Coca-Cola veut toucher les consommateurs musulmans de France

16/10/2010 à 1h28

Coca-Cola réfléchit à l'introduction en France de boissons qui répondent aux goûts et aux besoins des populations musulmanes.

Segmenter par âge, par ethnie ou par sexe n'est qu'un outil pour mieux servir le consommateur.»

Coca-Cola brise un tabou. L'entreprise réfléchit à l'introduction en France de nouvelles boissons pour répondre aux goûts et besoins des populations musulmanes. Le leader des boissons rafraîchissantes sans alcool avec 47% de part de marché pourrait miser sur Fanta, sa quatrième marque sur le marché français derrière les Coca classic, light et zero. «Fanta est une marque surconsommée dans les quartiers où la population musulmane est présente», déclare Véronique Bourez, présidente de Coca-Cola France, qui s'appuie sur des statistiques presque point de vente par point de vente. Le groupe pourrait ainsi commercialiser Fanta au goût tropical, une boisson qui existe notamment en Belgique. Une saveur très appréciée, tout comme l'orange et le citron, en Afrique du Nord.

Coca-Cola planche également sur l'introduction en France de boissons remplaçant l'alcool, notamment en soirées. […]

Le Figaro