

LANCEMENT EN FRANCE DE KEVITA, UNE NOUVELLE BOISSON AU KOMBUCHA

16 mai 2019

PepsiCo France ajoute une marque prometteuse au portefeuille de Future Brands, son incubateur de marques lancé en 2017. Née en Californie en 2009, KeVita arrive sur le marché français avec une gamme de boissons au Kombucha à la fois innovante, rafraichissante et pétillante.



Après avoir conquis les US où elle est devenue la première marque contributrice à la croissance des ventes de kombucha¹, KeVita arrive en France avec la gamme Master Brew Kombucha. Sa promesse : explorer le goût du kombucha à travers 3 saveurs originales : Gingembre, Pêche Ananas et Cerise Griotte.

Fabriquée avec de la culture de Kombucha, de l'eau pétillante, des extraits de thé noir et de thé vert ainsi que des arômes, la gamme Master Brew Kombucha est un subtil mélange de saveurs et d'ingrédients certifiés d'origine biologiques.

Le Kombucha, c'est quoi ?

Originaire d'Extrême-Orient, et surnommé Elixir de longue vie en Chine Impériale, le Kombucha est consommé depuis 2000 ans en Asie. C'est une boisson issue de la fermentation de thé sucré par des levures et des micro-organismes.

¹ Source : IRI US Grocery

Une volonté de répondre aux attentes des consommateurs

Future Brands, l'incubateur de marques de PepsiCo France créé en 2017, ajoute ainsi KeVita, une petite marque prometteuse, à son portefeuille. Cet incubateur, imaginé dans un esprit start-up indépendant et autonome, a pour mission de faire grandir des marques pépites dans un réseau de distribution sélectif, urbain et premium.

A travers KeVita, le Groupe a souhaité faire émerger de nouvelles offres de boissons et de snacks qui répondent à l'intérêt grandissant du grand public pour des produits toujours plus innovants.

KeVita Master Brew Kombucha souhaite répondre au mieux aux attentes des consommateurs en leur apportant originalité, fonctionnalité et plaisir. Des boissons Bio, faibles en calories, avec un goût et des saveurs originales : Gingembre, Pêche-Ananas et Cerise Griotte.

KeVita Master Brew Kombucha peut être consommé en de multiples occasions : il se marie parfaitement avec un déjeuner léger, s'apprécie aussi après le sport, par exemple une session de yoga ou de running.

Cette boisson s'adresse en particulier aux 25-45 ans en quête perpétuelle de nouvelles expériences tout en étant attentifs à la qualité des produits qu'ils consomment.

Le kombucha pourrait être l'une des prochaines tendances sur le marché des boissons sans alcool.

Une campagne ciblée pour le lancement de cette nouvelle gamme

L'activation de KeVita Master Brew Kombucha s'articulera à travers une campagne complète et ciblée à Paris. Des opérations d'échantillonnage et de dégustation ont commencé en début d'année. La marque sera présente également tout au long de l'année sur des festivals de yoga et sensibilisera des influenceurs pour mieux faire connaître cette nouvelle boisson : le kombucha.

DEMANDE PRESSE : We Agency

Marie BROULOU-ERHEL - 01 44 37 22 26 – marie.broulou@we-agency.fr

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 coeur du groupe PepsiCo se trouve le projet Winning with Purpose qui traduit la vision de PepsiCo d'être le leader mondial du secteur de l'alimentaire et des boissons. Winning with Purpose reflète notre ambition d'accélérer notre croissance de manière durable et d'insuffler de la responsabilité dans toutes nos actions. Pour plus d'informations, rendez-vous sur www.pepsico.fr.