

SUNTORY
BEVERAGE & FOOD FRANCE

Réinventons
le monde
des boissons





Vers un modèle d'avenir plus durable



Pierre Decroix
Directeur Général
de Suntory Beverage
& Food France

Alors que nous avons été frappés pour la deuxième année consécutive par la pandémie de COVID-19, **2021 est pour Suntory Beverage & Food France marquée par la recherche de plaisir de nos consommateurs.**

C'est aujourd'hui leur première motivation en matière d'achat de boissons et, dans ce contexte, notre entreprise a eu la chance de bénéficier d'une **croissance quatre fois plus rapide** que celle du marché !

C'est dans cette exceptionnelle dynamique que j'ai eu l'honneur de rejoindre l'entreprise en janvier 2022 et je souhaite avant tout remercier nos 1 263 collaborateurs français qui ont su conjuguer leurs talents et leurs efforts pour répondre présents, malgré la situation.

Nous disposons d'atouts différenciants en France, notamment nos marques emblématiques, Oasis, Orangina et

Schweppes, notre centre de R&D à Neuilly-sur-Seine et notre outil industriel français – à La Courneuve (93), à Meyzieu (69), à Donnery (45) et à Châteauneuf-de-Gadagne (84) – qui produit 97 % des boissons que nous commercialisons. Mais **je retiens aussi la culture si particulière de ce groupe familial japonais qu'est Suntory.** Sa capacité à regarder plus loin que le court-terme et sa volonté à avoir un impact positif sur son écosystème.

Parce qu'au-delà de notre croissance commerciale, nous voulons être **une entreprise qui grandit pour le meilleur de tous** (une « Growing for Good* » compagnie). Nous recherchons l'harmonie entre la nature et l'homme ; et cet engagement est synonyme de devoirs, à l'égard de nos consommateurs, de nos clients, de nos collaborateurs, de la planète et plus généralement de la société avec laquelle nous interagissons.

Parmi nos priorités, l'amélioration continue de nos recettes, avec par exemple la réduction de 27 % du sucre en 15 ans et la décarbonation de nos activités. Nous visons la neutralité carbone d'ici à 2050 et, si nous sommes dans une dynamique de réduction continue de nos émissions de CO₂, nous devons aussi améliorer l'empreinte de nos emballages. Nous militons pour des **emballages plus durables et plus circulaires**, des emballages qui sont **collectés et recyclés** et nous allons jusqu'à viser des bouteilles faites de PET 100 % recyclé d'ici 2025. Naturellement, l'autre enjeu pour nous est la préservation de l'eau alors que la sécheresse nous rappelle à nouveau la fragilité climatique dans laquelle nous sommes.

C'est tout un état d'esprit et des valeurs qui en découlent. Je remercie tous ceux qui donnent vie à notre ambition, tous nos partenaires qui nous aident à relever ces défis et à saisir les opportunités.

* Croissance durable et responsable



Suntory, un pionnier visionnaire

Le groupe familial Suntory partage avec sa filiale française Suntory Beverage & Food France son esprit pionnier ainsi que des valeurs d'entrepreneuriat et de respect de son écosystème. Avec pour philosophie depuis le XIX^e siècle de « créer l'harmonie avec l'Homme et la Nature », Suntory est une source d'inspiration constante pour Suntory Beverage & Food France.

UN PIONNIER À LA DEVISE AUDACIEUSE : YATTE MINAHARE (ALLONS-Y !)

L'histoire de Suntory débute à la fin du XIX^e siècle, lorsque Shinjiro Torii ouvre sa première boutique à Osaka. Il commence par fabriquer du vin de porto. Les affaires sont florissantes. En 1924, Torii donne naissance à la première distillerie de whisky du pays, et malgré les succès du début, Torii connaît aussi des échecs. Après quelques années incertaines, Suntory lance le fameux whisky Kakubin (« bouteille carrée » en japonais) : un succès. **De son audace persévérante, le groupe forge une devise : Yatte Minahare (« Allons-y ! »).**



UNE VISION PRÉCURSEUR DE LA RSE : CRÉER L'HARMONIE AVEC L'HOMME ET LA NATURE

Depuis ses origines, la philosophie de Suntory consiste à créer l'harmonie avec l'Homme et la Nature. Aujourd'hui, la vision du groupe, « Growing for Good », reflète cette mission qui relie l'humain et la nature dans un esprit d'harmonie et qui guide son développement dans le monde entier.

