



Communiqué de presse  
Paris, le 26 septembre 2018

## CAPRI SUN PARTENAIRE DU FILM ALAD'2 !

De l'eau de source, du jus de fruit, sans colorants et sans conservateurs, CAPRI-SUN, la petite poche ludique à emporter est la boisson des familles depuis 49 ans.

La marque revêt ses habits de lumière dans le film Alad'2, au cinéma le 3 octobre 2018.

### LE PITCH

Après avoir libéré Bagdad de l'emprise de son terrible Vizir, Aladin s'ennuie au palais et ne s'est toujours pas décidé à demander en mariage la princesse. Mais un terrible dictateur, Shah Zaman, s'invite au Palais et annonce qu'il est venu prendre la ville et épouser la Princesse. Aladin n'a pas d'autre choix que de s'enfuir de Bagdad... Il va tenter de récupérer son ancien Génie et revenir en force pour libérer la ville et récupérer sa promise. CAPRI-SUN sera de l'aventure !

### MOTEUR !

CAPRI-SUN partage l'une des scènes avec Kev Adams !

### GRAND ANGLE

A cette occasion, la marque déploie un vaste dispositif publicitaire.

Sur la toile, sa page Facebook se fera l'écho du partenariat et proposera à ses nombreux fans (+ de 488 000) des jeux concours avec à la clé : des places VIP pour l'Avant-première du film organisée par Capri-Sun, des places de cinéma pour Alad'2 ou encore des séjours en France.

Quant au packaging, il s'habille aux couleurs de l'univers du célèbre Aladin. Plus de 1500 points de vente en GMS et plus de 2200 points de vente dans le circuit hors foyer seront activés pour l'occasion. De nombreux jeux concours ont été mis en place avec à la clé de nombreux lots à remporter : des places VIP pour l'avant-première du film organisée par Capri Sun, des sacs à dos, des t-shirts dédicacés ou encore un voyage au Maroc et des séjours en France.



## A PROPOS DE CAPRI-SUN

En France<sup>1</sup>, depuis 2007, CAPRI-SUN est distribuée par Coca-Cola European Partners France en GMS et sur les circuits hors domicile. Très appréciée, elle est la 1<sup>re</sup> marque en volume et en valeur des mini-soifs<sup>2</sup> avec des indicateurs en pleine forme : une croissance de 20,2% en 2017<sup>3</sup>, déjà plus de 2,8 millions de foyers acheteurs<sup>4</sup> et une notoriété en forte progression avec 9 parents sur 10 qui connaissent la marque<sup>5</sup>. Celle-ci a ainsi distribué plus de 250 millions de poches en 2017<sup>6</sup>. 3 gammes sont commercialisées : CAPRI-SUN Classique, CAPRI-SUN Fruit Crush et CAPRI-SUN Bio.



Depuis sa création en Allemagne en 1969, CAPRI-SUN fait partie du quotidien des familles. Dès les origines, son fondateur, Rudolf Wild, a souhaité proposer des boissons au bon goût de fruits, sans aucun additif : ni colorant, ni conservateur, ni arôme. Quant à son nom, la marque le tient de l'île de Capri, où le soleil rayonne tout au long de l'année.

Marque engagée, CAPRI-SUN est également parrain de SOS Villages d'Enfants. Depuis plus de 60 ans, cette association recueille des fratries de jeunes séparés de leurs parents, orphelins ou placés, pour les aider à se construire sur le long terme. Partageant pleinement cette philosophie, CAPRI-SUN s'implique à ses côtés pour mieux faire connaître ses actions et soutenir ses programmes éducatifs et sportifs, notamment via la création d'un fond solidaire dédié.

[www.facebook.com/CapriSunFrance](https://www.facebook.com/CapriSunFrance)

#caprisun

### Contacts presse : VFC Relations Publics

Cynthia Barbe - [cbarbe@vfcrp.fr](mailto:cbarbe@vfcrp.fr) - 01 47 57 85 60  
Valérie Langlois - [vlanglois@vfcrp.fr](mailto:vlanglois@vfcrp.fr) - 01 47 57 83 55

1. France continentale et Monaco. / 2. Nielsen, total France, BRSA en petit conditionnement, 2017. / 3. Ventes internes, total circuits, 2017. / 4. Kantar, total France, 2017 / 5. Médiamétrie, familles enfant - 15 ans, octobre 2017. / 6. Ventes internes, CAM P5 2017.