

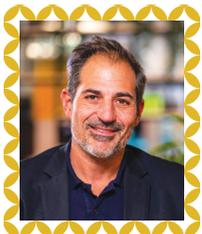
**SUNTORY**  
BEVERAGE & FOOD FRANCE

# RAPPORT DÉVELOPPEMENT DURABLE

Nos engagements et nos actions 2024



4	INTRODUCTION
14	RESSOURCES
26	BOISSONS
34	COLLABORATEURS & PARTENAIRES
44	SOCIÉTÉ
50	INDICATEURS EXTRA-FINANCIERS 2024
54	GLOSSAIRE



**Alexis Daems,**  
Directeur Général  
Suntory Beverage  
& Food France

Pas de baguette magique, mais toujours la force et la motivation de nos équipes et de nos partenaires externes, avec qui nous avançons en collaboration et dans la même direction.

Et puisqu'il est question des Suntoriens, notre immense fierté est que fin 2024, **100% de nos équipes ont été sensibilisées au réchauffement climatique** en participant à la Fresque du Climat. Un point de départ essentiel pour comprendre le sens de nos actions RSE et se mobiliser chacun à notre niveau.

Cette fierté n'est pas la seule!

2024 a aussi été l'année du lancement de notre **première expérimentation de consigne pour réemploi en grande distribution** avec Loop.

Une première étape indispensable qui nous permet d'accélérer notre stratégie 3R\* et de nous préparer à la mise en place d'un système de consigne\*\* que nous appelons de nos vœux auprès des pouvoirs publics.

Les emballages représentent une part importante de nos émissions de gaz à effet de serre (GES). En 2024, ils sont aussi le premier levier de décarbonation de notre scope 3 (44% de la baisse de nos émissions) à la faveur de **l'allègement de nos bouteilles et de l'intégration de RPET**. Le travail réalisé sur nos ingrédients et nos transports a également contribué à réduire nos émissions de CO<sub>2</sub> cette année.

Dans le même temps, notre **programme Mizuiku d'éducation à l'eau** a fait son apparition en France, pour aider et inciter les enseignants et leurs élèves à préserver cette ressource.

Enfin, allier plaisir et responsabilité passe aussi à travers la recette! Nous avons fièrement lancé une nouvelle formule d'Oasis Tropical qui a connu à l'occasion sa **5<sup>e</sup> baisse consécutive de sucre** depuis 2006 (-38% de sucre depuis 2006).

Autant d'actions que je vous invite à découvrir dans les pages de ce Rapport Développement Durable.

La raison d'être de tout ceci est d'offrir des moments de plaisir, en respectant l'Homme et la Nature. C'est un défi ambitieux, nous le savons, et nous nous levons le matin avec pour objectif de parvenir à nous en rapprocher toujours un peu plus.

\* Réduire, Recycler, Réemployer.  
\*\* Consigne mixte : pour recyclage et réemploi.

## 2024 : une année de persévérance et de fiertés

2024 a été une année chahutée pour la France avec pas moins de 4 gouvernements successifs. Dans un contexte qui aurait pu être synonyme de ralentissement ou d'immobilisme, Suntory Beverage & Food France a persévéré et maintenu le cap de ses engagements à consommer mieux et moins les ressources, améliorer ses boissons et faire grandir ses équipes et partenaires tout en rendant à la société une part de ce qu'elle offre.

## 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 7 vitamines.

\* Les vitamines C, B6 et B12 contribuent au fonctionnement normal du système immunitaire. Les vitamines C, B2, B3, B5, B6 et B12 aident à réduire la fatigue.

## Une production au cœur de nos territoires

Près de **1 300 salariés**

**1,090 Mrd €** de chiffre d'affaires en 2024

**4 sites de production** certifiés ISO 14001



Usines Siège social Site administratif Nombre de collaborateurs

# Suntory Beverage & Food France:

## FAIRE COHABITER plaisir et responsabilité

Division française du groupe japonais Suntory, Suntory Beverage & Food France (SBFF)<sup>1</sup> 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. Pétillantes ou plates, au goût sucré ou amer, **97% des boissons** proposées par notre entreprise sont élaborées en France sur **4 sites de production**.



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

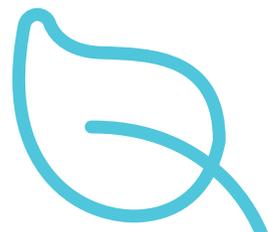
Suntory Beverage & Food et Suntory Holdings ont obtenu la note A au questionnaire du CDP (Carbon Disclosure Project) pour leur lutte contre le changement climatique (5<sup>e</sup> année consécutive) et leur gestion des ressources en eau (8<sup>e</sup> année). Ces évaluations sont délivrées en toute indépendance 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.

**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.



**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. D'ici 2030, nous nous engageons à réduire nos émissions de GES des scopes 1 et 2 de 50% et les émissions 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 émissions nettes d'ici 2050 au plus tard sur l'ensemble de notre chaîne de valeur.

