

Fort de son succès en 2021, Suntory Beverage & Food France crée de nouveaux relais de croissance sur le segment des boissons énergisantes avec le lancement de la marque V Energy et une nouvelle offre de thé avec Oasis Ice Tea

Suntory Beverage & Food France affiche en 2021 une excellente dynamique à +6,1%¹ - quatre fois plus rapide que celle du marché à +1,6%¹ - et se positionne ainsi comme le premier contributeur à la croissance des boissons rafraîchissantes². Portée par ses marques historiques et emblématiques, le leader des boissons aux fruits aborde 2022 avec confiance et détermination et continue d'investir et d'innover pour faire grandir ses marques et ses activités durablement.

L'entreprise ambitionne de tirer la croissance du marché en allant à la conquête du segment en plein essor de l'énergie avec le lancement de la marque V Energy. Elle souhaite aussi accélérer sur le moment de l'apéritif avec Schweppes et renouvelle ses ambitions sur le marché du thé avec MayTea et une toute nouvelle offre à destination des familles au travers de sa marque Oasis. Pour ce faire, Suntory Beverage & Food France annonce un investissement de plus de 25 millions d'euros en 2022 pour ses quatre usines françaises.

Suntory Beverage & Food France tire la croissance du marché et consolide ses positions...

Le marché des boissons rafraîchissantes en France se porte bien en 2021 avec une croissance exclusivement tirée par la grande distribution (+1,6% en volume et +5,7% en valeur²) alors que la consommation en Hors Domicile reste impactée par la crise de la COVID-19, la météo de l'été et l'arrivée du pass sanitaire.

Dans cette dynamique, **Suntory Beverage & Food France s'est distinguée par d'excellents résultats lui permettant de gagner du terrain avec 0,7 point de parts de marché supplémentaires en volume en 2021¹**. Des résultats qui s'expliquent entre autres par l'affection que portent les Français à ses marques emblématiques que sont Oasis, Orangina et Schweppes. L'entreprise a, par ailleurs, été le premier investisseur média sur le marché des boissons rafraîchissantes.

... et entend accélérer ses investissements en France

Les performances de l'année 2021 confortent le leader des boissons aux fruits dans ses choix stratégiques. Et, produire en France est un engagement que Pierre Decroix, Directeur Général nommé en janvier dernier pour prendre les rênes de l'entreprise, entend poursuivre.

Ainsi, après avoir investi 180 millions d'euros ces 6 dernières années, l'entreprise annonce pour 2022 un nouvel investissement de plus de 25 millions d'euros destiné à renforcer les capacités de production de ses 4 usines françaises – basées à Donnery (45), à la Courneuve (93), à Meyzieu (69) et à Châteauneuf-de-Gadagne (84). «97% de nos boissons consommées en France sont produites en France. Cet investissement vise à accompagner les besoins de croissance de l'entreprise et contribue à pérenniser l'empreinte locale de Suntory Beverage & Food France qui emploie 1200 collaborateurs en France ».

¹ Source Nielsen – Total marché en volume à fin 2021

² Source Nielsen – Total marché à fin 2021

2022 sera une année marquée par de nouveaux relais de croissance, en matière d'innovation et de diversité, afin de répondre aux tendances des consommateurs à la recherche de plaisirs, de nouvelles saveurs et d'expériences inédites. « *Nous souhaitons aussi nous inscrire dans la continuité des bonnes relations que nous avons tissées avec nos clients sur les deux circuits – grande distribution et hors domicile – et dont je me réjouis. Notre volonté est de faire preuve d'agilité et d'adaptabilité, pour être toujours au plus près des besoins, et d'accompagner la relance du hors domicile.* » poursuit Pierre Decroix.

A la conquête de l'énergie avec V Energy !



Dès le mois de mai, Suntory Beverage & Food France débarque sur le segment très dynamique des Energy Drinks avec **le lancement d'une toute nouvelle marque : V Energy.**

Née il y a plus de 20 ans en Nouvelle-Zélande, V Energy se positionne aujourd'hui comme la marque leader de l'énergie en Océanie et dispose de nombreux atouts pour conquérir le cœur des Français.

