

SUNTORY
BEVERAGE & FOOD FRANCE

RAPPORT DÉVELOPPEMENT DURABLE

Nos engagements et nos actions RSE



Publication 2026
Données 2025

4	INTRODUCTION
12	RESSOURCES
24	BOISSONS
32	COLLABORATEURS & PARTENAIRES
42	SOCIÉTÉ
47	INDICATEURS EXTRA-FINANCIERS 2025
52	GLOSSAIRE



Alexis Daems,
Directeur Général
Suntory Beverage & Food France



Chaque année apporte son lot d'avancées et de défis.

Et quelle année 2025 ! Nous l'avons débutée avec un séisme : celui du renforcement de la taxe sur les boissons sucrées, portant un coup dur à notre catégorie et pénalisant les consommateurs en demande de petits moments de plaisir accessibles.

Très vite, l'énergie des équipes de Suntory Beverage & Food France nous a revigorés : touchés, mais pas coulés ! Pourquoi ? Parce que réduire le sucre dans nos boissons est dans nos pratiques depuis 20 ans. Et parce que nous en avons encore sous le pied, avec des marques formidables et la certitude que nous n'allons pas à contre-courant.

Souvenez-vous ! En 2024, je saluais une nouvelle réduction de sucre sur notre référence phare, Oasis Tropical. En 2025, nous avons persévéré avec une nouvelle formule, la sixième depuis 2006, portant la réduction totale de sucre à -44 % en 20 ans, sans compromis sur le plaisir. Qui dit mieux ? Nous, évidemment ! Car nous n'avons pas attendu les taxes, aussi stigmatisantes et injustes soient-elles, pour améliorer continuellement nos boissons.

Continuer à réduire le sucre est l'une des quatre priorités que nous avons identifiées parmi nos engagements RSE pour atteindre notre ambition « Destination 2030 » d'être l'acteur le plus innovant et responsable des boissons. Quatre priorités qui conditionnent notre avenir, celui de nos équipes, de nos partenaires et de la planète.

Une autre priorité est la réduction, le recyclage et le réemploi de nos emballages. Parce que nous considérons que la circularité est l'avenir, nous avons accéléré en mettant à disposition nos références phares en consigné chez nos clients Carrefour et U, à travers les initiatives Loop et La Consigne pour Réemploi.

Je me réjouis de voir nos collaborations avec nos clients se resserrer autour de nos engagements RSE. Leur mobilisation à nos côtés pour le Secours populaire avec 300 000 € récoltés ou encore la signature du Sustainable Linked Business Plan avec Carrefour (page 17) en sont l'illustration. Cet accord de performance extra-financier me permet de faire le lien avec l'une de nos autres priorités qu'est la décarbonation. Nous avons réduit de 19 % (vs 2019) nos émissions en 2025. La décarbonation de nos transports participe pleinement à cet engagement, notamment grâce à l'accélération de projets prometteurs ou à l'image de notre nouvelle plateforme logistique automatisée à Donnery, inaugurée en juin 2025, qui permet l'économie de 15 000 camions par an.

Enfin, l'eau reste une grande priorité, tant elle est essentielle à la vie ainsi qu'à nos produits. À ce propos, saviez-vous que notre programme d'éducation à l'eau (Mizuiku) se développe ?

Aussi, pour découvrir notre carnet de bord RSE 2025, je vous invite à vous plonger dans la lecture de ce rapport avec la même passion que celle qui a animé les équipes de SBFF cette année !

Bonne lecture !



7 marques phares



En 2024, SBFF a renforcé son portefeuille en signant un contrat de distribution exclusive pour l'Hexagone avec la marque américaine d'energy drinks* Celsius® : de délicieuses boissons sans sucres aux saveurs fruitées, avec sept vitamines.

* Boisson énergisante sans sucres, Celsius contient sept vitamines qui contribuent à un métabolisme énergétique normal (B2, B3, B5, B6, B7, B12 et C).

Une production au cœur de nos territoires

Près de
1 300 salariés

1,079 Mrd €
de chiffre d'affaires
en 2025

4 sites
de production
certifiés ISO 14001



- Usines
- Site administratif
- Siège social
- Nombre de collaborateurs en CDI

Suntory Beverage & Food France : FAIRE COHABITER plaisir et responsabilité

Division française du groupe japonais Suntory, Suntory Beverage & Food France (SBFF)¹ est le **leader national des boissons aux fruits et aux plantes**, avec des marques iconiques souvent issues d'une histoire bien française, comme Orangina, Oasis, Pulco ou encore Champomy, mais aussi des marques internationales, comme Schweppes. Pétilantes ou plates, au goût sucré ou amer, **97 % des boissons** proposées par notre entreprise sont élaborées en France sur **quatre sites de production**.



Notre raison d'être

Notre raison d'être ambitionne d'« offrir des moments de plaisir en respectant l'Homme et la Nature ». Cette ambition est soutenue par nos trois valeurs inspirées de l'héritage japonais du Groupe :

Yatte Minahare*

est une invitation à oser et à avancer sans craindre l'échec, à persévérer face aux obstacles.

Giving Back to Society**

transmet notre volonté de redonner à la société ce qu'elle nous apporte en nous engageant pour des causes solidaires et en donnant de notre temps.

Growing for Good***

exprime notre volonté de faire grandir nos activités de façon plus durable et responsable.

1. Dont font partie les sociétés Orangina Schweppes France (OSF) et Orangina Suntory France Production (OSFP).

* « Allons-y! » en japonais.

** « Redonner à la société ».

*** « Une croissance bénéfique à toutes et tous ».



EN TOUTE TRANSPARENCE

Une stratégie climat ambitieuse

En 2019, le groupe Suntory s'est assigné des objectifs à court terme ambitieux en matière de réduction des émissions, approuvés par la Science Based Targets Initiative (SBTi). D'ici à 2030, nous nous engageons à réduire nos émissions de gaz à effet de serre (GES) des scopes 1 et 2 de 50 % et les émissions de GES liées à l'ensemble de notre chaîne de valeur (scopes 1, 2 et 3) de 30 % par rapport à notre année de référence de 2019. Nous avons également pour objectif zéro émission nette d'ici à 2050 au plus tard sur l'ensemble de notre chaîne de valeur.

En 2025, le Groupe a aussi ajouté des objectifs de décarbonation SBT FLAG à sa feuille de route décarbonation. FLAG (pour « Forest, Land, Agriculture ») est l'étendard international de la décarbonation des entreprises ayant des activités en lien avec les sols, les forêts et les terres agricoles. Concrètement, notre Groupe s'engage à réduire de 33 % ses émissions de GES FLAG sur le scope 3, en valeur absolue, d'ici à 2030 (vs 2019). À noter que Suntory Beverage & Food Limited satisfait l'engagement d'atteindre zéro déforestation pour ses matières premières associées à la forêt.



Dans le cadre de son engagement vis-à-vis de la société, de ses employés et de l'environnement, Suntory Beverage & Food

France procède chaque année à une évaluation approfondie de ses pratiques RSE avec l'aide d'EcoVadis, un leader mondial des évaluations RSE pour les entreprises. L'évaluation EcoVadis s'appuie sur 21 critères RSE répartis entre quatre thèmes fondamentaux : Environnement, Social et Droits Humains, Éthique et Achats Responsables.

→ Les termes surlignés en bleu dans le texte sont spécifiés dans le glossaire p. 52.



Le Groupe obtient la note A pour le climat et l'eau au questionnaire du CDP

Suntory Beverage & Food et Suntory Holdings ont obtenu le plus haut score, la note A, au questionnaire du CDP (Carbon Disclosure Project) pour leur lutte contre le changement climatique (sixième année consécutive) et leur gestion des ressources en eau (neuvième année). Ces évaluations sont délivrées en toute indépendance par la plus vaste organisation de déclaration de la performance environnementale. Elles placent le Groupe dans le top 2 % mondial des entreprises les plus performantes et transparentes sur le climat et l'eau.

Pour notre dernière notation en date, réalisée le 12 mars 2026, nous avons obtenu la médaille de bronze et réalisé un score de 67/100, ce qui place Suntory Beverage & Food France dans le top 35 % des entreprises les mieux classées parmi celles évaluées par EcoVadis.



Pour se tenir au jus : url.me/UeymBx

NOS 4 PILIERS RSE

et objectifs de développement durable



RESSOURCES

RÉDUCTION
DES ÉMISSIONS
DE CO₂ POUR ATTEINDRE
LE NET ZÉRO

CIRCULARITÉ
ET DURABILITÉ
DES EMBALLAGES

PRÉSERVATION DE L'EAU

RÉDUCTION DES DÉCHETS

ACHATS DURABLES

AGRICULTURE DURABLE

Nos engagements environnementaux
et sociaux répondent aux Objectifs
de Développement Durable (ODD)
suivants (voir aussi page 52) :



BOISSONS

FORMULATION
RESPONSABLE

RÉDUCTION DU SUCRE



COLLABORATEURS & PARTENAIRES

SÉCURITÉ, BIEN-ÊTRE
ET DÉVELOPPEMENT

PRATIQUES ÉTHIQUES

DROITS HUMAINS

DIVERSITÉ, ÉQUITÉ
ET INCLUSION



SOCIÉTÉ

IMPACT SUR
LES COMMUNAUTÉS

IMPACT DES MARQUES
ET DE LA
COMMUNICATION



en
perspective

Notre analyse de double matérialité

Suntory Beverage & Food Europe (SBFE), la division régionale à laquelle appartient SBFF, a réalisé sa première analyse de double matérialité en 2024, avec pour objectif d'approfondir la compréhension de nos impacts, risques et opportunités.

