TV, W9, M6 Music Hits, M6, June, NRJ 12, NRJ Hits, Direct Star, MTV, MTV Pulse, MTV Base, MTV Idol, Game One, AB1.

**Campagne lancée à l'international :** dans 6 pays (Grèce, Kazakhstan, Russie, Pologne, Roumanie et France)

---

<sup>®</sup> Buvez Positif

Haut de page





L'actualité  
Lipton Ice Tea



« Success Story »  
Lipton Ice Tea



La nouvelle  
pub 2011



Les coulisses  
du film



Les  
rendez-vous 2011



La gamme  
Lipton Ice Tea



Téléchargements



Contacts

## LES COULISSES DU FILM

**POUR EN SAVOIR PLUS SUR LES TALENTS DE DANSEUR  
DE HUGH JACKMAN ET SUR LES COULISSES DU FILM,  
LANCEZ LA VIDÉO « LES COULISSES DU FILM ».**

« Le tournage a été un vrai plaisir » nous confie Hugh Jackman, qui adore travailler dans la joie et la bonne humeur.



## DIAPORAMA



## HUGH JACKMAN, UN COMÉDIEN PLEIN DE VITALITÉ ET DE BONNE HUMEUR !

Pour découvrir quelques informations top secrètes sur Hugh Jackman, visionnez la vidéo ci-dessous.

Quelques anecdotes en avant-première :

- Selon Hugh, « les Australiens, comme lui, sont incroyablement et naturellement optimistes dans la vie. Ils aiment l'aventure et voient la vie comme telle ».
- Son dernier voyage en France était à St Tropez. Il y a emmené sa belle-famille, qui rêvait d'y aller. Pour les Australiens, « le sud de la France est le symbole du chic, de la classe et du glamour ». Ce voyage a été « un véritable rêve ».
- Paris est la ville française préférée de Hugh Jackman.



## LE CONCOURS BIG CASTING 2010 : UN FRANÇAIS PART SUR LE TOURNAGE DU FILM

Le Concours Big Casting est un concours qui a été organisé par Lipton<sup>®</sup> Ice Tea sur son site web entre mai et juin 2010. La marque a ainsi offert la possibilité au gagnant d'aller assister et de participer au tournage de la nouvelle publicité « Join The Dance » de Lipton<sup>®</sup> Ice Tea en Uruguay.

Le principe pour participer était simple : exprimer son côté positif à travers une vidéo, la télécharger sur le site [liptonicoetea.fr](http://liptonicoetea.fr) avec la possibilité de voter pour ses vidéos préférées.

A la fin du concours, un jury composé par l'équipe de Hugh Jackman (agent, agence de pub) et Lipton Ice Tea a sélectionné la vidéo gagnante et a invité le candidat (Axel, un Français !) à rejoindre le tournage de la pub en Uruguay.

Le tournage de la pub a eu lieu en octobre 2010 et l'heureux gagnant Axel en a gardé un souvenir inoubliable.



### THE FEELING : LE GROUPE DE ROCK ENREGISTRE UN TITRE POUR LE FILM LIPTON® ICE TEA

The Feeling, groupe ayant déjà remporté plusieurs disques de platine à travers le monde, a enregistré le remake du morceau « The Safety Dance », à l'origine interprétée par le groupe Men Without Hats.

The « Safety Dance » est à présent la musique officielle du nouveau film publicitaire Lipton® Ice Tea diffusé à dans plus de 20 pays.





Des news, des vidéos exclusives,  
des photos inédites, toute l'actualité  
rafraîchissante de Lipton Ice Tea !



Actualité  
Lipton Ice Tea



« Success Story »  
Lipton Ice Tea



La nouvelle  
pub 2011



Les coulisses  
du film



Les  
rendez-vous 2011



La gamme  
Lipton Ice Tea



Téléchargements



Contacts

## LES RENDEZ-VOUS 2011

EN 2011, LIPTON® ICE TEA SERA PARTOUT !

### DEPUIS FÉVRIER

Vous pouvez déjà découvrir la nouvelle bouteille 2L saveur Citron Citron vert et le mini Pet 25cL rajeuni en magasin. Ils s'adaptent parfaitement à toutes les occasions, moments de convivialité et de partage en famille ou entre amis.

### DÈS LE 16 MARS

Hugh Jackman s'invite sur les écrans français, pour le plus grand plaisir des amateurs de thés glacés. La publicité sera à nouveau diffusée en juin 2011.

### À PARTIR DE MAI

Le dernier né de la gamme Liptonic sera dévoilé mi-mai 2011. Encore un peu de patience avant d'en savoir plus...

### COURANT MAI

Hugh Jackman revient sur les écrans avec le nouveau spot publicitaire Liptonic. Une publicité fraîche et pétillante, à ne pas rater !





Des news, des vidéos exclusives,  
des photos inédites, toute l'actualité  
rafraîchissante de Lipton Ice Tea !



**Lipton<sup>®</sup> Ice Tea, leader sur son marché, est aujourd'hui une marque de Soft Drink incontournable.**

Lipton<sup>®</sup> Ice Tea, leader sur son marché<sup>1</sup>, est aujourd'hui une marque de Soft Drink incontournable.

Distribuée en France depuis 1984, Lipton<sup>®</sup> Ice Tea n'a de cesse de proposer régulièrement des nouvelles saveurs thés glacés : en version sans bulle avec la gamme Lipton<sup>®</sup> Ice Tea ou en version pétillante avec la gamme Liptonic. Des saveurs et des formats variés pour petits et grands, pour toujours plus de plaisir. Pour satisfaire les consommateurs en attente de produits de qualité, l'ensemble de la gamme de thés glacés Lipton<sup>®</sup> Ice Tea est sans colorant et sans conservateur. Toutes les recettes de thés glacés sans bulle Lipton<sup>®</sup> Ice Tea sont 30% moins sucrées que dans la plupart des sodas actuellement en vente\*.

\*hors boissons light.

<sup>1</sup> Source : IRI OAM P13 2010 H1+H2



Des news, des vidéos exclusives,  
des photos inédites, toute l'actualité  
rafraîchissante de Lipton Ice Tea !



## CONTACTS

Pour toute demande d'informations complémentaires et de visuels, n'hésitez pas à nous contacter.

Caroline Banoun  
01 41 05 44 34  
caroline.banoun@hillandknowlton.com

Marie-Laure Tarabbia  
01 41 05 44 58  
marie-laure.tarabbia@hillandknowlton.com

Anouck Leclaire  
01 41 05 44 41  
anouck.leclaire@hillandknowlton.com