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.

# NOS 4 PILIERS RSE

## et objectifs de développement durable



### RESSOURCES

RÉDUCTION DES ÉMISSIONS DE CO<sub>2</sub> POUR ATTEINDRE LE NET ZERO

CIRCULARITÉ ET DURABILITÉ DES EMBALLAGES

PRÉSERVATION DE L'EAU

RÉDUCTION DES DÉCHETS

ACHATS DURABLES

AGRICULTURE DURABLE

Nos engagement environnementaux et sociaux répondent aux objectifs de développement durable (ODD) suivants (voir aussi page 54) :



### 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



# Faire de la double matérialité une **OPPORTUNITÉ POUR MIEUX DÉFINIR** nos enjeux RSE prioritaires

Suntory Beverage and Food Europe (SBFE) s'est saisi en 2024 de la **préparation à la CSRD** (« Corporate Sustainability Reporting Directive\*») comme d'une opportunité **pour renouveler et actualiser la compréhension de ses impacts.**

L'analyse de double matérialité est un élément central de la CSRD pour quantifier tant notre matérialité financière (= l'impact des enjeux sociaux et environnementaux sur notre activité) que notre matérialité d'impact (= l'impact que nous avons sur la société et l'environnement). Nous nous sommes donc entourés d'agences de conseil en stratégie et en développement durable pour entreprendre cette analyse au niveau européen, ceci en impliquant de nombreuses parties prenantes internes et externes pour disposer de la vision la plus juste et complète possible de nos enjeux prioritaires.

Notre analyse de double matérialité a été menée conformément aux normes ESRS (European Sustainability Reporting Standards), ainsi qu'au guide Materiality Assessment Implementation Guidance de l'EFRAG.

Elle a comporté les étapes suivantes :

- Identification des sujets prioritaires (ESRS).
- Cartographie des impacts, des risques et des opportunités (IRO).
- Évaluation de l'impact et de l'importance financière des IRO.
- Validation des résultats avec les parties prenantes et les dirigeants.



## Prochaines étapes ?

Établir une cartographie détaillée de notre chaîne de valeur afin de mieux comprendre la situation de chaque impact risques et opportunités et actualiser notre analyse de double matérialité chaque année.

La démarche RSE de SBFE et de ses marchés locaux, parmi lesquels SBFF, se renforce sur la base de cette analyse robuste de nos impacts.

L'analyse de double matérialité réalisée en 2024 par SBFE a permis de déterminer une trentaine de sujets prioritaires pour cette division régionale du groupe japonais Suntory et ses marchés locaux.



\* Directive européenne sur les rapports de développement durable des entreprises.

# NOS FIERTÉS

## RSE 2024



### RESSOURCES

#### EMBALLAGES

Lancement de notre 1<sup>re</sup> expérimentation de consigne pour réemploi en GMS



#### CO<sub>2</sub>

Une baisse de nos émissions scopes 1 et 2 de -7% vs 2023 et de -24% vs 2019



### COLLABORATEURS & PARTENAIRES



#### SENSIBILISATION

100 % de nos équipes ont participé à la Fresque du Climat



#### DIVERSITÉ, ÉQUITÉ ET INCLUSION

Deux temps forts en 2024 :

- Mois des Fiertés
- Semaine pour l'emploi des personnes en situation de handicap



### SOCIÉTÉ



#### EAU

Lancement d'un programme d'éducation sur la ressource en eau

**SUNTORY mizuiku**

Education Program for Nature and Water



#### GÉNÉROSITÉ

Une mobilisation des collaborateurs et clients autour de notre valeur « Giving back to society »



+ de 200 collaborateurs volontaires



+29% de dons vs 2023



+ de 290 K€ de soutien financier

#### MOINS DE SUCRE

5<sup>e</sup> baisse de sucre sur Oasis Tropical, soit -38% de sucre sur ce parfum vs 2006



### BOISSONS

#### ORANGES

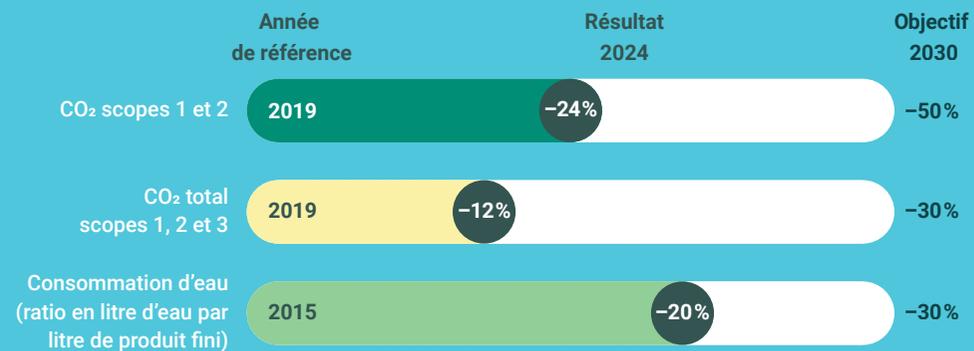
Lancement de notre partenariat avec le Cirad\* pour lutter contre la maladie du dragon jaune



\* Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement, le Cirad est un organisme français de recherche agronomique et de coopération internationale pour le développement durable des régions tropicales et méditerranéennes.