Cette analyse a permis d'identifier les sujets prioritaires pour SBFE et pour ses marchés locaux (dont la France) sur les thématiques environnementales, sociales et de gouvernance.

En 2025, SBFE a actualisé et affiné cette analyse. Le processus a consisté à simplifier les IRO (Impacts, Risques, Opportunités) et à réévaluer la méthodologie de scoring afin de refléter les enseignements supplémentaires issus d'évaluations internes et de travaux de recherche.

Notre prochaine analyse de double matérialité sera menée en 2026, conformément aux ESRS (European Sustainability Reporting Standards), en amont du reporting exigé par la Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD).

NOS FIERTÉS RSE 2025



RESSOURCES

PARTENARIAT

Définition d'objectifs communs autour de trois grands enjeux de durabilité avec Carrefour



PAGES 17 ET 18

LOGISTIQUE

Inauguration de notre nouvelle plateforme logistique certifiée BREEAM « Very good » à Donnery, aux portes d'Orléans

PAGE 19



BOISSONS

AGRICULTURE

Plantations expérimentales d'orangers avec le CIRAD* dans le cadre de la lutte contre la maladie du dragon jaune



PAGES 28 ET 29

TRANSITION ALIMENTAIRE

6^e baisse de sucre consécutive pour Oasis Tropical, soit -44 % en près de 20 ans !

PAGE 27



COLLABORATEURS & PARTENAIRES

RSE

Lancement de notre Climate School



PAGE 34

DIVERSITÉ

- Journée internationale des droits des femmes
- Mois des Fiertés et lancement de notre premier groupe d'impact LGBTQIA+
- Semaine européenne pour l'emploi des personnes handicapées (SEEPH)

PAGES 36 ET 37



SOCIÉTÉ

VOLONTARIAT

185 Suntoriennes et Suntoriens engagés dans notre programme de volontariat



Together for Good!

PAGE 44

ON SE BOUGE LE JUS
+ de 300 K€ collectés pour le Secours populaire français



ARRONDI SUR SALAIRE
Maxi-hausse pour nos micro-dons

MICRO DON

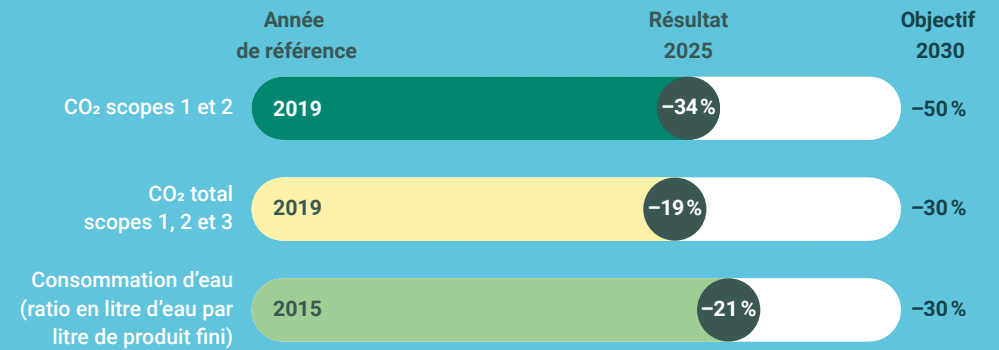
PAGE 46

SECOURS POPULAIRE FRANÇAIS

PAGE 46

* Le CIRAD (Centre de coopération International en Recherche Agronomique pour le Développement) est un organisme de recherche pour le développement durable des régions tropicales et méditerranéenne.

Ressources



DÉCARBONER, une priorité

En 2025, SBFF franchit une nouvelle étape dans sa trajectoire de **décarbonation** visant à **réduire nos émissions de gaz à effet de serre (GES) de 30 % à l'horizon 2030, par rapport à 2019.**

L'éclairage de



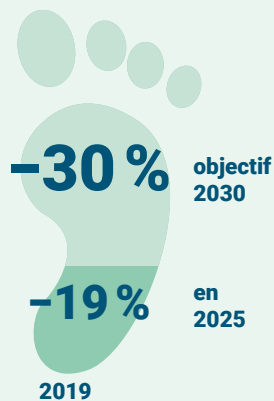
Louise Brebion,
responsable RSE

La réduction des émissions de GES liées à nos emballages en fait partie. Elle s'explique notamment par la progression du pourcentage de matière recyclée dans nos canettes (73 % en 2025 vs 66 % en 2024).

La baisse de sucre dans nos recettes (lire en pages 26 et 27) a aussi un impact positif sur la réduction de nos émissions.

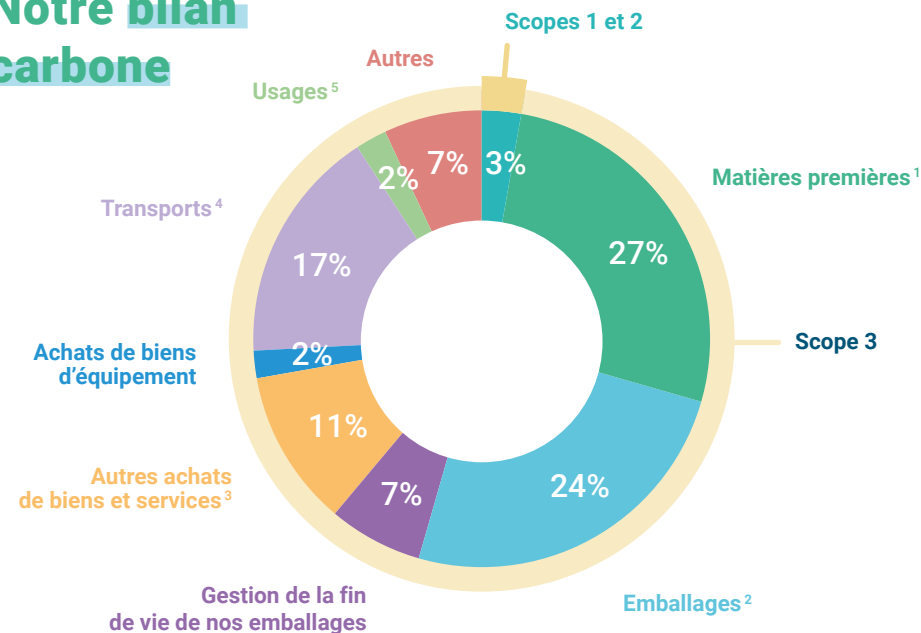
Enfin, la mobilisation de nos partenaires (lire en page 40) est clé pour réduire nos émissions de GES. À ce titre, la décarbonation de nos transports sollicite nos fournisseurs pour mettre en place des solutions alternatives au diesel, comme les biocarburants ou le rail-route (lire en page 19).

La baisse de nos émissions en 2025 vs 2024 s'inscrit dans une trajectoire qui vise à réduire nos émissions de GES de 30 % à l'horizon 2030 vs 2019, selon des objectifs validés par SBTi.



Réduction des émissions de CO₂e (voir la définition page 52) en valeur absolue sur l'ensemble de la chaîne de valeur (scopes 1, 2 et 3) par rapport à 2019

Notre bilan carbone



SCOPE 1

Émissions directes de gaz à effet de serre qui surviennent dans les installations (usines, bureaux, etc.) ou qui proviennent des voitures de fonction de nos commerciaux.



SCOPE 2

Émissions indirectes de gaz à effet de serre liées à la production d'électricité, de vapeur et de froid.



SCOPE 3

Toutes les autres émissions de gaz à effet de serre indirectes qui surviennent dans le reste de notre chaîne de valeur (émissions associées aux achats de matières premières et d'emballages, transport des produits, etc.).



1. Matières premières : culture et transformation de nos matières premières et transport amont.
2. Emballages : production des matériaux de packaging et transport amont.
3. Autres achats de biens et services : hors matières premières, emballages et biens d'équipement.
4. Transports : transports aval et intersites.
5. Usages : réfrigération de nos boissons.

DÉCARBONER : un travail d'équipe avec nos collaborateurs et nos clients

Suntory Beverage & Food France transforme progressivement sa **chaîne de valeur** en levier de décarbonation collective. Objectif ? Faire de ses parties prenantes les meilleurs ingrédients de sa recette pour émettre moins de gaz à effet de serre (GES).

DÉCARBONER

NOS SITES

Nos usines réduisent de 4,5 % leur consommation annuelle d'énergie

Les usines de Suntory Beverage & Food France se secouent pour consommer moins d'énergie. En 2025, 69 actions techniques ont permis de réduire notre consommation totale annuelle d'énergie de 4,5 % sur nos sites. De l'isolation des réseaux de vapeur à la réduction de la consommation d'un pasteurisateur en passant par un plan anti-fuites et la régulation d'un réseau d'air, ces petits « zestes » se traduisent par une réduction de 5 080 MWh : l'équivalent de la consommation électrique annuelle de 2 285 Français.