L'EAU, SOURCE DE VIE ET D'INSPIRATION

Suntory est également un acteur engagé dans la préservation de l'eau et sa gestion durable avec le concept de « **Mizu to Ikiru** » (littéralement « **donner vie à l'eau** »). Au-delà de l'aspect environnemental, l'eau prend vie dans nos boissons en lui donnant plus de couleurs, de goût, et en la positionnant comme l'ingrédient central de nos recettes.



SUNTORY, UN LEADER MONDIAL NÉ AU JAPON

Fondée en 1899, c'est la plus ancienne société de fabrication et de distribution de boissons du Japon et, aujourd'hui, un leader international dans ce domaine.

Suntory emploie plus de **40 000 collaborateurs** à travers le monde. Le groupe compte 285 entreprises dont 92 en Europe.

- **20,4 milliards de dollars de chiffre d'affaires** en 2021.
- **56 % de l'activité de Suntory concerne l'alimentation et les boissons non alcoolisées**, 34 % les bières, vins et spiritueux, 10 % d'autres secteurs d'activité.



Suntory Beverage & Food France secoue le marché des boissons aux fruits et aux plantes

En 2009, Orangina Schweppes est racheté par le groupe familial japonais Suntory, acteur majeur des boissons rafraîchissantes dans le monde. En 2011, le groupe rachète aussi l'Européenne d'Embouteillage. En 2015, les deux entreprises se rassemblent sous la même bannière pour former Orangina Suntory France qui s'appelle désormais Suntory Beverage & Food France depuis 2020. Numéro 1 sur le marché des boissons aux fruits, Suntory Beverage & Food France n'est pas du genre à s'appuyer sur de vieilles recettes... et sait faire bouger les lignes !

N°1

des boissons aux fruits en France

6 marques phares

Leader du marché hors-colas avec 32,5 % de parts de marché*

18,2 % de parts de marché des boissons rafraîchissantes*

912 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2021

NOTRE HISTOIRE : ORANGINA FRUIT DU SOLEIL MÉDITERRANÉEN

Pour raconter l'histoire d'Orangina, il faut remonter en 1935 lorsque Monsieur Léon Beton fait la connaissance du Dr. Trigo, un pharmacien espagnol, lors de la grande foire de Marseille.

Ce dernier avait inventé une formule à base de concentré et d'huiles essentielles d'orange. Convaincu par son potentiel, Beton a l'idée de créer une boisson prête à boire mêlant dans une bouteille, du concentré de jus, de la pulpe d'orange, des huiles essentielles et de l'eau légèrement gazéifiée.

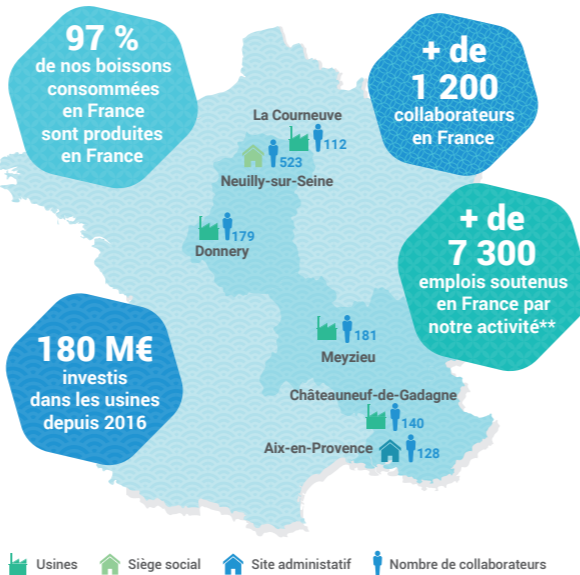
Il lance une entreprise qui sera reprise par son fils dont le succès dépasse rapidement les rives de la Méditerranée. La silhouette de la petite bouteille ronde, sa pulpe à secouer et sa fraîcheur caractéristiques deviennent des icônes : Bernard Villemot, Jean-Jacques Annaud et Alain Chabat l'immortalisent. Et la saga n'a pas fini de secouer les esprits !