# Ressources



# RÉDUIRE notre empreinte CARBONE

Face à l'urgence climatique, nous maintenons le cap d'une réduction des émissions de l'ensemble de notre chaîne de valeur (scopes 1, 2 et 3) de 30 % à l'horizon 2030 (par rapport à 2019). Un engagement qui passe notamment par la mobilisation de nos partenaires.

L'éclairage de



Louise Brebion, responsable RSE

« En 2024, nous avons réduit nos émissions de GES de 6 % par rapport à 2023. Près de 44 % de cette baisse vient des emballages, notamment grâce aux initiatives comme l'allègement des bouteilles Oasis 1,5L ou l'intégration de toujours plus de matière recyclée dans nos bouteilles.

Pour mémoire, nous visons une réduction de 30 % des émissions sur l'ensemble de notre chaîne de valeur d'ici 2030 vs 2019 (objectif SBTi), et nous avons déjà parcouru 38 % du chemin (réduction de 11,5 % à fin 2024 vs 2019).



Réduction des émissions de CO<sub>2</sub>e (voir la définition page 54) en valeur absolue sur l'ensemble de la chaîne de valeur (scopes 1, 2 et 3) par rapport à 2019



## Engager les fournisseurs dans la décarbonation de notre scope 3

Pour accélérer sur la voie de la décarbonation de notre chaîne de valeur et réduire les émissions de notre scope 3, il est essentiel d'engager nos fournisseurs.

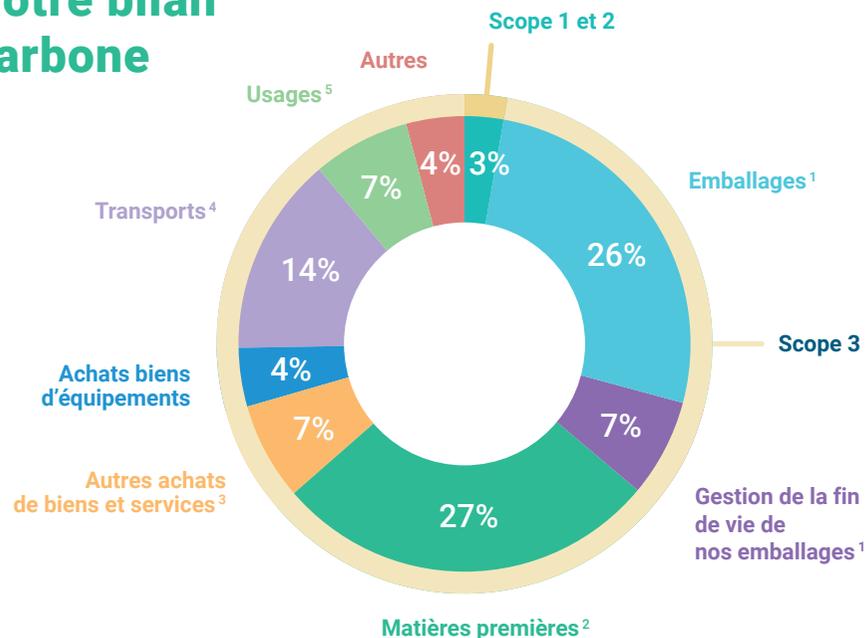
En 2024, nous avons réalisé une campagne d'engagement auprès de plus de 37 fournisseurs, représentant environ 40 % de nos émissions au niveau européen\*. Cette campagne nous a permis d'évaluer la capacité de nos fournisseurs à fournir des données sur leur empreinte carbone, leurs engagements climatiques et leurs plans d'action de décarbonation.

Une étape clé pour comprendre la maturité de nos fournisseurs et identifier le soutien dont ils ont besoin.

En 2025, nous étendrons la campagne à des fournisseurs représentant environ 70 % de nos émissions.

\* Les émissions de gaz à effet de serre couvertes concernent nos achats directs de matières premières et emballages.

## Notre bilan carbone



### SCOPE 1

Émissions directes de gaz à effet de serre qui surviennent dans les installations (usines, bureaux, etc.) ainsi que les émissions 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. Emballages : production des matériaux de packaging et transport amont.  
 2. Matières premières : culture et transformation de nos matières premières et transport amont.  
 3. Autres achats de biens et services : hors matières premières, emballages et biens d'équipements.  
 4. Transports : transports aval et intersites.  
 5. Usages : réfrigération de nos boissons.