En plus de ces démarches volontaires d'efficacité énergétique, faire appel à des énergies très peu émettrices de GES participe à atténuer notre impact sur le climat. 100 % de nos sites (usines et sièges) carburent à l'électricité dite « verte ». En clair : nos contrats souscrits auprès d'EDF garantissent l'origine renouvelable de 100 % des consommations d'électricité de nos sites.



Une certification ISO 14001 pour toutes nos usines

Nos quatre usines françaises sont certifiées ISO 14001. Cette norme internationale certifie que nos sites s'engagent non seulement à respecter la réglementation, mais aussi à améliorer en continu leur impact sur l'environnement, de manière proactive et avec des résultats tangibles contrôlés de manière indépendante.



DÉCARBONER

AVEC NOS CLIENTS

Définir une trajectoire commune avec Carrefour

Parce que tout est lié et parce que nos liens sont forts, SBFF et Carrefour ont signé en 2025 un Sustainable Linked Business Plan (plan d'affaires dédié au développement durable) pour définir une trajectoire commune autour de trois grands enjeux de durabilité. Concrètement, nous associons nos forces pour **réduire** les émissions de CO₂ des transports entre nos usines et les entrepôts Carrefour (avec 50 % de flux réalisés au moyen d'alternatives au pétrole d'ici à 2030), diminuer l'impact de nos emballages plastique et accompagner la transition alimentaire notamment en termes de baisse de sucre.

Mickaël Cornilleau, Directeur Commercial GMS SBFF
Valentine Noury, Directrice Développement durable et Affaires extérieures SBFF
Stéphane Pierrefeu, Directeur RSE Fournisseurs Carrefour



DÉCARBONER

AVEC NOS ÉQUIPES

PLV : vers plus de durabilité sur le lieu de vente !

Vendre bien et mieux, c'est possible. Nos forces de vente le prouvent. Et notre publicité sur le lieu de vente (PLV) attire aussi l'attention sur une plus grande durabilité. En ce sens, 2025 a notamment été l'année de tests de meubles réutilisables en magasin.

Accélérer l'adoption des véhicules électriques

Depuis 2023, notre entreprise propose à ses collaborateurs une flotte de véhicules alternative aux véhicules à moteur thermique. Des véhicules de fonction et statutaires 100 % électriques sont désormais proposés aux salariés concernés. Pour que le courant passe mieux, la nouvelle politique automobile prévoit notamment l'installation de bornes de recharge au domicile des salariées et salariés ayant une voiture de fonction ou statutaire électrique.

Combiner la transition énergétique et la performance de nos transports

La réduction des émissions de GES de nos flux est l'une des priorités de notre trajectoire décarbonation. En 2025, nos logisticiens ont avancé étape par étape vers notre objectif 2030.

en vedette

SBFF et Carrefour bouclent la boucle et bien plus encore...

Parce que la décarbonation de nos transports constitue une priorité pour SBFF et Carrefour, notre Sustainable Linked Business Plan conclu fin 2025 définit notamment l'objectif commun de -12 % d'émissions de CO₂ liées au transport de nos boissons vers les sites Carrefour entre 2025 et 2030 (lire aussi en page 17).

Ce partenariat se traduit par l'ambition de faire évoluer la moitié des flux réalisés entre nos sites et ceux de notre client vers des transports moins émetteurs d'ici à la fin de la décennie.

à cette fin, un test de transport en camion électrique a été déployé fin 2025 entre notre usine du Loiret et Carrefour Trappes, en région parisienne. Il s'agit, pour SBFF, du premier déploiement d'un transport électrique vers les sites d'un client.



En décembre 2025 également, SBFF et Carrefour ont inauguré un deuxième flux biométhane en direction de l'entrepôt Carrefour de Saint-Vulbas (Ain, Auvergne-Rhône-Alpes). Cette extension fait suite au succès du premier flux réalisé avec une énergie renouvelable issue de la valorisation de déchets organiques, entre Meyzieu et l'entrepôt Carrefour de Bâgé-la-Ville (Ain, Auvergne-Rhône-Alpes). Cette boucle intègre également une logique de **backhauling**, permettant d'optimiser les tournées et de réduire les kilomètres à vide, en raisonnant dans une « logique de secteur » aujourd'hui encore peu diffusée.

en action

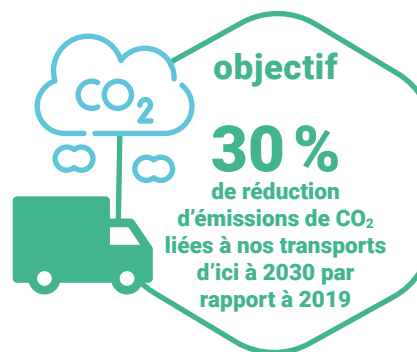


Accélération sur le HVO

2025 a été l'année d'un déploiement massif de l'usage de biocarburants chez nos transporteurs. 3 000 voyages (soit 5 % de notre plan transport) ont été réalisés avec du HVO, ce biocarburant fabriqué à partir d'huiles végétales, résiduelles ou de déchets. Le HVO permet de réduire de 83 % les émissions de GES vs le diesel (source ADEME).

SBFF en mode « multimodal »

En 2025, environ 250 transports ont été réalisés sur les flux internes de SBFF en combinant le rail pour la longue distance et la route pour les premiers et derniers kilomètres. Le transport ferroviaire permet une économie de 80 % d'émissions de CO₂ (source ADEME) par rapport au transport routier.



en vedette



Une « very good » plateforme

Après 2 ans de travaux et 60 millions d'euros d'investissement, notre plateforme logistique automatisée de Donnery (Loiret) est entrée en service en 2025. Avec ce projet d'excellence, Suntory Beverage & Food France fait évoluer l'ensemble de sa chaîne logistique. D'une surface de 12 000 m², la nouvelle plateforme permet de réduire nos émissions de 600 tCO₂e/an en supprimant chaque année 15 000 trajets en camion.

Ce bâtiment nouvelle génération est certifié BREEAM « Very Good ». Créée en 1990 par le Building Research Establishment (BRE) au Royaume-Uni, BREEAM est la première méthode d'évaluation de la durabilité des bâtiments à travers un large éventail de critères, couvrant des aspects tels que la santé et le bien-être, l'efficacité énergétique, la gestion de l'eau, le choix et l'utilisation des matériaux, et bien plus encore.



GRAND FORMAT SUR LES EMBALLAGES
avec **Sophie de Guigné**, Marketing Manager Sustainable Packaging

« Nous appliquons la stratégie des 3R à nos emballages »



Quelles sont vos motivations pour rendre les emballages de vos boissons plus durables ?

Nos boissons sont vendues dans des bouteilles plastique, des canettes aluminium ou des bouteilles en verre, à la fois verre perdu et consigné. Quels que soient le matériau et le type d'emballage, nous avons conscience que chaque geste compte pour réduire notre recours aux matières d'origine fossile.

Vos emballages sont-ils tous recyclables ?

Chez SBFF, tous nos emballages primaires sont désormais recyclables. Il s'agit des contenants directement en contact avec nos boissons. La dernière innovation en date concerne le Bag in Box* (BIB) utilisé sur le circuit hors domicile. Depuis 2025, ce BIB est entièrement compatible avec un recyclage mécanique du fait de sa composition mono-matériau (PE).

Quelle est votre ambition pour les années qui viennent ?

Continuer à nous améliorer et à innover sur le chemin de responsabilité qui est le nôtre ! Entre autres projets, nous accélérons sur la mise en place de la consigne mixte (pour réemploi et pour recyclage). Notre ambition d'acteur clé des boissons ? Contribuer à son passage à échelle dans les prochaines années en France.

Corps de bouteille
100%
plastique recyclé**

Et le bouchon ?

La technologie ne permet pas encore d'incorporer de matière recyclée dans les bouchons, mais nous espérons que ce sera bientôt le cas !

** Oasis, Schweppes, MayTea et Pulco.

«R» COMME RÉDUIRE

Emballer moins, c'est emballer mieux !

La stratégie de réduction de nos emballages s'articule autour de l'allègement des emballages existants et la suppression des emballages inutiles. Concrètement, la trajectoire de réduction et d'allègement de nos emballages nous a permis d'économiser plus de 42 000 tonnes de plastique en près de 20 ans. C'est l'équivalent du poids de quatre tours Eiffel !



«R» COMME RÉEMPLOYER

SBFF fait circuler les bouteilles

Depuis fin 2024, 140 magasins de la grande distribution proposent nos boissons iconiques dans des bouteilles réemployables. L'écosystème Loop des magasins Carrefour et La Consigne pour Réemploi des magasins U (via Petrel) commercialisent Orangina, Schweppes Agrumes, Schweppes Indian Tonic et Oasis Tropical dans des bouteilles en verre réemployables de 25 cl, que les consommatrices et consommateurs sont invités à rapporter au point de vente après usage. Le réemploi chez SBFF, c'est aussi la vente hors domicile : 44 % des unités vendues sur le circuit CHR sont en verre consigné.



