**Tropicana ondersteunt opnieuw het verkooppunt met een nationale “Proef het Verschil” campagne**

**Zaventem – 6 Mei 2013 – Vandaag start Tropicana in België opnieuw met haar nieuwe televisie-campagne “Proef het verschil” waarin Tropicana het verschil duidt inzake 100% puur geperst versus sap op basis van een sapconcentraat. Deze nationale campagne ondersteunt de vernieuwde aanpak op het winkelpunt waarbij Tropicana niet alleen nationaal op televisie de spot “Proef het verschil” toont maar ook via POS activiteiten, tastings en extra uitstallingen haar 100% puur geperst fruitsap-assortiment onder de aandacht zal brengen. De doelstelling van de campagne is de consument op de winkelvloer bewuster zijn keuze te leren maken op basis van de samenstelling en de bereidingswijze van het aanbod. Ook heeft Tropicana voor haar trade-partners een frisse zomersmaak als Limited Edition: Tropicana Summer Seasonals Orange-Strawberry. Deze Limited Edition combineert het 100 % puur geperst Tropicana sinaasappelsap met de heerlijke smaak van aardbeien waar de Belgen tuk op zijn. Klik** hier **om de spot zelf te bekijken. Voor meer informatie omtrent het aanbod van Tropicana, ga naar Tropicana.be of contacteer uw Key Account Manager!**

**Tropicana Summer Seasonals Orange-Strawberry speciaal voor de Belgen!**

Tropicana, al 60 jaar producent van 100\* puur geperst fruitsap, heeft een lekker en divers aanbod in België met naast de klassieker Tropicana Original Orange ook een Pure Premium aanbod met smaken zoals Tropical Fruit, Pink Grapefruit, Apple Mango. Hiernaast zijn er ook de Tropicana Essentials met o.a. Tropicana Essentials Multivitamines enVitamines A, C & E alsook het aanbod van de Tropicana Antioxydants. Voor haar trade-partners innoveert Tropicana regelmatig ook dit aanbod met Limited Editions die inspelen op seizoensgebonden smaken. Voor de zomerperiode is er de Tropicana Summer Seasonals Orange-Strawberry. Deze limited edition combineert het Tropicana sinaasappelsap met de heerlijke smaak van aardbeien waar de Belgen tuk op zijn. Deze Limited Edition is nationaal verkrijgbaar tot eind augustus 2013.

**“Proef het Verschil” TV- campagne ondersteunt vernieuwde trade-aanpak voor Tropicana**

Ook op de winkelvloer heeft Tropicana nieuwe looks en ondersteuning gekregen om zo de verkoopskanalen te ondersteunen. In mei 2013 start opnieuw de nationale televisie-campagne “Proef het verschil” en ondersteunt Tropicana het verkoopspunt extra met gepaste POS materialen, tastings en extra uitstallingen om haar 100% puur geperst fruitsap-assortiment onder de aandacht te brengen. De doelstelling van de campagne is de consument op de winkelvloer bewuster zijn keuze te leren maken op basis van de samenstelling en de bereidingswijze van het aanbod inzake sappen. Sabine De veilder, Sales Director Retail PepsiCo BeLux licht de vernieuwde aanpak toe: “ Uit onafhankelijk onderzoek[[1]](#footnote-1) weten we dat wanneer het verschil tussen sappen op basis van sapconcentraat en 100% puur geperst sinaasappelsap geduid wordt, 80% van de consumenten een 100% puur geperst sap verkiest en geen sap op basis van een ingekookt concentraat. Nochtans zijn 91% van de verkochte fruitsappen in België op basis van een sapconcentraat gemaakt.” Het verschil in smaak werd door Tropicana onderzocht via een blinde smaaktest bij de Belgen. 87% van de Belgen gaven aan het 100% puur geperst sap te verkiezen op basis van de smaak in vergelijking met een sapconcentraat. De doelstelling van de campagne is de consument op de winkelvloer bewuster zijn keuze te leren maken op basis van de samenstelling en de bereidingswijze van het aanbod.

*Voor meer informatie over Tropicana “Proef het verschil”, Tropicana Summer Seasonals Orange-Strawberry: ga naar Tropicana.be of contacteer uw Key Account Manager bij PepsiCo! Klik hier om de spot te bekijken.*

- einde -

**Noot voor de redactie (niet bestemd voor publicatie):**

Tropicana Summer Seasonals Orange-Strawberry is aanwezig nog tot eind augustus 2013.

De adviesprijs voor 1 liter Tropicana sap is 3, 99 euro

Alle dossiers, beeldmateriaal en video’s zijn beschikbaar via bebble.be

**Heeft u specifieke vragen, neem contact op met:**

**Bebble PR**

Ilse Lambrechts

+32 476 98 11 55

ilse @ bebble.be

@bebbleboutit

**Over PepsiCo**

Met bekende sterke merken als 7UP, Alvalle, Doritos, Duyvis, Lay's, Looza, Pepsi, Mountain Dew, Quaker, Snack a Jacks, Smiths en Tropicana staat PepsiCo in België in de Top 8 van voedingsmiddelenbedrijven. In België en Luxemburg zijn er voor PepsiCo bijna 900 mensen werkzaam in drie vestigingen waarvan er twee fabrieken zijn.  PepsiCo BeLux is een onderdeel van PepsiCo (PEP, NYSE), een van de grootste voedingsmiddelen- en drankenbedrijven ter wereld met een netto-omzet van ruim 65 miljard dollar. PepsiCo omvat een groot aantal merken, waarvan er 22 een jaarlijkse omzet hebben van meer dan 1 miljard dollar. De divisies Quaker, Tropicana, Gatorade, Frito-Lay en Pepsi Cola bieden honderden smakelijke producten die wereldwijd populair zijn.  De werknemers van PepsiCo zijn verbonden door een gezamenlijke visie op duurzame groei, *Performance with Purpose*. Vanuit deze visie investeren we in een gezonde toekomst voor mens en planeet wat ook leidt tot een succesvollere toekomst voor PepsiCo. PepsiCo biedt een breed scala voedingsmiddelen en dranken - aangepast aan de lokale smaakcultuur - en zoekt continu naar innovatieve manieren om zijn milieu-impact zo veel mogelijk te beperken, onder meer door energie- en waterbesparing en minimaal gebruik van verpakkingen. Ook bieden we onze medewerkers een prettige werkomgeving aan en respecteren en ondersteunen we de lokale gemeenschappen waarin we actief zijn, ook in de vorm van investeringen. Bezoek voor meer informatie [www.pepsico.com](http://www.pepsico.com/) en www.pepsico.be.

1. GFK MAT november 2012 & Onderzoek bestaand uit kwalitatieve face to face interviews en blinde smaaktesten bij een representatieve socio-demografische steekproef van 326 Belgen door het onafhankelijke onderzoeksbureau Rogil in opdracht van Tropicana België. [↑](#footnote-ref-1)