

Suntory Beverage & Food France et Carrefour signent un SLBP (Sustainable Linked Business Plan) pour accélérer la transition durable des boissons sans alcool

Convaincus que la transition environnementale est un accélérateur de performance, Suntory Beverage & Food France (SBFF) et Carrefour ont officiellement signé, mardi 9 décembre 2025, un accord de partenariat lié à la durabilité, le **Sustainable Linked Business Plan (SLBP)**: un accord extra-financier complémentaire au cadre des relations commerciales et qui formalise une trajectoire commune jusqu'en 2030 autour de trois grands enjeux :

1. **Les emballages** afin de réduire l'impact environnemental du plastique et accélérer l'éco-conception des produits fabriqués par Suntory Beverage & Food France (boissons des marques Schweppes, Oasis, Orangina, Pulco, MayTea, Champomy)
2. **Le transport** afin de réduire les émissions carbone sur l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement entre les usines de Suntory et les magasins Carrefour
3. **La transition alimentaire** pour accompagner l'évolution des usages et des attentes consommateurs vers des boissons moins sucrées

Cet accord établit une vision partagée à long terme, concrétisée par des objectifs chiffrés et mesurables et des rendez-vous et bilans réguliers. En cohérence avec la feuille de route de développement durable de Suntory Beverage & Food France, le partenariat repose sur une approche structurée, capable de faire émerger et d'accélérer des projets concrets.

« Ce SLBP nous permet d'inscrire nos engagements dans un cadre long terme partagé avec Carrefour, en cohérence avec notre trajectoire de décarbonation et de transformation durable. Il nous donne la capacité d'accélérer des projets concrets d'innovation en matière d'emballages, de transport et de transition alimentaire, au plus près des attentes de nos consommateurs, de nos clients et des enjeux d'un marché en pleine évolution. », déclare **Alexis Daems, Directeur Général de Suntory Beverage & Food France**.

“Le SLBP est un levier essentiel pour accélérer la transformation de notre offre en faveur de la transition alimentaire pour tous. Cet accord que nous signons aujourd'hui avec Suntory Beverage & Food France répond pleinement à cette ambition et s'inscrit dans la droite ligne de plusieurs engagements clés pris par Carrefour pour réduire le plastique de ses emballages ou encore diminuer le sucre dans ses produits.”, **Carine Kraus, Directrice de l'Engagement du Groupe Carrefour**.



Mickaël Cornilleau - Directeur Commercial Grande Distribution Suntory Beverage & Food France, Valentine Noury - Directrice Développement Durable et Affaires Extérieures Suntory Beverage & Food France, Stéphane Pierrefeu - Directeur RSE Fournisseurs Carrefour

Un partenariat qui répond aux grandes transformations du marché, aligné avec la stratégie emballages durables de Suntory Beverage & Food France

Le volet emballage constitue l'un des défis les plus importants pour les acteurs de la boisson. Dans le cadre du SLBP, Suntory Beverage & Food France et Carrefour structurent une trajectoire commune autour de leviers concrets qui se traduisent par :

- La réduction de près de 520 tonnes de plastique*
- L'intégration de 100 % de plastique recyclé (corps de bouteille) sur l'ensemble du portefeuille de marques Suntory

Cette trajectoire tient compte du travail déjà mis en œuvre par Suntory, à la fois sur la réduction de plastique à travers des initiatives engagées sur la consigne pour réemploi, et sur l'intégration de plastique recyclé puisque l'entreprise en incorpore déjà au moins 85% sur ses bouteilles Oasis, Schweppes, Pulco et MayTea.

« Avec ce programme, nous créons avec Carrefour les conditions propices à l'expérimentation et à la transformation des modes de consommation. Sur le terrain, cela signifie la possibilité d'éprouver des projets d'innovation ambitieux » souligne **Mickaël Cornilleau, Directeur Commercial Grande Distribution Suntory Beverage & Food France**.

LA SIGNATURE DE CET ACCORD SE TRADUIT PAR LE LANCEMENT D'UN PROJET TRANSFORMATIONNEL INNOVANT EN MATIÈRE D'EMBALLAGE

Le principe ? Regrouper et moins emballer c'est possible !

De janvier à mai 2026, Suntory Beverage & Food France mènera un test grandeur nature dans 10 points de vente bretons de l'enseigne, en magasin et en drive, visant à proposer les canettes de ses marques iconiques Oasis, Orangina, Schweppes à l'unité sans film plastique de regroupement.