«R» COMME RECYCLER

Incorporer du plastique recyclé

Toutes nos bouteilles Oasis, Schweppes, Pulco et MayTea contiennent au moins 85 % de plastique recyclé, et Orangina les rejoindra bientôt.



* Poche souple avec robinet intégrée dans un emballage en carton.

GRAND FORMAT SUR L'EAU

avec **Philippe Saliba**, Directeur Qualité Hygiène Sécurité Environnement

« Notre mantra pour l'eau : réduire, protéger, éduquer »



Quelle est la stratégie de l'entreprise pour préserver l'eau ?

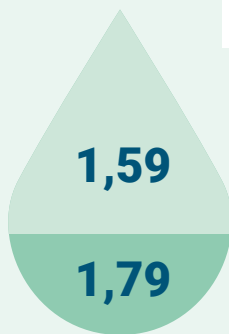
L'eau est aussi essentielle à la vie que nécessaire à notre activité ! Notre préoccupation pour elle se traduit par des engagements concrets pour réduire les consommations d'eau dans nos usines, protéger la ressource et éduquer à son importance. Sur les quatre territoires où nous nous approvisionnons en eau, la réduction de nos consommations s'est très vite imposée comme une évidence. Notre engagement volontaire pour protéger l'eau s'illustre quant à lui par notre partenariat avec le Grand Parc Miribel Jonage. Enfin, l'éducation à l'eau des jeunes générations est le troisième pilier de notre stratégie. Notre programme pédagogique Mizuiku fait partie de ces ressources au service de la ressource (lire page 23) !

Quelle est l'organisation mise en place ?

Dans chaque usine, un responsable Hygiène Sécurité Environnement (HSE) fait le lien avec les équipes pour diminuer nos consommations d'eau au fil des mois. Nous avons aussi un référent qui coordonne l'ensemble des aspects environnementaux de nos sites et en apporte une vision consolidée à la direction.

Quel rôle les entreprises doivent-elles jouer face aux enjeux croissants liés à la ressource en eau ?

Les collaborateurs de Suntory se rendent régulièrement dans des Salons pour découvrir les dernières innovations et faire de la prospective. Il y a 15 ans, les rinceuses à air n'existaient pas. Aujourd'hui, nous avons remplacé toutes nos rinceuses de canettes vides, qui étaient des rinceuses à eau, par des rinceuses à air filtré. Nous avons ainsi évité la consommation de 40 000 m³ d'eau par an (40 millions de litres d'eau) grâce à cette amélioration. C'est énorme !



Ratio litre d'eau/
litre de
produit fini

objectif
2030

en 2025

en
action

RÉDUIRE

Un plan de sobriété hydrique pour ne pas en perdre une goutte !

Dans le cadre de notre plan de sobriété hydrique, 24 actions menées en 2025 dans nos usines ont permis de réduire notre consommation d'eau de 46 000 m³ sur l'année. C'est l'équivalent de 18 piscines olympiques ! La réduction des consommations et des débits, la mise en place d'un économiseur à condensation ou encore la création de circuits fermés participent à cet engagement.



en
action

PROTÉGER

Veiller sur l'eau au Grand Parc Miribel Jonage

En 2017, SBFF s'est engagé dans un partenariat de 20 ans avec le Grand Parc Miribel Jonage. En 2025, son financement annuel de 100 000 € a permis de participer à la gestion durable des forêts du site et d'aménager un belvédère pédagogique entre les deux lacs, à seulement 10 km de notre usine de Meyzieu, dans la métropole lyonnaise.

en
vedette

ÉDUIQUER

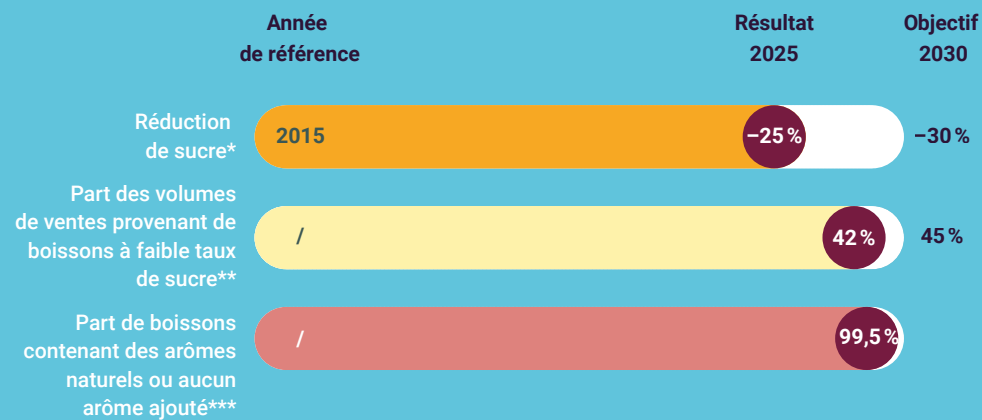
Le programme Mizuiku fête ses 2 ans !

Le programme pédagogique Mizuiku (« éducation à l'eau » en japonais), développé par SBFF avec l'association Rivières Sauvages, est entré en 2025 dans sa deuxième année d'existence en France. Cette année a été marquée par la communication sur ces ressources pédagogiques gratuites à destination des enseignants de CM1 et CM2, à travers des webinaires et des médias éducatifs. En 2025, près de 700 nouvelles personnes ont téléchargé au moins une activité sur le site, en lien avec les trois thèmes que sont le cycle de l'eau, la découverte des cours d'eau et la toile alimentaire.

www.mizuiku.fr



Boissons



GRAND FORMAT SUR LE SUCRE
avec **Alice-Anne Josse**, Directrice Recherche,
Développement et Implémentation

« Pour réduire le sucre, il ne suffit pas d'en mettre moins »



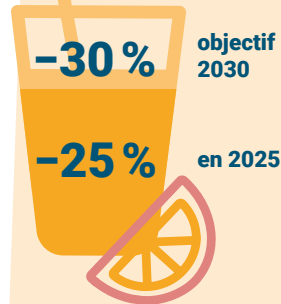
Comment se traduit la réduction de sucre dans les boissons de SBFF ?

La réduction de sucre dans nos boissons est une priorité pour SBFF depuis 20 ans. Réduire le sucre demande beaucoup de persévérance sur un temps long. L'enjeu est d'habituer progressivement les consommateurs à déguster des produits moins sucrés, sans transiger sur la qualité ni la gourmandise ! En 2025, un nouveau cap a été franchi : en 10 ans, l'ensemble de nos marques a enregistré une baisse moyenne de 25 % de sucre, ce qui est en ligne avec l'objectif que nous nous étions fixé à fin 2025.

Pourquoi est-ce si difficile de baisser le sucre dans les recettes ?

Tout commence par une envie simple : réduire le sucre sans réduire le plaisir. Alors dans nos laboratoires, nos équipes se mettent en quête du bon équilibre. Elles goûtent, ajustent, recommencent. Elles explorent la juste harmonie entre sucré, acidité et notes fruitées pour préserver ce qui fait la singularité de nos marques, cette signature gustative qui crée la préférence et fidélise nos consommateurs. Puis vient le moment de vérité : celui où nos consommateurs découvrent la nouvelle recette. Leurs réactions, leurs préférences, leurs ressentis nous guident. Quand la formule trouve son équilibre, nous vérifions qu'elle reste stable au fil du temps, fidèle à elle-même. Ensuite, elle prend son envol vers l'industrialisation, prête à rejoindre les rayons et à écrire la suite de son histoire... dans chaque gorgée.

Sur l'ensemble des boissons



Réduction de la teneur globale en sucre depuis 2015

Coup de projecteur sur la baisse de sucre d'Oasis



Oasis Tropical ne se repose pas sur ses palmiers et enregistre

-10%

de sucre entre 2024 et 2025, soit

-44%

de sucre depuis près de 20 ans



-23%

de sucre entre 2024 et 2025, soit

-40%
depuis 2006

Oasis Pomme
Cassis Framboise



-17%

de sucre entre 2024 et 2025, soit

-32%
depuis 2006

Oasis Orange



-10%

de sucre entre 2024 et 2025, soit

-18%

depuis sa création en 2009

Oasis Fraise
Framboise

Le tout sans édulcorant !

Faire fructifier les bonnes pratiques

Chez SBFF, nous intensifions nos engagements en faveur d'une agriculture plus durable et privilégions un sourcing local.

en action

Cultiver la durabilité

Fin 2025, 64 % des matières premières agricoles utilisées dans nos recettes étaient issues d'une agriculture reconnue pour sa durabilité¹. Si ce résultat est en baisse (-10 pts vs 2024), plusieurs éléments permettent de l'expliquer. Le principal facteur est que cet indicateur est basé sur les volumes et non sur le nombre de fournisseurs. Ainsi, de petites variations concernant un ou deux fournisseurs de catégories à fort volume peuvent avoir un impact important, ce qui est précisément ce que nous observons en 2025.

