**Schweppes představuje nový design i kampaň**

Praha, 2. 5. 2023

**Legendární značka nealkoholických nápojů Schweppes mění design svých produktů. Nové moderní etikety více zaujmou a spotřebitelům lépe představí jednotlivé příchutě. Značka zároveň spouští novou kampaň v mediálním prostoru i na sociálních sítích.**

Celá řada produktů značky Schweppes – Schweppes Indian Tonic, Schweppes Pink Tonic, Schweppes Bitter Lemon, Schweppes Ginger Ale a Schweppes Citrus Mix – má nový design. Transparentní etikety s větším brandingem upoutají více pozornosti. Nové ilustrace u ochucených variant lépe odliší jednotlivé příchutě. *„Díky redesignu mají naše produkty modernější vzhled a v regálech obchodů lépe zaujmou. Zároveň jsme na etiketách minimalizovali množství textu, který nahradily ilustrace, jež jasně odkazují k jednotlivým příchutím. Zákazníci tak budou mít na první pohled jasno, o kterou variantu se jedná,“* říká Barbora Fotrová, brand manažerka Schweppes.

Společně s designem upravil Schweppes také receptury nápojů, díky tomu jsou nyní ještě více osvěžující. Spotřebitelé si je tak mohou lépe vychutnat i samotné či s pár kostkami ledu. Právě vhodnost Schweppesu pro přímou konzumaci je hlavním tématem nové kampaně, jež představuje redesignovanou řadu. „*Stále si držíme claim „I like it like that“, lokalizovaný jako „Vychutnej si to podle sebe“, který poukazuje na množství situací a příležitostí, jak si lze Schweppes vychutnat. Na rozdíl od prosincové kampaně, která se věnovala hlavně mixologii, jsme se v rámci jarní komunikace zaměřili na vhodnost Schweppesu pro konzumaci “jen tak“. Chceme spotřebitelům ukázat, že tonic je skvělý nejen pro přípravu koktejlů, ale výborně chutná i samotný. Je tak skvělou osvěžující volbou například na výlety, grilování nebo piknik,“* vysvětluje Fotrová.

Kampaň Schweppes odstartovala 1. května a bude probíhat až do konce léta. K této příležitosti připravila značka i nový televizní spot. Kromě klasických médií bude od června kampaň probíhat také v digitálním prostoru. *„Po úspěšném pilotu z loňského prosince letos spouštíme plnohodnotnou influencerskou kampaň. Mezi tvářemi podporujícími Schweppes na sociálních sítích se zařadí například Týnuš Třešničková, Tomáš Zástěra či Petr Havránek,“* doplňuje Fotrová.

Komunikace je zaměřena hlavně na podporu loňské novinky Schweppes Pink Tonicu a legendární klasiky Schweppes Indian Tonicu. Právě ten je po dlouhá léta spotřebiteli po celém světě vnímán jako synonymum tonicu a navazuje na bohatou a jedinečnou tradici započatou v roce 1783 zakladatelem značky a velkým inovátorem Jacobem Schweppem. Schweppes Indian Tonic je vyroben z těch nejkvalitnějších ingrediencí a chininu a obsahuje pouze 100% přírodní aromata.

Nealkoholické nápoje Schweppes jsou k dostání v běžné obchodní síti v PET lahvi ve formátech 0,5l, 1,5l a ve třetinkové plechovce. Ve skleněné lahvi o objemu 0,25l jsou k dispozici také ve vybraných gastronomických zařízeních.

**Nový televizní spot je ke zhlédnutí zde:**

<https://www.youtube.com/watch?v=NZElN9sGu4A>