



Communiqué de presse

Le marché de la tisane se déploie à l'international

Provence d'Antan s'exporte sur la côte ouest des Etats-Unis

Vernègues, le 28 avril 2026 - Portée par l'attrait durable des consommateurs américains pour l'art de vivre à la française, Provence d'Antan, marque leader sur le marché des tisanes et infusions biologiques, accélère son développement aux États-Unis, avec un objectif clair : doubler son chiffre d'affaires sur ce marché d'ici les 12 prochains mois.

Dans un contexte où les produits français continuent de bénéficier d'une image d'excellence outre-Atlantique, les États-Unis s'imposent comme un levier de croissance stratégique pour les marques positionnées sur les segments du cadeau et de l'épicerie fine. Entre fascination culturelle, appétence pour les produits premium et recherche d'expériences authentiques, le marché américain offre un terrain particulièrement favorable à des marques à forte identité.

Spécialisée dans les tisanes biologiques inspirées des traditions provençales, Provence d'Antan s'inscrit pleinement dans cette dynamique. La marque propose des boissons aux mélanges de plantes aromatiques, mises en valeur par des packagings soignés inspirés de la Provence. Une approche qui séduit une clientèle américaine en quête de raffinement et d'évasion, et globalement moins sensible au prix final que les consommateurs européens.

Déjà implantée sur la côte Est, la marque **poursuit aujourd'hui son expansion vers la côte Ouest**, notamment à Los Angeles, afin de renforcer sa présence sur des zones à forte affinité culturelle avec la gastronomie française.

Fidèle à son positionnement premium, Provence d'Antan privilégie un développement sélectif, exclusivement en B2B. Ses produits sont distribués au sein d'épiceries fines, de concept stores et de boutiques spécialisées dans les

produits français, où la mise en scène, le conseil et l'expérience client jouent un rôle central. La marque s'appuie sur des partenaires spécialisés - *importateurs, distributeurs et enseignes haut de gamme* - afin de garantir une implantation cohérente et qualitative.

L'enjeu est d'**exporter sans dénaturer**. Conçus dès l'origine pour l'international, les produits respectent les exigences réglementaires américaines (USDA, FDA) sans nécessiter de transformation majeure. Seuls des ajustements ciblés sont opérés, notamment en matière de lisibilité des informations et de cohérence tarifaire.

Encore en phase de développement, le marché américain représente près de **1,5%** du chiffre d'affaires globale. D'ici un an, la marque prévoit de doubler son chiffre d'affaires avec une croissance annuelle estimée à **20 % sur les trois à cinq prochaines années**.

Sans recours à des financements externes à ce stade, cette stratégie repose sur des investissements ciblés et sur une structuration progressive du réseau de distribution. Une approche mesurée qui permet à Provence d'Antan d'affirmer une ambition claire : **s'ancrer durablement sur le marché américain tout en préservant l'intégrité de son identité et de son savoir-faire**.

À propos de Provence d'Antan

Provence d'Antan, marque provençale de référence et spécialisée dans les tisanes et infusions biologiques, a renforcé sa présence digitale avec le lancement d'un nouveau site e-commerce renforçant ainsi sa présence en ligne. La marque met l'accent sur des produits valorisant le terroir provençal. Avec un chiffre d'affaires de 8,3 millions d'euros en 2025, Provence d'Antan poursuit son développement stratégique et son ancrage territorial tout en affirmant ses ambitions sur la partie digitale.