* Nielsen – Total Univers – en valeur à fin 2021

** Source : Étude Utopies 2016

UNE ENTREPRISE ENGAGÉE DANS LE MADE IN FRANCE

Nos racines et nos emplois sont en France. Cela compte pour nous mais aussi pour les régions dans lesquelles nous sommes implantés et les activités que nous soutenons autour de nous.



Des marques incontournables

Par leurs personnalités, nées de leurs recettes aux fruits ou aux plantes, nos marques ont construit des histoires avec leurs consommateurs au fil des générations jusqu'à aujourd'hui : Orangina, Oasis, Pulco, Schweppes, Champomy et MayTea. Et aussi V Energy, Pampryl, Gini, Canada Dry, Ricqlès et Brut de Pomme.



I like it like that*

Depuis son lancement en 1783, Schweppes séduit les consommateurs adultes à la recherche de boissons au goût unique et raffiné, et d'expériences de consommation premium.

* C'est comme ça que je l'aime

** Rejoins la fête Champomy !



C'est meilleur quand c'est secoué !

Créée en 1936, la célèbre boisson pétillante française à base d'oranges ne cesse de surprendre ses consommateurs par sa personnalité unique et ses communications secouées.



Pour un monde encore + fruiiiiiit

Lancée en 1966, la marque est le leader des boissons aux fruits plates en France. Oasis, c'est des fruits, de l'eau de source et du fun.



L'art du thé glacé

Lancée en 2016, la marque propose une nouvelle génération de boissons pour adultes : le thé infusé glacé. MayTea est un équilibre parfait, entre les notes fruitées et la saveur subtile de l'infusion de thé, entre gourmandise et plaisir, légèreté et bien-être. Une boisson faite à base de 94 % de véritable infusion de feuilles de thé, certifiées Rainforest Alliance.



Pulco, tout simplement

Créée en 1973, la marque experte du citron propose des concentrés de fruits à diluer selon les envies et de délicieuses citronnades prêtes à boire plates ou pétillantes, disponibles en différentes saveurs. Plaisir et bien-être garantis en toute simplicité.



Join the Champomy party!**

Depuis 1989, la marque met de l'ambiance dans les goûters d'enfants, grâce à sa gamme à base de jus de pomme pétillant, labélisé « 100 % Pommes de France », sans conservateur et sans colorant.



Dans nos boissons, plaisir et naturalité coulent de source

Nos marques sont nées pour offrir à nos consommateurs des moments de plaisir rafraîchissants. Suntory Beverage & Food France les fait progresser vers un même objectif : proposer des recettes plus naturelles et toujours moins sucrées.

Apporter à l'eau le meilleur de la nature

LE MEILLEUR DES FRUITS ET DES PLANTES

Pommes, oranges, citrons, fruits rouges ou fruits exotiques... Pour les trouver, nous sélectionnons des vergers et des plantations dans le monde entier, là où ils sont les meilleurs : en Amérique du Sud, en Espagne, en Afrique du Sud, ou encore en France.

Les fruits et les plantes contenus dans nos boissons sont tous cultivés selon un mode de production exigeant : **sélection de variétés de plants non OGM, respect du cycle des saisons, cueillette à maturité, pressage des fruits dans les 24h qui suivent la récolte...** Dans chacune de nos boissons, ils révèlent ainsi toute leur quintessence : un goût et un plaisir intenses.

DE L'EAU DE SOURCE

Nos boissons Oasis et Pulco contiennent de l'eau de source. Cette eau, pouvant être bue dans son état naturel, est mise en bouteille directement à la source.



95 %
de nos références (en volume) ne contiennent ni arôme, ni colorant artificiels

Trois de nos sites de production sont situés près de sources naturelles préservées : la Source des Ormes à Donnery, la Source des Noisetiers à Meyzieu et la Source des Oliviers à Châteauneuf-de-Gadagne.

DES ARÔMES ET DES COLORANTS NATURELS...

Nous nous efforçons de réduire l'utilisation d'arômes et de colorants. Lorsque ces derniers sont toutefois nécessaires, nous les préférons d'origine naturelle.

Notre ambition
Tendre vers
100 %
de boissons sans colorant ni arôme artificiel

Moins de sucres, mais toujours autant de plaisir

UNE RECHERCHE CONTINUE POUR DES BOISSONS DE MOINS EN MOINS SUCRÉES

Depuis près de 15 ans, Suntory Beverage & Food France a clairement affiché son ambition de proposer des produits moins sucrés et a déjà réduit significativement la teneur en sucres de ses boissons avec sucres ajoutés.

