vinetur

Schweppes España vuelca su mayor campaña exterior en la costa que aporta el 70% de sus ventas estivales

Suntory refuerza en Madrid, Valencia y Alicante el vínculo con CITRESA, su planta de cítricos en Carcaixent

lunes 17 de agosto de 2026


SOBREELEVADO
actividad pública
El mejor
Refresco
de la Tierra
HECHO CON
ZUMO NARANJAS
MEDITERRANEAS
Schweppes
SABOREA EL TIEMPO
Schweppes

Suntory Beverage & Food Iberia ha activado este verano lo que la compañía define como su mayor campaña de publicidad exterior para la gama de cítricos de Schweppes. La acción se articula bajo el lema «El mejor refresco de la Tierra» y tendrá presencia en la costa mediterránea y en Madrid.

La campaña combina soportes de exterior con una pieza de FOOH, siglas de Fake Out Of Home, localizada en Valencia para su difusión en redes sociales. A eso se añade la rotulación integral de dos tranvías, uno en Valencia y otro en Alicante, con la imagen de Schweppes Naranja.

El eje de la iniciativa es el origen de los cítricos que utiliza la marca. Según explican desde Suntory Beverage & Food Iberia, Valencia ha sido elegida para el lanzamiento de la pieza digital porque en Carcaixent se encuentra CITRESA, la planta de concentrados del grupo en Europa.

En esas instalaciones se procesan cítricos mediterráneos, sobre todo naranjas y limones, para elaborar concentrados, zumos, pulpas, aromas y aceites esenciales. La empresa precisa que esa producción se exporta a más de 40 países, entre ellos España, para su uso posterior en distintas bebidas del grupo.

Mario García León, director de Marketing de Suntory Beverage & Food Iberia, sitúa el verano como un periodo central para Schweppes al concentrar el 25% de las ventas. Dentro de esos meses, añade, las comunidades de la costa mediterránea donde se difundirá la campaña reúnen el 70% de las ventas de la marca.

Con esas cifras, la compañía justifica una planificación publicitaria concentrada en zonas vacacionales y en mercados donde Schweppes reúne una parte muy amplia de su negocio estival. García León sostiene además que la campaña permite acercarse al consumidor y reforzar la relación de la marca con el territorio valenciano a través de CITRESA.

La presencia en Valencia y Alicante sitúa a la gama de cítricos en el espacio urbano durante los meses de verano, mientras Madrid figura como otro de los focos previstos en la campaña. La empresa busca ligar esa visibilidad al origen mediterráneo de su oferta de naranja y limón.

Suntory Beverage & Food Iberia forma parte de Suntory Beverage & Food Europe, la filial europea del grupo japonés Suntory. En España y Portugal fabrica y comercializa marcas como Schweppes, La Casera, TriNa, Sunny Delight y Joi.

Además, mantiene desde 2015 la distribución del porfolio de refrescos de PepsiCo en el canal de hostelería en España peninsular y Baleares. Desde 2026 también distribuye Celsius y fabrica y distribuye Dr Pepper en el canal de retail.

La empresa enmarca su actividad en la ambición de ser Water Positive en 2030, con medidas dirigidas a proteger y regenerar los recursos hídricos.