### Un nouvel outil pour notre bilan carbone

Notre bilan carbone 2024 a été réalisé à l'aide d'un nouvel outil ESG. SPHERA comptabilise plus de facteurs d'émission (FE – voir définitions page 54) que l'outil précédent et intègre désormais certains FE supplémentaires provenant de nos fournisseurs, avec une granularité plus fine des données. À noter que le bilan présenté ici est sujet à quelques derniers ajustements potentiels.

# Rendre nos emballages PLUS DURABLES

Chez Suntory Beverage & Food France, le « R » de « RSE » est aussi celui de « Réduire », « Réemployer » et « Recycler ».  
Cette approche des 3R participe à réduire l'impact de nos packagings sur l'environnement et le climat.

## RÉDUIRE

### Alléger les bouteilles d'Oasis

En mai 2024, à la veille de l'été, les bouteilles Oasis 1,5 L ont allégé leur silhouette. Elles pèsent désormais 36 g au lieu de 42 g, soit une perte de 6 g par bouteille. Une cure de minceur qui permet d'éviter 80 tonnes de plastique par an et 112 tCO<sub>2</sub>e.



en action

### Pousser le bouchon toujours plus loin

Toutes nos bouteilles sont dotées d'un bouchon attaché depuis 2024, conformément à la directive européenne sur les plastiques à usage unique. À noter que SBFF a fait le choix d'anticiper la réglementation dès 2023 en équipant ses bouteilles de boissons plates de bouchons solidaires pour maximiser la collecte de bouchons et éviter qu'ils se perdent dans la nature. La même année, le bouchon a vu son épaisseur réduite. Cette démarche volontaire d'écoconception a permis l'économie de 750 tonnes de plastique entre 2023 et 2024.

en vedette

## RÉEMPLOYER

### Un effet Loop sur la consigne

Plusieurs grands classiques de SBFF ont rejoint l'écosystème Loop dans des magasins Carrefour fin 2024. Désormais, Orangina, Schweppes Agrumes, Schweppes Indian Tonic et Oasis Tropical sont aussi commercialisés dans des bouteilles en verre consignées de 25 cl. Objectif de cette première année d'expérimentation : engager les consommateurs à retourner leurs bouteilles vides en échange d'une consigne de 0,10 € par bouteille pour limiter le recours aux ressources naturelles et participer à limiter les déchets.



## RECYCLER

### Incorporer du plastique recyclé

Toutes nos bouteilles Oasis, Schweppes, Pulco & MayTea contiennent au moins 85 % de plastique recyclé, et Orangina les rejoindra bientôt. Cette démarche de circularité contribue à limiter l'utilisation de matières vierges et donc d'énergies fossiles.

### Participer à la réinvention du cycle de vie des plastiques

Suntory Beverage & Food France participe au consortium Carbios autour de l'entreprise éponyme développant des solutions pour réinventer le cycle de vie des plastiques à l'aide de procédés biologiques à base d'enzymes. À suivre : le démarrage de la phase d'industrialisation, qui permettra notamment de recycler des types de plastique qui ne sont pour l'instant pas recyclés par les filières.

Corps de bouteille  
**100%**  
plastique recyclé\*

### Et le bouchon et l'étiquette ?

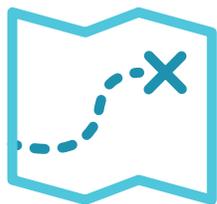
La technologie ne permet pas encore d'incorporer de matière recyclée dans les bouchons mais nous espérons que ce sera bientôt le cas !  
Et pour les étiquettes, nous explorons les solutions potentielles !

\* Oasis, Schweppes, MayTea et Pulco.



# Ouvrir la voie à des transports **MOINS CARBONÉS**

La réduction des émissions de GES de nos transports est l'une des priorités de notre trajectoire décarbonation.



objectif

**30 %**  
DE RÉDUCTION  
D'ÉMISSIONS  
DE CO<sub>2</sub>E  
D'ICI 2030  
PAR RAPPORT  
À 2019

en  
action

## Faire prendre de la vitesse à la multimodalité

En 2024, environ 250 transports (+46% vs 2023) 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 CO<sub>2</sub> par rapport au transport routier.

CHARGEMENT

LOADING

A4

en  
vedette

## Énergiser nos données !

En 2024, nous avons conclu un partenariat avec Fleetenergies pour mesurer plus précisément et en temps réel les émissions de CO<sub>2</sub> liées à nos flux logistiques. Fleetenergies emploie une technologie brevetée pour mesurer les émissions de carbone, avec l'appui de l'IA pour une précision accrue. La scale-up française permet un suivi instantané de la consommation de carburant et des émissions, grâce à la bibliothèque de données la plus complète du secteur. Objectif? Nous permettre de réduire toujours plus l'empreinte environnementale de nos transports.