Lorsque cela était possible, nous avons privilégié les baisses de sucres régulières sans remplacement par des édulcorants afin d'habituer progressivement le palais des consommateurs à des goûts moins sucrés, sans pour autant délaissé le plaisir. À titre d'exemple, nous avons rénové en 2021 la recette d'Oasis Tropical qui a ainsi vu sa teneur en sucre baisser une nouvelle fois de 5 %. Depuis 2006, cette recette a ainsi bénéficié de 4 baisses progressives sans remplacement par des édulcorants, pour une réduction totale de 27 % de sa teneur en sucre.



DES INNOVATIONS QUI OFFRENT DES ALTERNATIVES MOINS SUCRÉES

Nous développons également des boissons moins sucrées que la moyenne du marché. Pulco Citronnade et MayTea ont une teneur en sucre inférieure de 45 % à la moyenne des boissons sucrées du marché et sans édulcorant.

UN CHOIX CIBLÉ D'ÉDULCORANTS

Pour certaines boissons destinées aux adultes, nous avons fait le choix de réduire le sucre en le remplaçant par des édulcorants. C'est le cas de la gamme Schweppes pour laquelle nous avons réduit les sucres ajoutés de 44 % en les remplaçant par du sucralose et de l'acésulfame K (de préférence à l'aspartame, sujet à controverse).

-10 %

de sucre en moyenne sur l'ensemble de nos boissons par rapport à 2015

OBJECTIF
2025

-25 %

de sucre en moyenne sur l'ensemble de nos boissons par rapport à 2015



De l'air, les gaz à effet de serre !

Dans nos usines, nous œuvrons au quotidien pour limiter au maximum nos émissions de gaz à effet de serre. En parallèle, nous mobilisons nos partenaires et fournisseurs pour limiter l'empreinte carbone de nos boissons. Des vergers jusqu'au verre, nous travaillons à améliorer nos processus afin de minimiser l'impact environnemental de notre chaîne de valeur.

Nous poursuivons notre trajectoire de réduction des émissions de gaz à effet de serre

LA RÉDUCTION DES ÉMISSIONS DANS NOS USINES

Pour rendre nos activités industrielles plus propres et plus durables en consommant moins d'énergie, notre entreprise a investi plus de 180 millions d'euros depuis 2016 afin de transformer son outil de production. Nous avons ainsi réduit de 15,5 % nos émissions de CO₂ dans nos usines (scopes 1 et 2 en valeur absolue) par rapport à 2019.

Nous limitons notre consommation d'énergie sur nos 4 sites de production :

- Tous nos sites sont certifiés ISO 14001 (management environnemental).

- **Approvisionnement en électricité verte** : depuis 2016, 100 % de l'électricité consommée dans nos usines est issue de sources renouvelables (grâce à un contrat souscrit avec le fournisseur EDF, garantissant l'origine renouvelable de l'équivalent de nos consommations).
- **Système de management environnemental** : les audits énergétiques menés dans le cadre de la certification ISO 14001 des usines nous ont permis d'identifier des pistes pour continuer à optimiser notre consommation d'énergie.
- **Performance énergétique** : des investissements importants d'optimisation énergétique ont été réalisés, notamment par l'achat d'équipements moins énergivores.
- **Intégration thermique** : 500 000 euros ont été investis depuis 2018 pour créer des boucles thermiques.
- **Mobilisation des collaborateurs** : dans l'esprit d'une démarche d'amélioration continue, nous sensibilisons nos collaborateurs et les impliquons dans des actions concrètes d'amélioration qui nous permettent de réduire notre consommation sur les différents sites.



LA COMPENSATION DES ÉMISSIONS RESTANTES

Depuis 2020, les émissions restantes de nos sites (scopes 1 et 2) sont compensées grâce au projet Floresta de Portel qui contribue à lutter contre la déforestation de l'Amazonie dans le nord-ouest du Brésil.