Donner du jus à l'agriculture régénérative

Depuis 2024, SBFF est partie prenante de la transition vers des pratiques agricoles régénératives dans la production de betteraves sucrières au sein de fermes pilotes de Champagne et d'Île-de-France. Objectif ? Restaurer et maintenir la biodiversité des sols et protéger leur capacité de production.



1. Note Or ou Argent du système d'évaluation des exploitations agricoles de la Sustainable Agriculture Initiative, ou d'autres certifications comme Rainforest Alliance, B Corp, etc.



en action

Privilégier le « made in France »

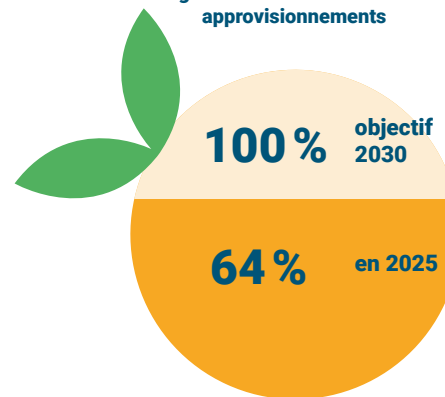
C'est frais d'être Frenchy ! Les betteraves, desquelles est issu le sucre de nos recettes, et les pommes de Champomy sont 100 % françaises. Cela car SBFF privilégie, quand c'est possible, un sourcing local pour toutes ses matières premières agricoles.

en action

Des plantations expérimentales contre la maladie des oranges

2025 a marqué un tournant dans le combat engagé par Suntory Holdings, sa division régionale Suntory Beverage & Food Europe (SBFE), SBFF et le CIRAD contre la maladie du dragon jaune. Pour contrecarrer cette bactériose des agrumes qui impacte les récoltes d'oranges, dans les principaux pays producteurs des variétés innovantes d'orangers ont été plantées en Guadeloupe, au Brésil et en Espagne. Cette expérimentation, d'une durée de 6 ans, vise à renforcer la durabilité et la résilience de la filière.

Part des matières premières agricoles durables dans nos approvisionnements



en action

Une Charte Fruits pour éviter les pépins

Notre Charte Fruits aide nos fournisseurs de fruits frais à adopter les bonnes pratiques pour garantir que les ingrédients de nos boissons remplissent tous les critères de qualité, responsabilité et éthique.

Pour une **communication** qui pétille... en toute **transparence**

À nos yeux, les campagnes les plus rafraîchissantes sont celles qui s'engagent à respecter les consommateurs et nos partenaires à l'aide d'une communication plus responsable.

RESPECT

Depuis septembre 2024, un nouveau Code de marketing et de communication responsables commun à tous nos marchés européens fournit un cadre garantissant que toutes les activités de communication et de marketing sont représentatives de nos marques, de nos valeurs et de notre engagement envers nos consommateurs ainsi qu'envers la société en général. Cet outil précise notre responsabilité à l'échelle de l'entreprise : tous nos collaborateurs et partenaires sont tenus de le respecter.



FAIRe PLAY

En 2018, Suntory Beverage & Food France est entré dans l'âge de FAIRe, du nom du programme de l'Union des Marques imaginé pour accompagner les organisations dans une communication plus responsable. En 2025, SBFF obtient la note de 2,7/3 (vs 2,36 en 2024) suite à l'évaluation de 15 engagements parmi lesquels :

- élaborer des contenus responsables ;
- mobiliser nos parties prenantes ;
- communiquer sur les engagements de l'entreprise ;
- éco-socio-concevoir nos outils de communication ;
- procéder à une diffusion maîtrisée de nos communications.



EMPOWERMENT*

Nous gardons toujours à l'esprit que les consommateurs sont aussi des citoyens. Nous souhaitons leur offrir des repères pour choisir au mieux. Intégrer des incitations au tri dans nos campagnes TV renforce cette dynamique.

* Donner le pouvoir d'agir.

TRANSPARENCE

Suntory Beverage & Food France a signé la charte La Belle Compétition en 2021. Objectif ? S'assurer que la transparence, la responsabilité et la sincérité prévalent dans nos processus d'appel d'offres.



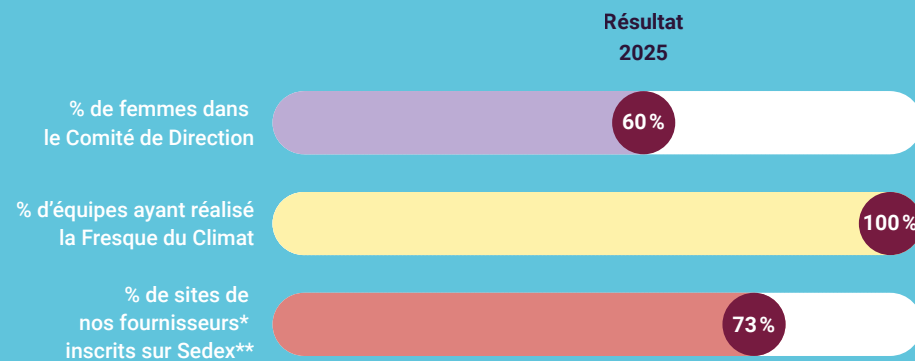
en vedette

Un prix au Festival des Canne...ttes

Schweppes a obtenu en 2025 la Canette d'Or dans la catégorie « Marque engagée » pour son projet de sensibilisation au geste de tri au travers d'un « Pixel Can » organisé en partenariat avec Chaque Canette Compte et Citeo. À l'occasion d'une opération Schweppes à la Défense à Paris en mai, une fresque participative géante a été réalisée à l'aide de 40 000 canettes 15 cl. Quand seule une canette sur deux est recyclée en France, des bénévoles et plus de 100 de nos collaborateurs se sont mobilisés pour marteler le message que « bien trier et bien recycler, ça, c'est vraiment Schweppes » !



Collaborateurs & partenaires



Se former aux enjeux d'un monde qui se transforme

Le développement durable, le digital et les parcours métiers ont une place centrale dans les formations proposées à nos collaboratrices et collaborateurs. Objectif : appliquer le principe du Gemba en plaçant les Suntoriens sur le terrain, « là où tout se passe », tant pour faire grandir l'entreprise que pour se développer eux-mêmes.

en vedette

Développement personnel et professionnel : un Mois pour soi

Le premier mois du développement de SBFF s'est déroulé en avril. Cette période a constitué un temps fort invitant chacun à s'engager pour son développement. Des ateliers, des conférences et différents contenus ont exploré deux thèmes chers à SBFF : **Safeplace**, notre programme de soutien et d'accompagnement à la santé mentale de nos collaborateurs, et le **Digital Upskilling** : la montée en puissance de chacun sur le versant digital.



en vedette

Notre Climate School rayonne depuis juillet

82 % des Suntoriens de nos sièges et des forces de vente y ont participé. La *Climate School* de SBFF propose depuis juillet 2025 un programme de e-learning RSE pour former les collaborateurs à la transformation durable de l'entreprise et de leurs métiers. Dotée d'un tronc commun et d'un module dédié à chaque département, cette expérience en ligne s'inscrit dans la continuité du déploiement de la Fresque du Climat auprès de 100 % des équipes.

IA plus qu'à !

En 2025, de nombreux Suntoriens ont participé à notre programme de formation à l'intelligence artificielle (IA). Baptisée « Manabi no michi » (« voie de l'apprentissage » en japonais), cette expérience aussi pratique que ludique s'adapte à chaque fonction pour développer des compétences concrètes et favoriser la créativité et la productivité grâce à des outils digitaux comme Copilot et SunnyBot, le chatbot interne de Suntory.



en action

SBFF met l'aSCent sur le management de proximité !

En 2025, 100 % des managers de proximité en usines ont été formés aux fondamentaux du management via notre programme aSCent. Cette dynamique se retrouve dans notre programme COMPASS, qui développe quant à lui les fondamentaux du leadership, en associant la puissance de la formation en ligne via *My Suntory University* (notre plateforme d'apprentissage mondiale) à l'énergie stimulante des sessions collectives.

en action

Nos métiers font école(s)

Chez SBFF, deux écoles de vente (Shake Academy et O3's) et une école de l'industrie (formation en maintenance et production pour les équipes de nos usines) forment les équipes au plus près des réalités du terrain. À noter que deux « dojos » (des salles de formation dédiées à la Supply Chain) permettent à nos équipes de s'entraîner et de se former sur nos sites de Donnery (Loiret) et de Meyzieu (Rhône).

en action



Green Awareness Month : un mois pour faire passer la sensibilisation au vert

Une semaine, c'était trop court ! En 2025, notre Green Awareness Week s'est transformée en Green Awareness Month. L'intégralité du mois de novembre a donc été dédiée au « développement durable en action(s) », à l'échelle française et européenne, chez Suntory.

Sur le périmètre France, SBFF a donné l'occasion à ses équipes d'écouter des interventions sur des sujets comme « la RSE au cœur de chaque métier » (avec Gabrielle Perrachon d'AXA Climate) ou « le handicap en entreprise » (avec Dora Blasberg : lire aussi en page 37), mais aussi d'assister à une table ronde sur l'économie circulaire avec les témoignages de notre experte interne, ainsi que d'un distributeur, d'un industriel et de notre partenaire Citeo. Plus de 250 Suntoriens ont participé à ces trois sessions avec un score moyen de satisfaction de 4,69/5.