## Tester le camion électrique

30 navettes entre notre usine de Meyzieu et notre entrepôt de Satolas ont été effectuées en camion électrique en 2024, à l'heure où les motorisations électriques émettent -94% de tCO<sub>2</sub>e vs le diesel.

en  
action

## (Bio)carburer mieux

En 2024, plusieurs transporteurs partenaires de SBFF ont intensifié leur usage de biocarburants. Ces carburants moins émetteurs de GES sont le B100 (à base d'huile de colza et qui réduit de 60% les émissions vs le diesel) et le BioGNV. Issu de la méthanisation, ce biométhane est en usage depuis septembre 2024 sur une boucle d'environ 200 kilomètres entre Carrefour Bâgé-La-Ville (Ain) et l'usine de Meyzieu (Rhône). À noter aussi que le HVO (biocarburant d'origine renouvelable, fabriqué à partir d'huiles végétales, résiduelles ou de déchets) a été employé sur 126 transports, économisant 68% de CO<sub>2</sub> sur ces voyages vs le diesel.

en  
perspective

## Se secouer pour mieux gérer les flux

2024 a aussi été l'année de la progression de la construction du futur entrepôt automatisé adjacent à notre usine de Donnery (Loiret). D'une surface de 12 000 m<sup>2</sup>, cette nouvelle plateforme est entrée en service en 2025 et permettra d'économiser 600 tCO<sub>2</sub>e/an en évitant aux camions des rotations vers des entrepôts situés dans l'agglomération d'Orléans. Avec 60 millions d'euros injectés dans ce projet, le groupe réalise là son plus gros investissement en Europe depuis quinze ans.

# Faire de la DÉCARBONATION un TRAVAIL D'ÉQUIPE(S)

De nos sites de production à notre force de vente, nous développons notre sens de « l'affaire de tous ». L'engagement à réduire nos émissions de gaz à effet de serre mobilise des équipes diverses au service d'un même objectif.

## LES LEVIERS DE DÉCARBONATION DE NOS USINES

### Décarbonation : les yeux dans Meyzieu

Notre usine de Meyzieu, située à proximité de Lyon, est reconnue comme l'usine la plus performante en matière environnementale parmi tous les sites de production du Groupe en Europe. Elle est la seule de nos usines françaises à être équipée d'une pompe à chaleur adiabatique. Installée en 2023, cette pompe permet à elle seule un gain de près 380 tCO<sub>2</sub>e/an.



### De l'électricité verte sur nos sites de production

Pour réduire l'impact de nos activités sur le climat, nous nous efforçons de consommer moins et mieux l'énergie. Nos contrats souscrits auprès d'EDF garantissent l'origine renouvelable de 100 % des consommations d'électricité de nos usines.

### Une certification ISO 14001 pour toutes nos usines

Nos quatre usines françaises sont certifiées ISO 14001 : la norme internationale des organisations soucieuses de définir des règles d'intégration des préoccupations environnementales dans leurs activités afin de mieux maîtriser leurs impacts.

en  
action

## Notre flotte prend le virage de l'électrique

Depuis 2023, notre entreprise propose à ses collaborateurs une flotte de véhicules alternative aux véhicules à moteurs hybrides et thermiques. 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.



## NOS FORCES DE VENTE EN ACTION

### Augmenter la durabilité de nos PLV

Le plastique gonflable de nos publicités sur le lieu de vente a été remplacé en 2024 par des matériaux biosourcés. Dans le même temps, les supports de PLV ont fait l'objet d'une réduction des matières et/ou des emballages\*. Un « zeste » qui compte pour consommer moins d'énergies fossiles responsables du réchauffement climatique.

\* -20% de carton sur nos éléments de PLV totems, angles de palette, mâts et -80% de conditionnements unitaires sur nos boxes.

### Enfin des vitrines qui jettent moins un froid !

Nous mettons à disposition de nos clients les vitrines réfrigérées parmi les moins consommatrices d'énergie du marché. Notre partenariat avec la société GreenSystems permet une réduction de leur consommation énergétique de 40 % par rapport à des vitrines standard. Les gaz réfrigérants naturels utilisés (R600 et R290) ont en outre un potentiel de réchauffement planétaire global (GWP) parmi les plus bas et ne participent pas à l'appauvrissement de la couche d'ozone.



# Préserver la ressource en **EAU**

L'engagement de Suntory Beverage & Food France de préserver la ressource en eau s'appuie sur une **analyse toujours plus précise** des consommations et sur une **gouvernance renforcée**.

en  
action



## Mieux comprendre pour mieux consommer

Pour mieux piloter la consommation d'eau, il faut mieux la comprendre. En 2024, nous avons travaillé dans ce sens dans nos quatre usines françaises. Un *Water Modeling Tool* (WMT) permet désormais de mieux analyser les usages et de mettre en place des plans d'action adaptés. Un bilan hydrogéologique a permis la même année de réaliser un état des lieux de la ressource et d'évaluer notamment l'impact du réchauffement climatique sur sa disponibilité autour de nos sites de production.