Réduire l'empreinte carbone sur l'ensemble de notre chaîne de valeur

AVEC NOS FOURNISSEURS, UN APPROVISIONNEMENT RESPONSABLE

Afin de préserver les ressources naturelles et la biodiversité locale, nous travaillons main dans la main avec nos fournisseurs à l'amélioration continue des pratiques pour une agriculture plus durable et toujours plus respectueuse de l'environnement. **Notre guide de bonnes pratiques pour un approvisionnement en fruits responsables encourage nos fournisseurs à investir dans des outils de production moins énergivores et des technologies moins émettrices de CO₂.** Le recours aux énergies renouvelables est encouragé auprès de nos producteurs, afin que leurs pratiques industrielles contribuent à réduire l'impact environnemental de ces activités. **En 2021, 100 % de nos fournisseurs de fruits sont toujours signataires de ce guide.**

*La norme euro a été mise en place par l'Union européenne en 1988 pour les véhicules lourds (norme euro 0 à vi), afin de limiter les émissions de polluants liées aux transports routiers (www.ecologie.gouv.fr).

NOTRE ENGAGEMENT DANS LE TRANSPORT DE NOS BOISSONS

Le transport routier de marchandises a un fort impact environnemental, il est notamment vecteur d'émissions de gaz à effet de serre. Afin de minimiser ces impacts, nous nous sommes fixé l'objectif de réduire d'ici 2030 les émissions de CO₂ liées au transport de nos boissons vers nos clients de 30 % par rapport à 2019.

Pour y parvenir, nous travaillons notamment à la rationalisation de notre modèle logistique en suivant trois axes :

- l'homogénéisation des formats de nos bouteilles afin que chacune de nos usines soit en mesure de les produire
- l'optimisation du nombre d'entrepôts dans l'optique d'un meilleur maillage territorial
- l'accompagnement de nos transporteurs dans le long terme afin de garantir un meilleur taux de remplissage de nos camions et de moderniser les parcs de véhicules aux normes Euro VI 6*.



- 15,5 %
d'émissions de CO₂
(scopes 1 et 2 en
valeur absolue) par
rapport à 2019

OBJECTIF
2030

- 50 %
d'émissions de CO₂
sur nos sites de production
(scopes 1 et 2 en valeur
absolue) par
rapport à 2019

OBJECTIF
2030

-30 %
d'émissions de CO₂ sur
l'ensemble de la chaîne
de valeur (scopes 1,2 et
3 en valeur absolue) par
rapport à 2019



Une stratégie d'emballages durables

Nous nous sommes engagés à réduire l'impact environnemental de nos emballages de boissons en limitant d'une part la consommation de ressources pour leur fabrication et de l'autre en évitant que ces derniers ne deviennent des déchets. Notre défi est aussi de contribuer à l'émergence de l'emballage de demain, caractérisé par une empreinte carbone minime tout en répondant aux diverses exigences réglementaires et aux attentes de nos consommateurs.

Rendre le plastique plus durable

Nous travaillons depuis plusieurs années à diminuer l'impact du plastique de nos produits, notamment en généralisant l'emploi du PET recyclé : si nous incorporons en moyenne 22 % de PET recyclé dans nos bouteilles en plastique, ce pourcentage peut aller jusqu'à 100 % pour certains de nos formats et marques, comme MayTea.

En 2025, toutes nos bouteilles en plastique intégreront 100 % de PET recyclé. Autrement dit, notre entreprise s'engage à ne plus utiliser de PET vierge issu de ressources fossiles (pétro-sourcées) pour développer des bouteilles en plastique.

Ce plastique plus durable permettra également une diminution significative des émissions de CO₂ par rapport à la fabrication de bouteilles en plastique vierge. Nous travaillons également avec des entreprises innovantes comme Carbios, qui a développé une technologie de rupture permettant de recycler à l'infini le PET à partir d'enzymes, ou encore Anel-

otech, avec qui nous avons développé un premier prototype de bouteille en PET 100 % végétal.

En parallèle, nous concentrons nos efforts sur l'invention du packaging de demain, qui remplacera la bouteille en plastique tout en conservant autant que possible les avantages du PET (léger, protecteur, faiblement émissif en carbone).



22 %

de plastique recyclé intégré en moyenne dans nos bouteilles

OBJECTIF 2025

100 %

de PET recyclé dans toutes nos bouteilles

Moins d'emballages

Nous poursuivons nos efforts de réduction du poids global de nos emballages : nous diminuons le poids des emballages primaires, réduisons nos emballages secondaires et les supprimons lorsque cela est possible.