V Energy se distingue en effet par une recette équilibrée, fruitée, rafraîchissante et pétillante plébiscitée par les consommateurs. A base de guarana et de taurine mais aussi de caféine et de vitamines B qui lui confèrent des vertus dynamisantes, V Energy propose une boisson avec 50% de sucre en moins que la moyenne des boissons sucrées.

V Energy se veut également singulière dans son positionnement et sa communication. Loin des codes traditionnels du segment des boissons énergisantes autour de la performance, **la marque souhaite incarner une énergie fun, positive et communicative pour séduire les 18-40 ans, hommes et femmes confondus, en quête de bonnes ondes.**

Son design vert vibrant et épuré quant à lui permettra de faire émerger V Energy en magasin (canette unitaire 25 cL et pack 4x25 cL) et sur le circuit de la consommation hors domicile (canette unitaire 25 cL).

Pour promouvoir cet état d'esprit « good vibes » et accompagner son lancement en France, la marque disposera d'une campagne de communication d'envergure en média et influence ainsi que d'animations et de moyens de visibilité massive en points de vente.

« L'énergie est le segment le plus porteur du marché avec des volumes qui ont doublé ces 5 dernières années³. Ce segment est pourtant loin d'avoir atteint tout son potentiel. Seuls 13% des foyers français consomment cette catégorie de boisson, un score bien inférieur à nos voisins européens⁴. Avec V Energy, nous souhaitons atteindre la 3^{ème} marche du podium des energy drinks d'ici quelques années », explique Pauline Varga, Directrice Marketing de Suntory Beverage & Food France.

Prix Marketing Conseillés :
Canette unitaire V Energy 25 cL : 1,05€
Pack V Energy 4x25 cL : 4,20€

³ Nielsen HMSM à fin 2021

⁴ Kantar à fin 2021

Une ambition renouvelée sur le marché du thé avec MayTea et Oasis

Si les boissons au thé sont devenues un segment majeur du marché avec un gain de 6 points de part de marché ces 10 dernières années⁵, elles n'en restent pas moins une catégorie à fort potentiel de croissance. Suntory Beverage & Food France l'a bien compris et souhaite **aller chercher la seconde place sur ce segment d'ici 2025 avec MayTea, la marque de thé infusé préférée des adultes⁴ et Oasis, la marque n°1 des familles consommée par une famille sur deux⁶.**



Oasis met son expertise des fruits au service du thé

En mai, Oasis part à l'assaut du marché du thé avec une offre inédite à destination des familles : Oasis Ice Tea saveur Pêche.

Proposée dans un tout nouveau format 1,5 L en grande distribution mais aussi en canette de 33 cL sur le circuit de la consommation hors domicile, **cette boisson rafraîchissante à l'extrait de thé noir – certifié Rainforest Alliance, sans colorant, sans conservateur, ni arôme artificiel – se présente comme l'une des recettes les moins sucrées du segment.**

Oasis, le leader des boissons aux fruits, souhaite ainsi séduire les familles avec **une recette gourmande au goût intense de pêche pour un plaisir décomplexé.**

Prix Marketing Conseillé :

Bouteille Oasis Ice Tea saveur Pêche 1,5 L : 1,79€

MayTea, l'expert du thé infusé premium, s'agrandit et s'engage sur toute sa chaîne de valeur

MayTea fait aujourd'hui figure de référence sur le marché des boissons au thé premium à destination des adultes avec **des recettes composées à 94% d'infusion de feuilles de thé, sans conservateur, sans colorant, sans arôme artificiel, sans édulcorant et faibles en calories avec 45% de sucres en moins que la moyenne des boissons sucrées.**

MayTea est également **une marque engagée en faveur de la biodiversité depuis la sélection de ses feuilles de thé certifiées Rainforest Alliance, jusqu'à sa production en France sur des sites neutres en carbone, en passant par un emballage plus responsable avec des bouteilles en plastique fabriquées à partir de matière 100% recyclée.** Cette année, la marque souhaite aller encore un cran plus loin et signe **un partenariat avec le Grand Parc Miribel Jonage**, le plus grand parc métropolitain français qui alimente l'agglomération lyonnaise en eau potable, afin de contribuer à protéger ses 2 200 hectares de nature préservée. **MayTea accompagnera également l'association La Sauge** pour inviter de façon ludique et pédagogique les citoyens à se reconnecter à leur alimentation et au cycle des saisons en promouvant la pratique régulière du jardinage.

