

iPROSPECT

isobar

Capri-Sun

Paris, jeudi 15 avril 2021,

**iProspect & Isobar créent
la première campagne d'influence de Capri-Sun sur TikTok**



iProspect, l'agence media nouvelle génération et Isobar, l'agence d'expérience digitale du groupe dentsu, ont conçu ensemble la première campagne d'influence de Capri-Sun en France, à travers une opération avec TikTok, LE réseau social devenu incontournable.

A partir du 16 avril, Capri-Sun se lance sur Tiktok afin de se démarquer dans le milieu fortement concurrentiel du secteur des « boissons aux fruits plates ».

La marque a choisi en France iProspect & Isobar pour déployer le partenariat TikTok déjà mis en œuvre avec succès sur d'autres marchés afin d'atteindre le groupe cible des jeunes adultes.

Tiktok permet d'apporter de l'authenticité et du fun dans les communications des marques. La plateforme s'est donc révélée comme un choix pertinent pour partager le rôle de la marque Capri-Sun dans le quotidien des consommateurs qui est de leur apporter de la joie.

La campagne créée conjointement par iProspect et Isobar réaffirme le parti-pris, qui a toujours été celui de Capri-Sun depuis son lancement : proposer des boissons savoureuses, naturelles et sans additifs artificiels dans un packaging ludique et pratique qu'est la poche.

Les deux agences du groupe dentsu ont recommandé la plateforme TikTok pour toucher la cible des 15-34 ans à travers une dizaine d'influenceurs tels que Enzo Tais-Toi, JuniorTVine ou encore Yeux Ebènes réunis autour du hashtag #Caprizise.

Durant cette activation, les influenceurs sélectionnés posteront des vidéos courtes en utilisant un filtre Capri-Sun spécialement créé pour l'occasion, mettant en valeur son nouveau grand format : la poche 330ML. Ce filtre exclusif reprendra le packaging du produit Capri-Sun et modulera le corps des influenceurs dans un esprit fun.

Pour renforcer cette campagne, plusieurs leviers ont été activés en parallèle : un volet paid social, une campagne TV et un dispositif VOL.

Cette prise de parole devrait permettre à Capri-Sun de s'imposer sur son secteur en gagnant en notoriété et en considération. La campagne est le reflet de la nouvelle approche du groupe dentsu, et de ses agences iProspect et Isobar, qui allie construction de marque et d'image, tout en développant ses performances.

—

A propos de Capri-Sun

Créée en 1969, Capri-Sun est leader* sur le segment des boissons aux fruits plates mini-format en France. Depuis 50 ans, Capri-Sun a su s'imposer avec des recettes de qualité, simples et courtes, à base de jus de fruits et d'eau de source, sans colorant, sans conservateur, sans additif, sans arôme artificiel et sans édulcorant. Un succès qui repose aussi sur son iconique petite poche, pratique et résistante pour être emportée partout. Détenue par Capri Sun Group Holding en Suisse, Capri-Sun est vendue dans plus de 119 pays à travers le monde. Distribuée en France par Coca-Cola European Partners, Capri-Sun est disponible en GMS, en hors domicile et dans les enseignes de proximité. Plus d'informations sur <https://www.capri-sun.com/fr/>

**Nielsen, 2020, Total France volume et valeur*

A propos d'iProspect

iProspect (groupe dentsu) est une agence media omnicanale internationale. Le rapprochement unique entre la stratégie media et le storytelling avec l'expertise digitale et la connaissance des audiences permet de définir un nouveau territoire de communication centrée sur le branding et la performance. En proposant des solutions basées sur l'humain, iProspect accélère la croissance des marques les plus emblématiques au monde telles que Sonos, Accor, LG, Shiseido, Salomon, Levi's, Budweiser, Microsoft, et Cofidis. iProspect rassemble plus de 8000 spécialistes des médias et de la performance répartis dans 93 pays. En France, l'agence est dirigée par Emilie Rouganne.

[iProspect.com](https://www.iprospect.com) | [Facebook](https://www.facebook.com/iprospect) | [Twitter](https://twitter.com/iprospect) | [Linkedin](https://www.linkedin.com/company/iprospect)

À propos de Isobar :

Isobar est un réseau international présent dans 45 pays, qui accompagne les marques dans leur transformation digitale. Nous mettons notre créativité et notre technicité au service de leurs problématiques de sites et d'écosystèmes digitaux, de e-commerce, de communication digitale et de développement de nouveaux produits ou services. En 2019, Isobar a remporté plus de 250 prix créatifs, dont 7 Cannes Lions, et fait partie des Best Global Digital Expérience Agencies selon Forrester. En France, Isobar compte parmi ses clients principaux Air-France - KLM, Estée Lauder, Remy Cointreau, La Banque Postale et le Service d'Information du Gouvernement.

[Site isobar](https://www.isobar.com) - [Twitter](https://twitter.com/isobar) - [Facebook](https://www.facebook.com/isobar)

A propos de dentsu :

Quatrième groupe de communication mondial, dentsu est spécialiste de l'ensemble des métiers de la communication, allant de la stratégie de communication marketing et la performance digitale à la création de contenus, le conseil en stratégie média, le data management et l'événementiel.

En France, dentsu est composé de plusieurs grandes agences telles Carat, Isobar, iProspect ou dentsu X et réunit près de 1000 collaborateurs.

Pierre Calmard est Président du groupe en France et sur la zone MENA.

dentsu est présent dans 145 pays et compte près de 66 000 collaborateurs dans le monde.

www.dentsu.com | [Twitter](#) | [Facebook](#) | [Linked In](#) | [Instagram](#)

–

Contact dentsu communication groupe :

Louis Morales Chanard | Florine Fondadouze | Gregory Guyot | communication@dentsu.com