Nous avons ainsi réduit de 18,5 % le poids de nos bouteilles plastiques depuis 2006.

En 2021, nous avons également poursuivi notre travail sur l'emballage secondaire avec une avancée notable sur nos différentes marques, en réduisant la quantité de carton utilisée. Des projets similaires sont à venir pour nos films en plastique.

-18,5 %

du poids des emballages PET entre 2006 et 2021

* www.voustrieznousrecyclons.com

Agir jusqu'à la fin de vie

100 % de nos emballages primaires sont recyclables. Malheureusement, tous ne sont pas recyclés. Dès lors, Suntory Beverage & Food France s'associe à CITEO* dans des campagnes de sensibilisation au geste de tri.

Notre entreprise oriente également les consommateurs au bon geste de tri des emballages de ses boissons par l'info-tri disponible sur l'ensemble de ses contenants.

Depuis 2019, nous allons plus loin en apposant progressivement le pictogramme « 100 % recyclable » sur les bouteilles en plastique de toutes nos marques et la mention « Métal recyclable à l'infini » sur les canettes que nous commercialisons.

Depuis 2020, nos marques ont également intégré dans la plupart de leurs publicités une incitation au geste de tri des emballages.

Enfin, les bouteilles distribuées en CHR (Cafés, Hôtels, Restaurants) sont en verre, et le plus souvent consignées. Elles ont en moyenne jusqu'à 10 cycles d'utilisation avant d'être recyclées.





Préserver l'eau en toute transparence

L'eau est une ressource vitale pour la planète et ses habitants, et elle se raréfie. Elle est pour Suntory Beverage & Food France une matière première précieuse, que nous utilisons dans nos recettes et pour faire fonctionner nos usines : nous travaillons à l'économiser et la protéger.

Réduire notre consommation d'eau

L'eau, nous l'utilisons dans nos recettes mais aussi pour faire fonctionner et nettoyer nos outils industriels. Conscients des enjeux majeurs autour de cette ressource essentielle, nous veillons à la gestion et à la protection de l'eau à chaque étape de la production.

Nos 4 usines d'embouteillage sont certifiées ISO 14001, et répondent à des normes strictes de maîtrise de l'eau.

Nous progressons dans notre maîtrise de cette ressource, notamment grâce à la rénovation de nos installations. En 2021, nous avons proposé de nouvelles initiatives comme l'optimisation des circuits de nettoyage à La Courneuve, le renouvellement des installations de traitement de l'eau, la mise en place d'un procédé de rinçage des canettes à Donnery et Châteauneuf-de-Gadagne ou encore l'installation de démanganiseurs sur nos 4 sites français.

Nous travaillons également à recycler l'eau consommée. L'eau de lavage des bouteilles en verre consignées est ainsi réutilisée pour nettoyer les surfaces des usines.

Nous accompagnons aussi nos équipes pour optimiser la consommation d'eau, grâce à des animateurs QHS (Qualité, Hygiène, Sécurité) quotidiennement en charge de la sensibilisation des collaborateurs. De plus, la consommation du site est affichée au sein de chaque usine.



-19%

de consommation d'eau
par litre de boisson
produite par rapport
à 2015

**OBJECTIF
2030**

-30%

de consommation d'eau
par litre de boisson
produite par rapport
à 2015

Protéger la ressource en eau

Pour proposer des boissons comme Oasis et Pulco qui contiennent de l'eau de source, nos sites de production de Donnery (45), Meyzieu (69) et Châteauneuf-de-Gadagne (84) sont situés près de sources naturelles préservées. Le site de production de La Courneuve (93) est quant à lui approvisionné en eau de ville. **Aucune de nos sources d'approvisionnement ne se situe dans des zones en situation de stress hydrique.**

Nous veillons aussi à la qualité de l'eau rejetée grâce à des outils de contrôle et des stations de traitement (Donnery, Châteauneuf-de-Gadagne) ou en rejetant les eaux dans les stations d'épuration locales et municipales (La Courneuve, Meyzieu). **3 M€ ont été investis depuis 2012 pour améliorer la qualité des effluents de nos usines.**