Ratio litre eau /  
litre de  
produits finis

1,59 l

objectif  
2030

1,81 l

en 2024

## EN TOUTE TRANSPARENCE

La consommation d'eau des 4 sites de SBFF n'a pas atteint l'objectif fixé en 2024. Après 7 ans de baisse continue (-22% entre 2015 et 2022) et une stabilisation en 2023, le ratio d'eau nécessaire pour élaborer 1 litre de produit reste néanmoins le meilleur ratio parmi nos business units du marché européen, et nos équipes sont mobilisées pour construire un plan d'action permettant de continuer à réduire nos consommations d'eau.

en  
perspective

## Renforcer notre gouvernance de l'eau

Afin de réduire notre consommation d'eau de 30% en 2030 par rapport à 2015, nous allons renforcer en 2025 la gouvernance dans nos installations. En plus des comités de pilotage mensuels mis en place en 2023, un référent technique a été désigné dans chaque usine et un suivi automatisé de la débitmétrie est en cours de déploiement sur chaque site.



en  
action

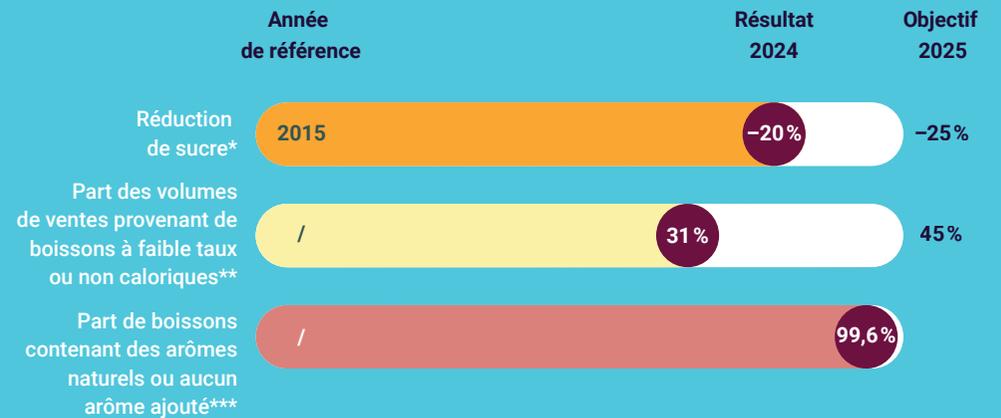
## Soutenir le Grand Parc Miribel Jonage

Notre promesse de protéger et économiser l'eau se traduit notamment par un partenariat sur 20 ans avec le Grand Parc Miribel Jonage près de notre usine de Meyzieu, à côté de Lyon. Un financement à hauteur de 100 000 € par an permet de déployer des actions de préservation de l'écosystème du site et de sensibilisation du grand public à la protection de la ressource.





# Boissons



## Trois questions à Muriel Guely, directrice R&D France et Malvine Makouche, directrice marketing France

### Quelle place occupe la réduction de sucre dans votre stratégie de marque ?

**M.M. :** La baisse de sucre est une priorité pour SBFF depuis le début des années 2000. Tout l'enjeu est d'habituer progressivement les consommateurs à déguster des produits moins sucrés, sans transiger sur la qualité, la naturalité ni la gourmandise de la recette. En 2024, la rénovation de la recette d'Oasis Tropical comporte une baisse de 15 % de sucre par rapport à 2023, sans avoir recours à des édulcorants. Notre marque iconique a donc connu 5 paliers de réduction du sucre depuis 2006, soit une baisse totale de sucre de 38 %. Au final, la dernière recette affiche 6,6 g de sucre pour 100 ml. La preuve que nous pouvons offrir des boissons plaisir délicieuses en améliorant toujours leur goût et leur recette tout en accélérant nos performances commerciales.



**Muriel Guely,**  
directrice R&D France

**Malvine Makouche,**  
directrice marketing  
France

### Avez-vous déjà des retours sur cette rénovation ?

**M.M et M.G. :** Le Groupe Suntory cultive le principe du « Gemba », qui place nos collaborateurs sur le terrain, « là où tout se passe ». Nous sommes donc extrêmement proches des consommateurs. Les tests qualitatifs et quantitatifs sont nombreux pour être certains qu'on ne baisse pas en plaisir, en qualité ni en désirabilité.

### Quels ont été les principaux défis techniques pour reformuler Oasis Tropical avec moins de sucre sans ne rien perdre du plaisir de déguster cette boisson iconique ?

**M.G. :** Nos équipes ont jonglé avec l'intensité fruitée, l'acidité et le sucre pour faire d'Oasis Tropical nouvelle formule une boisson moins sucrée, mais toujours aussi délicieuse. Pour ce faire, notre laboratoire de Neuilly-sur-Seine a combiné ses forces avec celui de Tordera, en Espagne, et notre R&D au Japon pour assembler les jus les plus gourmands, avec le moins d'additifs possibles. Notre pari (réussi) ? Faire mieux avec moins !