Chez SBFF, la **diversité**, **l'équité** et **l'inclusion** font la différence !

En 2025, nous avons franchi plusieurs étapes dans nos engagements à promouvoir l'égalité femme-homme et à encourager la diversité sous toutes ses formes. Avec la conviction que ces initiatives favorisent autant la performance que l'épanouissement de nos équipes.

en action

SBFF célèbre la politique mondiale de Diversité, Équité & Inclusion du Groupe



Suntory est fier d'être une entreprise où la diversité, l'équité et l'inclusion (DE&I) font la différence. Le lancement de la politique mondiale DE&I du Groupe en avril-mai 2025 a donné lieu à des témoignages forts chez SBFF. Des collaboratrices et collaborateurs ont pris la parole en interne pour raconter comment l'entreprise leur donne la liberté d'être eux-mêmes et d'être valorisés en tant que tels. Notre culture qui inspire le dialogue, la créativité et la joie a désormais un slogan identifiable dans le monde entier : « *Uniquely me, Growing as One* » (Être soi, grandir ensemble).



en vedette

Quand les femmes prennent le LEAD

En 2025, la division européenne du groupe Suntory (SBFE) est devenue membre du LEAD Network :

le réseau international qui promeut la féminisation de l'industrie de la grande consommation et du retail. Chez SBFF, une conférence de Gaëlle Chaour, membre du réseau LEAD, a entériné ce rapprochement en amont de la Journée internationale des droits des femmes. Cet événement a été l'occasion de marteler la conviction selon laquelle la diversité fait la différence en termes de performance et de bien-être au travail. Entre autres indicateurs, l'égalité femme-homme s'exprime notamment à travers les scores de notre index d'égalité professionnelle 2025 :

91/100 pour Orangina Suntory France Production (OSFP) et

84/100 pour Orangina Schweppes France.

La baisse de ces indicateurs en 2025 est essentiellement liée à un écart ponctuel dans les augmentations individuelles, tandis que les autres indicateurs restent stables et conformes aux exigences réglementaires.

en action

Faire une place aux personnes en situation de handicap

La Semaine européenne pour l'emploi des personnes handicapées (SEEPH) de novembre 2025 a été l'occasion pour SBFF de se secouer pour que le handicap soit moins un obstacle à la vie professionnelle. Une conférence de Dora Blasberg, psychologue du travail, pour « briser les tabous autour du handicap » et la mise en place de binômes entre des collaborateurs de nos usines de Gagnage et Donnery et des personnes en situation de handicap (les DuoDays) ont rythmé cette semaine... Avec la volonté que les enseignements de la SEEPH, dans nos sièges et sur le terrain, guident nos actions et affermissent nos convictions pour célébrer l'inclusion tout au long de l'année.



en perspective

Fiers de notre Mois des Fiertés

Le Mois des Fiertés de juin 2025 a donné à SBFF matière à se réjouir que nos différences soient une force. La conférence d'Océan Michel (comédien, réalisateur, humoriste, chanteur et chroniqueur) a donné des repères concrets pour comprendre l'identité et les besoins des personnes lesbiennes, gays, transsexuelles ou queers. Ce mois de célébrations a été aussi celui de la naissance de notre premier groupe d'impact ! Ce groupe de travail composé de collaboratrices et collaborateurs volontaires et passionnés par un ou des sujets DE&I a pour objectif de faire remonter les besoins, attentes et idées de nos collègues pour s'assurer que chacun puisse s'épanouir, se sentir écouté et inclus dans l'entreprise.



GRAND FORMAT SUR LA SÉCURITÉ

avec **Virginie Boeda**, Directrice Sécurité Santé Environnement de SBFF

« Zero Harm est l'expression de notre tolérance zéro pour les accidents du travail »



Pouvez-vous nous présenter le programme Zero Harm et nous expliquer ce qu'il représente pour SBFF ?

Tout l'enjeu du programme Zero Harm, c'est de faire de la sécurité une notion commune à toutes les business units, à tous les marchés en Europe : parler de la même façon de la sécurité, avec le même vocabulaire, les mêmes enjeux et la même ambition. Cette ambition est simple : c'est « zéro blessure ».

Pour être très honnête, les programmes sécurité existent dans beaucoup d'entreprises. Avant 2024, le programme n'était pas assez ancré dans nos habitudes ni dans notre culture.

Nous avons donc décidé de faire un diagnostic avec une entreprise extérieure, DSS+, en 2024. Nous l'avons mené sur nos quatre plus gros sites européens, dont Meyzieu et Donnery, en France. L'objectif était de comprendre comment chaque employé parle de la sécurité, comment chaque directeur de site la promeut, comment on reconnaît les bons comportements sur le terrain. C'est-à-dire concrètement : prendre le temps de faire une pause, de réfléchir, et de considérer qu'il est normal, même attendu, de tracer une ligne rouge si quelque chose n'est pas sûr.

Comment se déploie le programme Zero Harm ?

En 2025, nous avons déployé tous les outils du programme (campagne de communication, coaching, formation des managers de proximité, et le programme Zero Harm lui-même) dans les quatre usines de SBFF. Nous avons créé un réseau d'ambassadeurs sécurité, dont certains servent de

points de contact sur chaque site pour que les équipes s'approprient le programme. Nous avons aussi formé et coaché 170 managers de proximité en 2025, soit déjà une très grande partie de la ligne managériale concernée. Tous les directeurs de site et le comité de direction ont également été formés et coachés.

La sécurité doit maintenant être présente dans tous les sujets de conversation et dans toutes les réunions. Le principe, c'est que le sujet soit simple, accessible, et qu'il puisse être porté par des non-experts. On parle avant tout de garder les personnes en bonne santé, et capables de rentrer chez elles en toute intégrité.

En 2025, nous avons déployé le programme auprès de toutes les équipes de la Supply Chain. La prochaine étape, c'est de l'étendre à toutes les autres fonctions de l'entreprise.

Santé, sécurité et bien plus...

Qu'il s'agisse de prévenir les accidents du travail ou les risques psycho-sociaux, Suntory fait de la **Qualité de Vie et des Conditions de Travail (QVCT)** le socle de l'engagement et du bien-être de ses collaborateurs.

en vedette

Le programme Safeplace se déploie pour 3 ans

La santé mentale, grande cause nationale 2025, est devenue, la même année, une priorité chez SBFF. Après un état des lieux auprès des Suntoriens sur la base d'un questionnaire anonyme en 2024, le programme Safeplace s'est déployé en 2025 pour prévenir et anticiper les risques psychosociaux (RPS) tout en promouvant un environnement de travail propice à l'engagement et à la réussite de tous. Dans nos bureaux comme dans nos usines, cette initiative inédite se traduit par la formation de Relais Risques Psychosociaux (RPS) et par celle des managers à la prévention, l'identification et l'accompagnement des personnes en difficulté. Cette culture commune et ces bonnes pratiques concrètes seront déployées auprès de tous les managers ces trois prochaines années.

73 % 
des Suntoriens se disent fiers de travailler chez SBFF et recommanderaient à des proches de venir travailler dans l'entreprise en 2025

Nos quatre usines sont certifiées ISO 45001, la norme internationale des organisations soucieuses d'améliorer la sécurité de leurs collaboratrices et collaborateurs, de réduire les risques sur le lieu de travail et de créer des conditions de travail optimales.

en action

60 mesures pour une qualité de vie sans demi-mesure

Notre accord sur la **Qualité de Vie et les Conditions de Travail (QVCT)** rassemble près de 60 mesures. Elles visent notamment à améliorer l'égalité professionnelle, l'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle, ou encore à mieux accompagner les Suntoriens dans la parentalité... Des dispositifs ont été mis en place ces dernières années, comme trois journées de télétravail par semaine pour les collaborateurs dont l'emploi du temps le permet.

Partager nos **responsabilités** avec nos fournisseurs

La chaîne de valeur de Suntory est aussi une chaîne où les valeurs humaines et professionnelles circulent entre notre entreprise et ses partenaires.

Objectif : que chacune des parties donne le meilleur d'elle-même pour le business, les personnes et la planète.

en action

Réalisation conjointe de plans de transition climat et biodiversité

SBFF a impliqué ses fournisseurs stratégiques dans la réalisation des plans de transition climat et biodiversité en 2025.