Notre entreprise
s'est engagée à verser

100 000 €

par an
pendant 20 ans
au Grand Parc
Miribel Jonage



PROTÉGER L'EAU : UN PARTENARIAT DURABLE AVEC LE GRAND PARC MIRIBEL JONAGE

Notre engagement pour encourager la protection de la ressource en eau se concrétise au travers de notre partenariat de long terme avec le Grand Parc Miribel Jonage. Ce site Natura 2000 est le plus grand parc métropolitain français et abrite la nappe alluviale du Rhône qui alimente l'agglomération lyonnaise en eau potable. Avec près de 4 millions de visiteurs chaque année, le Grand Parc a également une vocation pédagogique, notamment auprès des jeunes générations. Afin de contribuer à protéger ses 2 200 hectares de nature préservée et de sensibiliser le grand public à l'importance de préserver la ressource en eau potable et son milieu naturel, nous nous sommes engagés, il y a 3 ans, à verser 100 000 euros par an pendant 20 ans. Depuis 2020, des ateliers pédagogiques inspirés du programme « Mizuiku » de Suntory au Japon prennent vie au Grand Parc Miribel Jonage à travers « l'école du fleuve ». Ce programme d'éducation encourage le jeune public à une plus grande conscience de l'importance de l'eau, de la biodiversité qui l'entoure et les invite à réfléchir au rôle qu'ils peuvent jouer pour garantir la présence de l'eau dans le futur. L'apprentissage est principalement ancré sur le terrain de l'expérimentation. Ils ont notamment pu manipuler un impluvium conçu par Suntory pour modéliser le cycle de l'eau au Grand Parc Miribel Jonage.



Une entreprise engagée et engageante

Il n'y a pas que les produits dans la vie d'une entreprise. Il y a aussi les collaborateurs, sans qui rien n'est possible. Chez Suntory Beverage & Food France, nous avons à cœur d'exprimer nos engagements en faveur de l'amélioration du bien-être au travail. Nous nous attachons également à être attentifs aux individus et à notre environnement en nous engageant pour des causes sociétales.

Co-crée la qualité de vie au travail

Nos marques sont connues pour le petit supplément de plaisir qu'elles apportent à la vie.

Ce plaisir, nous le cultivons dans notre entreprise, sur tous nos sites, en travaillant à l'amélioration de la qualité de vie au travail. **Nos collaborateurs évoluent aujourd'hui dans des locaux qui favorisent la transversalité entre les services, la fluidité des échanges et rompent avec les distinctions hiérarchiques.** Du DG aux fonctions supports, le partage est inscrit dans l'espace.

La possibilité d'exprimer sa différence et ses idées, de prendre des initiatives est encouragée. Le droit à l'erreur est même écrit sur nos murs. **À travers cette culture de l'écoute et du management participatif, nos salariés sont invités à donner leur avis et faire progresser l'entreprise.** Et cela fonctionne !

Nous avons également choisi de développer de nombreuses initiatives visant à favoriser l'engagement et l'épanouissement de nos collaborateurs avec plus de flexibilité et d'autonomie et un meilleur équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle. À titre d'exemples, la sensibilisation des managers sur l'équilibre vie professionnelle/vie personnelle de chacun et le droit à la déconnexion, le respect d'une durée maximale de 50 minutes au lieu de 60 pour les réunions, l'introduction de créneaux horaires « sans réunion » ou encore la possibilité de télétravailler trois jours par semaine pour toujours plus de flexibilité et de sérénité.

OBJECTIF 2025

Etre reconnue comme l'une des entreprises où il fait bon vivre et travailler en France



LA PARENTALITÉ, UNE RÉELLE PRIORITÉ

Nous en sommes convaincus, prendre en compte la parentalité est une des clés pour assurer l'égalité professionnelle et renforcer l'équilibre vie professionnelle/vie personnelle. Parmi les mesures adoptées, des processus d'accompagnement au retour de congé maternité, des congés paternité de 25 jours rémunérés à 100 % du salaire net, la possibilité de reprendre une activité à temps partiel lors de l'arrivée d'un enfant en transformant le 13ème mois en congés payés, la possibilité de bénéficier jusqu'à 10 jours de congés par an rémunérés à 100 % en cas de maladie d'un enfant ou encore l'accès à une crèche d'entreprise.