Oasis Tropical  
enregistre une  
baisse totale de  
**-38 %**  
de sucre  
depuis 2006

### Sur l'ensemble des boissons



Réduction de la teneur  
globale en sucre  
depuis 2015

# Cueillir les fruits des **MEILLEURES** **PRATIQUES**

Parce que la nature est le plus précieux de nos ingrédients,  
nous intensifions nos engagements  
en faveur d'une **agriculture plus durable**.

en  
action

## Contribuer à une agriculture plus durable

Fin 2024, 74 % (soit +12 pts vs 2023) des matières premières agricoles utilisées dans nos recettes étaient issues d'une agriculture reconnue pour sa durabilité<sup>1</sup>, en ligne avec notre ambition d'atteindre 100 % de matières premières durables d'ici 2030. À noter que SBFF privilégie un sourcing local pour toutes ses matières premières pouvant être approvisionnées en France. Les betteraves, desquelles est issu le sucre de nos recettes, et les pommes de Champomy sont donc 100 % françaises.

Part des matières premières agricoles durables dans nos approvisionnements



en  
vedette

## Expérimenter la transition vers une 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 ? Trouver la combinaison idéale de couverts végétaux, associations de plantes, travail du sol, apports en eau et en intrants pour restaurer et maintenir la biodiversité des sols et protéger leur capacité de production.

en  
vedette

## S'allier avec le Cirad contre la maladie des oranges

En 2024, Suntory Holdings, sa filiale européenne Suntory Beverage & Food Europe (SBFE) et SBFF se sont engagés aux côtés du Cirad<sup>2</sup> à combattre la « maladie du dragon jaune » ou Huanglongbing (HLB) : une bactériose des agrumes qui impacte les récoltes d'oranges dans ses principaux pays producteurs. Face à la menace de pénurie mondiale et à la hausse des coûts, des innovations variétales seront testées pendant 6 ans via la plantation de champs expérimentaux dès avril 2025 en Guadeloupe, puis à partir d'octobre 2025 au Brésil. Objectif ? Prolonger la durée de vie des orangers et faire durer le plaisir de déguster nos boissons...



« Nous sommes fiers d'avoir noué ce partenariat qui nous offre l'opportunité de poursuivre le déploiement de nos résultats de recherches sur le terrain. C'est à travers l'engagement collectif de tous les acteurs de la filière agrumes que nous pourrons avancer ensemble et trouver des solutions contre le HLB. »

**Raphael Morillon,**  
Directeur de Recherche  
au Cirad<sup>2</sup>

en  
action

## 1 charte, 0 pépins

Les fournisseurs de fruits frais nécessaires à l'élaboration de nos boissons prennent de la bouteille. Notre Charte Fruits les aide à définir et adopter les bonnes pratiques pour garantir que les ingrédients de nos boissons remplissent tous les critères de qualité, responsabilité et éthique.

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.

2. Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement, le Cirad est un organisme français de recherche agronomique et de coopération internationale pour le développement durable des régions tropicales et méditerranéennes.

# RESPECTER les codes d'une communication PLUS RESPONSABLE

Parce que **communiquer nous engage**, nous ne manquons pas de jus pour élaborer des campagnes représentatives de nos valeurs et de nos engagements.

## 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 soient représentatives de nos marques, de nos valeurs et de notre engagement envers nos consommateurs ainsi que la société en général. Cet outil précise notre responsabilité à l'échelle de l'entreprise : toutes nos collaboratrices, tous nos collaborateurs et partenaires sont tenus de le respecter.



## RESPONSABILITÉ

En 2018, Suntory Beverage & Food France est devenu l'un des premiers signataires du programme FAIRE de l'Union des marques. Objectif ? Formaliser et mesurer les engagements d'une cinquantaine de grandes marques à communiquer de manière plus responsable.



## EMPOWERMENT\*

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

\* Donner le pouvoir d'agir.

## TRANSPARENCE

Chez nous, pas de compétition biaisée entre agences, où un gagnant prévisible laisse dix concurrents travailler pour des prunes ! Suntory Beverage & Food France a signé la charte « La Belle Compétition » en 2021, affirmant ainsi notre engagement pour des appels d'offres transparents et équitables. Objectif ? Participer à ce que le marché français s'inscrit dans une démarche durable et de progrès.



en vedette

### « Chaque canette compte » avec Oasis et Citeo

Pour la première fois de son histoire, « Chaque Canette Compte avec Citeo » a accompagné la marque Oasis sur son Oasis Beach Tour 2024 ! Aux côtés du staff Oasis, les équipes de ce programme européen de sensibilisation au tri et au recyclage ont sensibilisé un maximum de vacanciers aux « bons zestes ». Cerise sur la canette, un PixelCan a clôturé cette tournée des plages. Le PixelCan consiste en la création d'une œuvre monumentale, participative et éphémère à partir des milliers de canettes collectées.