Un exercice nécessaire pour mieux comprendre nos impacts et nos dépendances, et mieux anticiper les risques.



en vedette

Identifier la maturité et les besoins de nos fournisseurs en matière de décarbonation

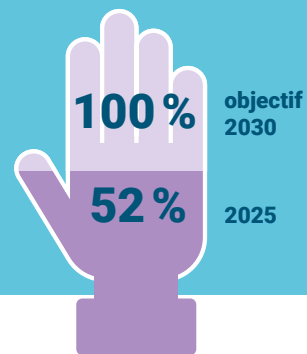
En 2025, pour la deuxième année consécutive, SBFF a conduit une campagne de collecte d'informations sur le positionnement de ses principaux fournisseurs en matière de décarbonation. Cette initiative est nécessaire pour accélérer la décarbonation de notre chaîne de valeur et réduire les émissions de notre scope 3. Elle a mobilisé 37 fournisseurs représentant environ 40 % de nos émissions au niveau européen. Cette campagne nous permet d'évaluer leur capacité à fournir des données sur leur empreinte carbone, leurs engagements en faveur du climat et leurs plans d'action de décarbonation. Une étape clé pour comprendre leur maturité et identifier le soutien dont ils peuvent avoir besoin sur ces questions cruciales pour le climat.

en action

Sedex marque des points sur nos chaînes d'approvisionnement

L'année 2025 a été marquée par l'amélioration de notre monitoring sur Sedex, la plateforme indépendante de référence sur la performance durable des chaînes d'approvisionnement, et par une hausse du nombre de fournisseurs inscrits. Fin 2025, 73 % (vs 67 % en 2024) de nos fournisseurs de matières premières et d'emballages étaient inscrits sur la plateforme. Par ailleurs, 52 % (vs 42 % en 2024) de nos fournisseurs ont fait l'objet d'un audit SMETA* au cours des trois dernières années, sans qu'aucun problème critique ou majeur n'ait été identifié** (+10 pts vs 2024).

Part de nos fournisseurs ayant fait l'objet d'un audit SMETA au cours des 3 dernières années, sans problème critique ou majeur



* Audit SMETA (Sedex Members Ethical Trade Audit).

** Les non-conformités critiques doivent être corrigées dans un délai de 6 mois, sans quoi le fournisseur est amené à être déréférencé de chez SBFF.



NOUS SOUTENONS LE PACTE MONDIAL



Pacte mondial des Nations unies

Le groupe Suntory est signataire du Pacte mondial des Nations unies, qui énonce depuis 2000 des principes universels en matière de droits de l'homme, de normes internationales du travail, de respect de l'environnement et de lutte contre la corruption. Le Pacte mondial incite les entreprises du monde entier à adopter une attitude socialement responsable en s'engageant à intégrer et à promouvoir ces principes. La signature du Pacte mondial est une démarche volontaire de la part de Suntory, qui s'engage à progresser chaque année dans chacun de ces quatre thèmes.

Société



Résultat
2025

% de collaborateurs
ayant réalisé
du volontariat

14 %

Soutien financier au
Secours populaire
français

Plus de 300 000 €

Montant arrondi sur
salaire MicroDON

Plus de 8 000 €

Rendre à la société un peu de **ce qu'elle nous offre**

SBFF incite les Suntoriens à s'engager aussi à l'extérieur de l'entreprise. Et à passer à l'action pour faire vivre l'une de nos valeurs phares : « rendre à la société » (giving back to society) !

L'éclairage de



Charlotte Gavet,
Chargée de
projets RSE



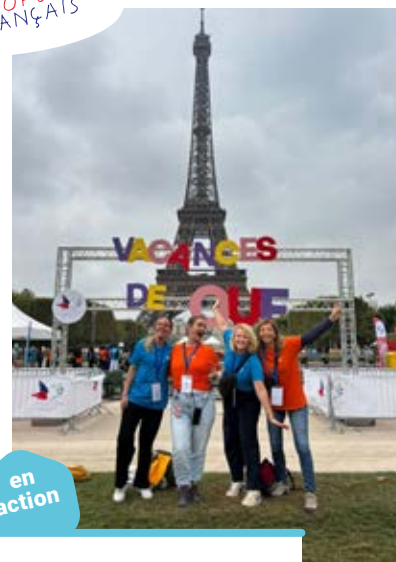
Chez Suntory, nous faisons partie de la société, et *giving back to society* (« rendre à la société ») est une valeur centrale. Le fondateur de Suntory, Shinjiro Torii, estimait en effet qu'être entrepreneur ne se résume pas à innover ou à réussir. Il s'agit aussi d'exprimer sa gratitude et de partager les fruits de son travail avec la société. Aujourd'hui encore, cet esprit de générosité nous guide et fait vivre son héritage.



en
action

Volontaires « pour de bon »

Avec un taux de participation de 14 % en 2025, notre plateforme de volontariat Together For Good a fait le plein de belles personnes pour s'engager au service des causes sociales et environnementales portées par Du Beurre dans leurs Épinards, Les Restos du Cœur, Secours populaire français, Banques Alimentaires, La Chorba, La Sauge, Veni Verdi et Wings of the Ocean. Notre plateforme d'engagement solidaire encourage le bénévolat de l'ensemble de nos collaboratrices et collaborateurs, en leur proposant de dédier une partie de leur temps de travail à ces associations.



en
action

Un goût de vacances avec le Secours populaire français

Quatre collaboratrices de SBFF ont participé bénévolement à la « Journée des Oubliés des Vacances ». Une opération portée par le Secours populaire en août 2025 pour mettre du soleil dans la vie de 40 000 enfants qui n'ont pas eu la chance de partir au cours de l'été.



en
action

Une nouvelle page s'écrit avec Dons Solidaires

En 2025, des salariés de notre site de Donnery (Loiret) ont procédé au reconditionnement solidaire de 50 000 titres d'Uni-Médias pour une association voisine : Dons Solidaires ! 14 palettes de livres ont été conditionnées. Elles étaient destinées au « Noël pour Tous » initié par cette association de redistribution de produits du quotidien aux personnes démunies.

Un pacte de sang avec IPG Mediabrands

Nous ne sommes pas de la même entreprise. Mais le même sens du collectif coule dans nos veines ! Des collaborateurs du siège de Neuilly de SBFF ont rejoint leurs voisins d'IPG Mediabrands, à trois minutes à pied de nos bureaux, à l'occasion d'une collecte de sang en novembre 2025. Organisée par l'EFS, cette opération a mobilisé 58 donneurs, dont 22 personnes qui n'avaient jamais donné leur sang.





SBFF continue de se bouger le jus pour le Secours populaire français

En septembre 2025, la marque Oasis a reversé un pourcentage du chiffre d'affaires d'une sélection de produits commercialisés en grande distribution et en hors domicile. Les clients des magasins Intermarché, Carrefour, Leclerc, Hyper U et Auchan ont été nombreux à saisir l'opportunité d'acheter deux bouteilles d'Oasis Tropical avec la promesse d'un don équivalent à 5 % du prix de vente pour le Secours populaire. Chez Metro, enseigne partenaire depuis 5 ans sur cette opération, 50 halles ont été animées et 90 kg de vêtements récoltés pour l'association. Résultat ? Un soutien financier total de plus de 300 000 € vs 290 000 € en 2024.



+40 % ! Maxi-hausse pour MicroDON

En 2025, les Suntoriens ont versé près de 4 200 € de dons issus du dispositif d'arrondi sur salaire MicroDON (+40 % vs 2024). Chaque participant a vu le montant de son don doublé par l'entreprise et a pu choisir son association bénéficiaire parmi le Secours populaire français, Tout le Monde contre le Cancer et Planète Urgence. Un micro-« zeste » pour des maxi-effets en matière de santé, de solidarité et de respect de l'environnement.

Liste des **INDICATEURS EXTRA-FINANCIERS** pour 2025

Les tableaux ci-après présentent les indicateurs quantitatifs pertinents en complément des sujets traités au sein du rapport. Les données présentées concernent les activités de Suntory Beverage & Food France [Orangina Suntory France Production (OSFP) + Orangina Schweppes France (OSF)] pour l'année 2025.

INDICATEURS SOCIAUX

INDICATEUR	UNITÉ	DONNÉES 2023	DONNÉES 2024	DONNÉES 2025
EMPLOI				
Effectif total	Nb	1 306	1 328	1 336
Effectif des hommes	Nb	865	878	888
Effectif des femmes	Nb	441	450	448
Effectif < 25 ans	Nb	39	54	60
Effectif entre 25 et 35 ans	Nb	387	390	375
Effectif entre 36 et 45 ans	Nb	406	398	382
Effectif entre 46 et 55 ans	Nb	321	332	353
Effectif > 55 ans	Nb	153	154	166
% des salariés situés en France	%	99,8	99,8	99,8
Nouvelles embauches en CDI	Nb	125	114	67
Nouvelles embauches en CDD	Nb	47	43	51

ORGANISATION DU TEMPS DE TRAVAIL

Nombre total d'heures d'absence	Nb	91 452	95 864	109 602
Taux d'absentéisme	%	3,97	4,09	6,64

SANTÉ ET SÉCURITÉ

Nombre d'accidents avec arrêt de travail	Nb	27	34	33
Nombre d'accidents sans arrêt de travail	Nb	6	8	7
Évolution du nombre d'accidents du travail avec arrêt de travail vs N-1	%	25	20	-3
Taux de fréquence des accidents du travail (OSF)	%	5,8	11,6	9,07
Taux de fréquence des accidents du travail (OSFP)	%	14,2	12,9	18,3
Taux de gravité des accidents du travail (OSF)	%	0,2	0,36	0,19
Taux de gravité des accidents du travail (OSFP)	%	0,7	0,88	1,07
Nombres d'accords collectifs signés concernant la santé et la sécurité au travail	Nb	0	0	2