S'engager pour des causes qui nous tiennent à cœur

En 2019, nos collaborateurs ont été invités à voter pour 3 associations auprès desquelles ils souhaitaient s'engager. À l'issue de ce vote, **des partenariats à long terme ont été établis avec le Secours populaire français, Planète Urgence et Ishpingo.**

Chez Suntory Beverage & Food France, chaque employé a ainsi la possibilité d'œuvrer pour ces associations, en participant à **une journée de bénévolat par an sur le temps de travail financé par l'entreprise. Notre entreprise ouvre aussi la possibilité de partir en congés solidaires, de faire du mécénat de compétences et organise plusieurs fois par an sur chacun de ses sites des collectes** (alimentaires, jouets, fournitures scolaires...) au profit de ces associations. Enfin, chaque collaborateur peut aussi soutenir financièrement l'association de son choix, sur une base volontaire, grâce à **l'arrondi sur salaire.** L'entreprise s'engage quant à elle à doubler le montant de chaque don.

Depuis 2016, nous soutenons également l'AFEV (l'Association de la Fondation Étudiante pour la Ville) et son réseau d'étudiants bénévoles qui apportent leur soutien et un suivi adapté aux jeunes en situation de fragilité dans les quartiers populaires.

Par ailleurs, **notre Charte du don solidaire continue d'encadrer nos dons en nature en priorisant les causes d'intérêt général.** Nous veillons à ce que les boissons offertes remplissent les mêmes exigences de qualité que les produits vendus en magasin ou dans la restauration. Nous soutenons ainsi des acteurs reconnus par l'État pour leur utilité publique.

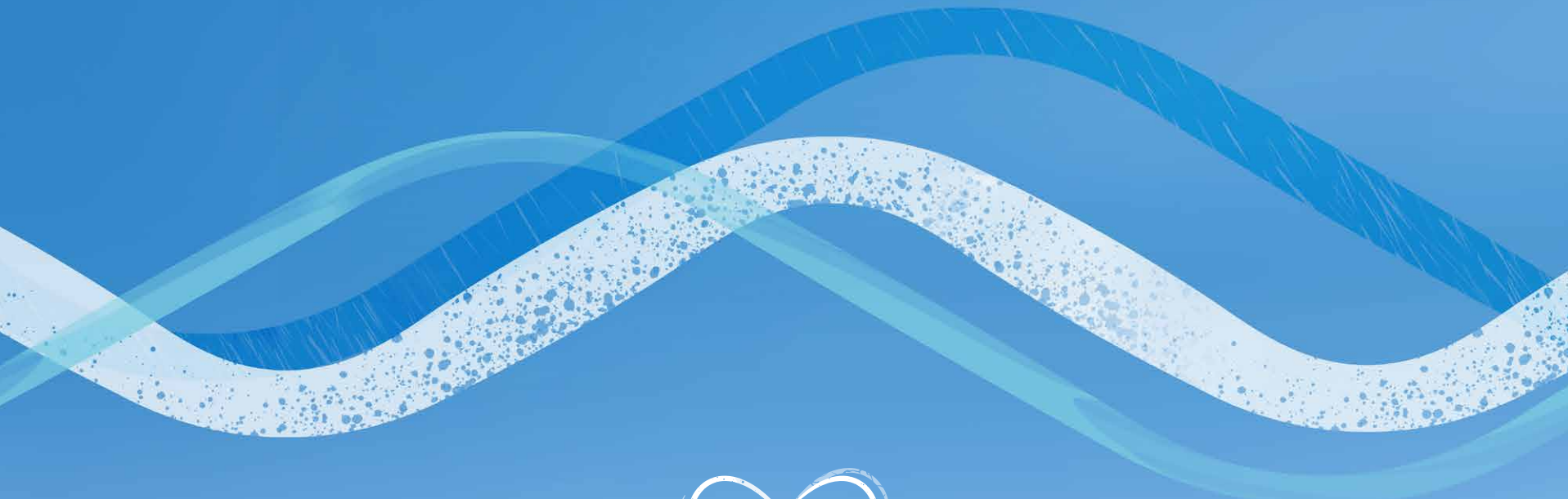
82 %

des collaborateurs considèrent que Suntory Beverage & Food France agit de façon responsable au niveau sociétal et environnemental



SUNTORY

BEVERAGE & FOOD FRANCE



Growing for Good