Il s'agit d'une nouveauté en termes de comportements d'achat qui laisse le choix au consommateur de sélectionner les boissons qui constitueront son lot de 6 canettes. Ce concept permet ainsi de passer d'un lot physique « imposé » à un lot virtuel, décidé par le consommateur lui-même.

L'objectif à terme ? À l'issue du test Suntory étudiera la possibilité d'un déploiement du projet sur l'ensemble des magasins de l'enseigne pour un potentiel d'économie de 53 tonnes de plastique, évitant ainsi 125 tonnes d'équivalent CO₂.

Ce pilote constitue un signal fort : il explore un modèle radicalement différent et innovant de mise en marché des boissons. Car, au-delà de sa vocation à étudier une solution vertueuse en matière de réduction de plastique, ce test va permettre d'éclairer les comportements d'achat, les usages, la lisibilité des offres en rayon et la capacité opérationnelle des magasins à supporter cette transformation.

« Ce projet représente un pas important pour Suntory Beverage & Food France : il s'agit d'une solution innovante et disruptive, qui sort des standards du marché et qui implique forcément de prendre un risque, notamment en termes d'adhésion consommateurs et d'organisation. » déclare **Sophie de Guigné, Marketing Manager Emballages Durables, Suntory Beverage & Food France**. « C'est précisément ce type d'expérimentation courageuse qui nous permet d'avancer vers nos ambitions 2030 et de participer à réduire, à terme, l'impact de nos emballages » ajoute **Valentine Noury, Directrice Développement Durable et Affaires Extérieures Suntory Beverage & Food France**.

Sur les autres volets de l'accord, la trajectoire Suntory Beverage & Food France est déjà en route pour réduire l'impact du transport et accompagner la transition alimentaire

Au-delà du volet emballages, le SLBP fixe deux autres objectifs de durabilité: **le transport et la transition alimentaire.**

Parce que la décarbonation logistique constitue une priorité pour Suntory Beverage & Food France et Carrefour, les deux entreprises ont défini un objectif commun de -12 % d'émissions de CO₂* liées au transport des produits Suntory vers les entrepôts Carrefour d'ici 2030. Ce projet ambitieux se traduira par la mise en place de solutions de transport alternatives telles que le recours au biométhane ou à l'électrique afin de faire évoluer la moitié des flux réalisés entre les sites de Suntory et Carrefour vers des transports plus durables.

En parallèle, le partenariat s'inscrit aussi dans l'accompagnement des consommateurs vers une transition alimentaire, en cohérence avec la trajectoire de Suntory Beverage & Food France initiée depuis près de vingt ans. Depuis 2006, l'entreprise a engagé une politique de réduction du sucre, avec des résultats significatifs : **39% des volumes de l'ensemble de son portefeuille contient moins de 5g de sucre pour 100ml. À titre d'exemple, l'une de ses boissons iconiques, Oasis Tropical, a connu une baisse de 38% de sucre vs 2006**, sans recours aux édulcorants. Les objectifs 2030 fixés par cet accord visent 65% de volume des ventes des boissons SBFF contenant moins de 5g de sucre pour 100ml au sein du groupe Carrefour. Cet engagement acte ainsi la continuité et l'accélération de la stratégie de l'entreprise pour répondre à l'évolution des usages et des attentes consommateurs en faveur de boissons moins sucrées.

*Base 2025

A propos de Suntory Beverage & Food France

Suntory Beverage & Food France, qui appartient au groupe japonais Suntory, produit et commercialise des boissons aux fruits sur le marché français avec des marques telles qu'Orangina ou Schweppes. Avec un chiffre d'affaires d'environ 1 milliard d'euros en 2024, l'entreprise compte près de 1300 collaborateurs en France et 4 sites de production.

www.suntorybeverageandfoodeurope.com/fr-FR/france/

Pour plus d'informations sur les engagements et actions RSE de Suntory Beverage & Food France, le dernier rapport Développement Durable est disponible sur <https://suntorybeverageandfood-europe.com/media/xwrc0hvs/rapport-rse-sbff-2024.pdf>

Contact Presse

Omnicom Reputation Group

Clementina Tafuri
clementina.tafari@omc.com 06 85 42 37 45

Communication Externe

Suntory Beverage & Food France

Marina Perrier
marina.perrier@suntory.com 06 71 64 23 99