INDICATEUR	UNITÉ	DONNÉES 2023	DONNÉES 2024	DONNÉES 2025
FORMER ET INFORMER LES COLLABORATEURS				
Budget consacré à la formation des collaborateurs	M€	0,91	0,91	1,25
Nombre total d'heures de formation dispensées	Nb	19 130	22 720	29 000
% de collaborateurs ayant réalisé du volontariat (programme Together For Good)	%	11,4	16,9	14

PARITÉ ET ÉGALITÉ

Pourcentage de femmes dans le Comité de Direction	%	55	50	60
Pourcentage de femmes cadres	%	48	50	49,8
Nombre d'employés en situation de handicap	Nb	25	36	30
Part des employés en situation de handicap	%	1,9	2,7	2,24

INDICATEURS ENVIRONNEMENTAUX

INDICATEUR	UNITÉ	DONNÉES 2023	DONNÉES 2024	DONNÉES 2025
UTILISATION DURABLE DES RESSOURCES				
Énergie consommée par tonne de produit fini	kWh/t	134,9	133,6	137,4
Consommation totale réelle d'électricité des usines à l'année	mWh	63 325	58 472	56 771
Consommation totale réelle de gaz des usines à l'année	mWh	59 638	55 246	54 232
Part d'électricité verte utilisée par les usines	%	100	100	100
Quantité totale de déchets produite à l'année	t	5 288	6 709	6 812
Quantité de déchets produite par tonne de produit fabriqué	kg/t	5,8	7,7	8,16
Proportion de déchets recyclés	%	85,7	88,8	92,6
Part des matériaux recyclés (RPET) dans le corps de nos bouteilles plastique	%	68	80	85
Réduction du poids des emballages PET par rapport à 2006	%	18,1	21,52	21,11
Quantité d'eau globale utilisée par litre de produit fini	L/L	1,76	1,81	1,79
Réduction de l'utilisation d'eau par litre de produit fini par rapport à 2015	%	23	20	21,15

INDICATEURS SOCIÉTAUX ET PRODUITS

INDICATEUR	UNITÉ	DONNÉES 2023	DONNÉES 2024	DONNÉES 2025
EMPREINTE CARBONE				
Émissions de CO ₂ sur l'ensemble de la chaîne de valeur (scopes 1, 2 et 3)	tCO ₂ e	454 616	410 748	373 257
Réduction des émissions de CO ₂ en valeur absolue sur l'ensemble de la chaîne de valeur (scopes 1, 2 et 3) par rapport à 2019	%	2	11	19
Émissions de CO ₂ sur les scopes 1 et 2	tCO ₂ e	14 527	13 106	11 863
Réduction des émissions de CO ₂ scopes 1 et 2 en valeur absolue par rapport à 2019	%	19	27	34
Part des émissions de CO ₂ des scopes 1 et 2	%	3	3	3
Émissions de CO ₂ des matières premières	tCO ₂ e	120 342	111 832	101 610
Part des émissions de CO ₂ des matières premières	%	26	27	27
Émissions de CO ₂ des emballages	tCO ₂ e	126 679	107 531	91 457
Part des émissions de CO ₂ des emballages	%	28	26	25
Émissions de CO ₂ des autres achats de biens et services	tCO ₂ e	42 042	41 072	40 172
Part des émissions de CO ₂ des autres achats de biens et services	%	9	10	11
Émissions de CO ₂ de transport / distribution	tCO ₂ e	70 244	67 897	62 238
Part des émissions de CO ₂ de transport / distribution	%	15	17	17
Émissions de CO ₂ des biens d'équipement	tCO ₂ e	7 655	9 360	6 809
Part des émissions de CO ₂ des biens d'équipement	%	2	2	2
Émissions de CO ₂ de la consommation	tCO ₂ e	7 441	6 530	6 511
Part des émissions de CO ₂ de la consommation	%	2	2	2
Émissions de CO ₂ de la fin de vie / recyclage	tCO ₂ e	37 819	26 870	26 844
Part des émissions de CO ₂ de la fin de vie / recyclage	%	8	7	7
EMPREINTE CARBONE				
Autres émissions de CO ₂	tCO ₂ e	27 735	26 451	25 556
Parts des autres émissions de CO ₂	%	6	6	7

INDICATEUR	UNITÉ	DONNÉES 2023	DONNÉES 2024	DONNÉES 2025
ENGAGEMENT SOCIÉTAL				
Montant total des dons en nature à des associations autour de sujets sociétaux pour lesquels l'industrie agroalimentaire est spécifiquement pertinente	€	39 964	18 913	31 656
Montant total des dons financiers à des associations	€	250 935	328 085	318 596

APPROVISIONNEMENT

% des fournisseurs ayant signé le code de conduite SBFE	%	N/A*	71	97
% des sites de fournisseurs de matières premières et d'emballages SBFE enregistrés sur Sedex	%	78	67	73
Pourcentage de nos fournisseurs SBFE ayant fait l'objet d'un audit SMETA au cours des 3 dernières années, sans qu'aucun problème critique ou majeur n'ait été identifié**	%	40	42	52
Approvisionnement en matières agricoles d'origine durable SBFE	%	62	74	64

* Les données 2022 n'incluaient que les fournisseurs principaux.

** Les données sur le total de nos fournisseurs n'ont été suivies qu'à partir de 2022.

MOINS DE SUCRE ET PLUS DE NATURALITÉ

Part de réduction de la teneur globale en sucre sur l'ensemble des boissons depuis 2015	%	14,6	20,3	25,2
Part des volumes ventes provenant de boissons à faible taux ou non caloriques (moins de 5 g/100 ml de sucre)	%	29,1	31,1	34,3
Part de boissons contenant des colorants naturels ou aucun colorant ajouté (en volume)	%	97,9	97,8	97,6
Part de boissons contenant des arômes naturels ou aucun arôme ajouté (en volume)	%	98,6	99,6	99,5
Part globale des boissons sans conservateur (en volume)	%	66,4	66,7	65

ÉTIQUETAGE DES PRODUITS

Nombre total d'incidents de non-respect des réglementations et codes volontaires concernant l'information sur les produits et les services et leur étiquetage	Nb	0	0	0
---	----	---	---	---

Glossaire

Backhauling (p. 18)

Ce mot de l'univers de la logistique désigne le fait d'optimiser chaque transport en utilisant le véhicule pour transporter un chargement au retour, en plus de la marchandise à livrer initialement.

Bilan carbone (p. 15)

Créé en 2004 par l'ADEME (Agence de la transition écologique), le Bilan Carbone® combine la comptabilisation des émissions de gaz à effet de serre (GES), directes et indirectes, avec des objectifs, des trajectoires et des actions concrètes pour les réduire.

Chaîne de valeur (p. 7, 14, 15, 16, 40, 50)

La chaîne de valeur décompose l'activité de l'entreprise en étapes et fonctions générant des coûts et contribuant à la valeur finale de l'offre.

CO₂e (p. 14, 19, 50)

Défini par le GIEC, l'équivalent CO₂ (ou CO₂e) est l'unité de référence pour comparer les émissions de Gaz à Effet de Serre selon leur « potentiel de réchauffement global » (PRG). Le dioxyde de carbone ayant été choisi comme gaz de référence, son PRG est fixé arbitrairement à 1.

Double matérialité (p. 9)

La double matérialité est un cadre d'analyse qui examine deux dimensions.

1. La matérialité financière s'intéresse aux impacts des enjeux de durabilité (changement climatique, risques environnementaux, évolutions sociétales...) sur la performance financière de l'entreprise.

2. La matérialité d'impact détermine les répercussions positives ou négatives des opérations de l'entreprise sur l'environnement, les ressources naturelles, le climat et la société en général.

L'analyse de double matérialité nécessite donc de prendre en compte à la fois la perspective interne de l'entreprise (comment les enjeux de durabilité affectent l'entreprise elle-même) et la perspective externe (comment les activités de l'entreprise affectent le monde qui l'entoure)*.

* D'après <https://portail-rse.beta.gouv.fr/>

Objectifs de Développement Durable (ODD ; p. 8)

Les ODD sont 17 engagements établis par l'ONU visant à éradiquer la pauvreté, à protéger la planète et à garantir la prospérité pour tous à l'horizon 2030. Le groupe Suntory a sélectionné 14 de ces objectifs prioritaires afin qu'ils structurent ses engagements et ses plans d'action.

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/fr/objectifs-de-developpementdurable/>

Qualité de Vie et des Conditions de Travail (QVCT ; p. 39)

La qualité de vie et des conditions de travail constitue un enjeu majeur tant pour la santé physique et mentale des équipes que pour la performance de notre entreprise. Rattachée à nos obligations de sécurité et de prévention des risques professionnels, elle aborde aussi les questions des conditions de travail, des relations interpersonnelles, de l'égalité et de l'évolution professionnelle, de la conciliation entre vie professionnelle et vie personnelle...

SUNTORY
BEVERAGE & FOOD FRANCE

Orangina Schweppes France
Suntory Beverage & Food France
52, boulevard du Parc, 92200 Neuilly-sur-Seine
RCS Nanterre B 404 907 941 – Capital social 446 036 924 €