⁵ Source Nielsen – HMSM en valeur - Années 2011 - 2021 en CAM P11 2021

⁶ Kantar Pénétration CAM P2 2022

Enfin, dès le mois d'avril, **MayTea proposera une bouteille 1,2 L en remplacement du format 1 L actuel**. Cette proposition plus généreuse, et au design plus moderne et plus impactant en rayon, sera déclinée sur toutes les recettes de la marque pour mieux répondre aux attentes des consommateurs.



Prix Marketing Conseillé :
Bouteille MayTea 1,2 L : 1,79€

Suntory Beverage & Food France fait pétiller l'apéritif à la maison avec Schweppes et Orangina

Après avoir lancé l'an dernier la version Pink de son iconique Indian Tonic et sa recette Ginger Beer aux notes épicées de gingembre en grande distribution, **Schweppes souhaite continuer de démocratiser l'apéritif raffiné à la maison**.

La marque proposera en magasin respectivement à partir de mai et juin **ses références incontournables Indian Tonic et Agrumes dans des bouteilles en verre conditionnées dans un nouveau pack 6x25 cL en carton**.



Prix Marketing Conseillé :
Pack Schweppes Indian Tonic et Schweppes Agrumes 6x25 cL : 4,50€

Si elle domine déjà très largement le segment très dynamique du tonic⁷, **la marque ambitionne aussi de devenir le leader européen sur le marché des premium mixers d'ici 3 ans avec sa gamme Schweppes Selection.** Déjà disponible en format 4x20 cL, **Schweppes Selection se déclinera dès le mois de mai en bouteille unitaire en verre de 45 cL** pour permettre à tous les aficionados de mixologie de reproduire chez eux les cocktails originaux aux saveurs délicates qu'ils ont pu découvrir dans les plus beaux établissements du circuit hors domicile depuis 2015.



Prix Marketing Conseillé :
Bouteille Schweppes Selection 45 cL : 2,59€



Prix Marketing Conseillé :
Pack Orangina 6x25 cL : 4,50€

De son côté, **Orangina relance cette année son format historique en magasin.**

La mythique petite bouteille ronde en verre à la surface granulée qui a largement contribué au succès de la marque débarquera **en juin dans les rayons de la grande distribution avec un pack en carton 6x25 cL.**

Une offre 100 % plaisir et responsable qui bénéficiera d'une belle visibilité médiatique en TV, affichage et presse, ainsi que dans les points de vente.

À propos de Suntory Beverage & Food France

Suntory Beverage & Food France, appartenant au groupe japonais Suntory, est leader des boissons aux fruits sur le marché français et a réalisé un chiffre d'affaires de 912 millions d'euros en 2021. L'entreprise s'appuie sur plus de 1200 collaborateurs passionnés par leur métier, qui font vivre des marques aussi incontournables qu'Orangina, Dasis, Schweppes, Pulco, Champomy ou encore MayTea. À base de fruits ou de plantes, pétillantes ou plates, au goût sucré ou amer, les boissons proposées par Suntory Beverage & Food France sont élaborées en France, avec 4 sites de production en s'appuyant sur une dynamique d'innovation continue portée par une R&D française. Suntory Beverage & Food France est attachée à promouvoir une activité et des modes de vie positifs et durables, dans le respect de l'environnement et des hommes.

Plus d'informations sur www.suntorybfe.com/france

Contacts Presse
TRENDS Paris

Olivia Bianchi - cbianchi@trends.paris - 06 60 65 86 46

⁷ Source Nielsen à fin 2021