

SUNTORY BEVERAGE & FOOD FRANCE POURSUIT SA CROISSANCE LONG TERME ET CONFIRME LA SOLIDITE DE SA STRATEGIE DANS UN CONTEXTE INCERTAIN

Neuilly-sur-Seine, le 15 février 2024– Suntory Beverage & Food France (SBFF), leader des boissons rafraîchissantes aux fruits, confirme sa place d'acteur incontournable du marché des soft drinks (3^e acteur vol/val) et enregistre une croissance continue depuis 2021 (+4,6% vol. et +22,4% valeur). En dépit du contexte inflationniste ayant entraîné une baisse générale de la consommation en France, les marques iconiques du groupe – Oasis, Schweppes, Orangina et Pulco – ont continué d'attirer de nouveaux adeptes tout en consolidant leur lien avec les consommateurs.

UNE ENTREPRISE ET DES MARQUES QUI RESISTENT EN DEPIT D'UNE CONJONCTURE VOLATILE

Dans un contexte de déconsommation, le marché des soft drinks s'est montré particulièrement résilient en étant la seule catégorie des produits de grande consommation à connaître une croissance en 2023 : +1,1% en volume UC (Unité de Consommation).

Suntory Beverage & Food France (SBFF) consolide ainsi sa position de **3^{ème} fabricant français de soft drinks en France**¹. **Aujourd'hui, 7 Français sur 10 achètent au moins une fois par an un produit de l'entreprise**². Ainsi, les marques de l'entreprise continuent de grimper dans le classement des marques de boissons au plus fort trafic (+5 places pour Orangina, +3 pour Oasis, Schweppes se maintient 3^e).

Si au premier trimestre 2023, SBFF a bénéficié d'une croissance plus rapide que le marché (+1,8% vol. vs. marché à -1,2%), lors des 2^e et 3^e trimestres, les ventes ont connu un fort ralentissement qui s'explique par trois facteurs exogènes : l'inflation générale, une météo défavorable et des effets de mécaniques catégorielles. SBFF a néanmoins retrouvé sa croissance au 4^e trimestre (+0,3 pts de gains de part de marché volume).

Hausse significative de la consommation hors domicile

La consommation des softs drink continue de progresser et retrouve son niveau d'avant crise : +9% par rapport à 2022 ; +8% par rapport à 2019. En 2023, SBFF a enregistré des performances significatives avec une hausse du chiffre d'affaires de +6,6% (vs. 2022) grâce à une augmentation des ventes (+3% vs. 2022 ; +29% vs. 2021) boostées par certaines innovations (telles que Oasis Ice Tea) ou des partenariats stratégiques (Oasis Tropical et Burger King, le circuit « Fast Food Hamburger » étant le premier contributeur à la croissance circuit +22,22%).

« 2023 a été une année particulièrement instable mais une année réussie. La force de notre triptyque stratégique, axé sur le partage des efforts entre les différents acteurs du secteur, nos investissements et notre bonne gestion, nous a permis de résister et de poursuivre notre croissance long terme. Bien que nos intrants principaux continuent de subir de fortes hausses de coûts, nous entamons l'année 2024 avec confiance tout en restant prudent compte-tenu du contexte incertain. » **déclare Pierre Decroix, Directeur Général de Suntory Beverage & France.**

¹Source : NielsenIQ

² Source: Kantar Worldpanel

SUNTORY BEVERAGE & FOOD FRANCE POURSUIT SA CROISSANCE DE LONG TERME ET CONFIRME LA SOLIDITE DE SA STRATEGIE

Avec une croissance continue en volume (+4,6% vs. 2021) et en valeur (+22,4% vs. 2021), SBFF a démontré en 2023 la solidité de sa stratégie et la popularité de ses marques qui ont toutes continué à attirer de nouveaux consommateurs.

L'année 2024 est abordée avec prudence par l'entreprise confrontée à la hausse du prix moyen du sucre (+57% entre 2022 et 2023) et l'explosion du prix de l'orange (+51% entre janvier et décembre 2023).

Au total, malgré une hausse des coûts subie sur deux ans représentant un an de profit, **SBFF a réussi à augmenter son chiffre d'affaires en 2023 : 1, 088 milliards d'euros en 2023 (+4,5% vs 2022).**

Fort du succès de sa stratégie et pour faire face au climat d'incertitudes, Suntory Beverage & Food France a décidé de maintenir son cap : poursuivre l'effort d'investissement pour moderniser son appareil productif (26 millions en 2024), développer ses marques phares (10 millions), et atteindre ses objectifs en matière d'emballages (100% RPET d'ici fin 2025) et d'amélioration nutritionnelle (baisse de la teneur en sucre totale des boissons de 25% entre 2015 et 2025).

CONTINUER DE RENFORCER CE QUI FAIT LE SUCCES DES MARQUES PHARES DU GROUPE : LA PROXIMITE, L'AFFINITE ET LE PLAISIR

Consciente que c'est l'attachement des Français à ses marques qui font le succès de Suntory Beverage & Food France, l'entreprise a décidé de renforcer le lien d'affinité entre ses produits et les consommateurs et de valoriser encore plus le plaisir qu'apporte ses boissons.

Forte de ses partenariats réussis en 2023 (Oasis x Jul et Orangina x Tour de France), **Suntory Beverage & Food France a décidé en 2024 de renouveler ses plateformes de marques iconiques et de capitaliser sur des partenariats qui ont prouvé leur succès et d'en nouer de nouveaux.**



Ainsi, Schweppes devient partenaire de l'émission Top Chef et renouvelle son partenariat entre Lillet et Schweppes Selection, Oasis prolonge sa collaboration avec Koh-Lanta, et Orangina sera de nouveau fournisseur officiel du Tour de France avec, entre autres, une nouvelle signature et de nouvelles éditions limitées.

Et continue d'innover et d'investir sur les leviers de croissance identifiés en :

- Améliorant les recettes existantes :
Nouvelle formule Oasis Tropical
5^{ème} baisse de sucre soit -38% depuis 2006
et -15% par rapport à la recette actuelle

Oasis Tropical
Mars 2024
PMC 2L: 2,10€*



Lançant de nouvelles références :

**Pulco à diluer saveur
Citron Gingembre (70cl)**
Avril 2024
PMC: 2,95€*



Oasis Ice Tea Mangue Passion
Mars 2024 : Hors Domicile en 33cl
Avril 2024: GMS en PET 1,5L
PMC: 1,79€*



Continuant de développer la gamme Schweppes sur l'apéritif

Schweppes Vir'gin Tonic Touche de Citron (1L)
rejoint la gamme Collection
Avril 2024
PMC : 1,79€*



Schweppes Selection Pomelo (45cl)
fait son entrée dans le circuit GMS
Avril 2024
PMC : 2,65€*



*PMC / Prix Marketing Conseillé. Le distributeur reste libre de fixer ses prix.

A 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 1,088 milliards d'euros en 2023. L'entreprise s'appuie sur 1300 collaborateurs passionnés par leur métier, qui font vivre des marques aussi incontournables que Orangina, Oasis, 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.suntorybeverageandfood-europe.com/fr-FR/france

Contact Presse

Agence Omnicom Public Relations Group :

Corentin Dubus

Corentin.dubus@omnicomprgroup.com / 06.02.12.60.69

Dylan Jullian

Dylan.jullian@omnicomprgroup.com / 06.18.89.56.73

Communication Externe

Suntory Beverage & Food France

Marina Perrier

marina.perrier@suntory.com - 06 71 64 23 99