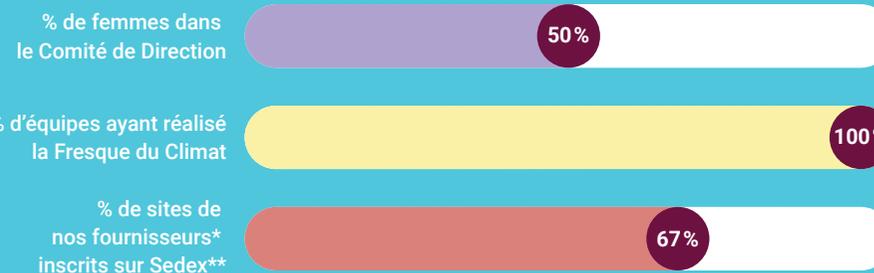




# Collaborateurs & partenaires



Résultat  
2024



# Trois questions à Valérie Giannelli directrice People & Culture



## L'Activity-Based Working (ABW) pour des bureaux plus épanouissants

### Qu'est-ce que l'Activity-Based Working (ABW) ?

Nos bureaux historiques de Neuilly-sur-Seine et nos nouveaux locaux d'Aix-en-Provence se sont convertis en 2024 à une nouvelle organisation de l'espace : l'ABW. En choisissant leur environnement de travail en fonction de leurs activités, les Suntoriens sont incités à bouger chaque jour à un endroit différent à côté de nouvelles personnes, à être en proximité avec d'autres collègues pour pouvoir continuer à s'ouvrir aux autres. C'est une dimension très connectée à l'humain, de plaisir, qui nous correspond.

### En quoi cette organisation de l'espace est reliée à la Responsabilité Sociétale de l'Entreprise ?

L'ABW est un modèle pensé pour améliorer le bien-être et la performance en contribuant à favoriser la cohésion des Suntoriens, leur sentiment d'appartenance et leur santé mentale. Tout l'enjeu est d'imaginer ensemble (comme nous l'avons fait lors d'ateliers) et de vivre au quotidien des environnements de travail qui répondent vraiment aux besoins humains et organisationnels. Dans ce sens, et parce que nous travaillons à faire de nos bureaux des lieux d'épanouissement, de collaboration et de bien-être, l'ABW s'inscrit pleinement dans la RSE de SBFF.

### Quels avantages pour les collaboratrices et collaborateurs ?

Le premier avantage est d'avoir des équipes fières de leurs locaux. Le deuxième avantage est d'être moins statique puisque l'ABW nous engage à nous déplacer et nous savons que c'est essentiel pour notre santé physique et mentale : entre autres exemples les bureaux assis/debout représentent désormais 40% de cette famille de mobilier. Enfin, le troisième avantage est de mettre la connexion aux autres au service de son bien-être et de collaborations plus transversales.

**74 %**  
des Suntorien-ne-s  
se disent fier-e-s  
de travailler chez SBFF  
en 2024



# Mieux SE (TRANS)FORMER

Chez SBFF, nous ne doutons pas un instant que nos équipes sont la **source de notre croissance**. Notre politique de formation s'applique donc à les **faire grandir en même temps** que notre entreprise.



en vedette

## S'entraîner à l'excellence opérationnelle dans nos « dojos »

Pour trouver la voie de la maximisation des performances, nos sites du Loiret et du Rhône sont équipés depuis 2024 d'espaces de formations spécifiques pour nos équipes de la Supply Chain : les « dojos ». Nul doute que ces Suntoriens passeront bientôt ceintures noires dans l'art de relever les défis à force d'apprentissage continu, d'amélioration des compétences, de collaborations et d'innovations !



en action

## Apprendre du terrain dans nos écoles internes

Deux écoles de vente (Shake Académie et O3's) et une école de l'industrie permettent à SBFF de former des professionnels au plus près de la réalité des métiers. Les écoles de vente renforcent les compétences, tant techniques que relationnelles, de nos équipes commerciales. Quant à l'école de l'industrie, elle dispense des milliers d'heures de formation en maintenance et production pour les équipes de nos usines.

## Professionaliser notre management

Organiser et diriger une équipe ne s'improvise pas ! Le programme aSCent de SBFF ambitionne de former 100 % des managers de proximité aux fondamentaux du management d'ici fin 2025. Le programme COMPASS développe quant à lui les bases du management et 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.

# Donner le **GOÛT DE L'ACTION** environnementale et climatique

Parce que « **savoir, c'est pouvoir** », SBFF convie ses collaboratrices et collaborateurs à des **sessions de sensibilisation** au développement durable.

en action

## 100 % de sensibilisation... Ou fresque !

Près de 100 % des équipes ont participé à la Fresque du Climat entre 2023 et 2024 afin de prendre conscience du fonctionnement, de l'ampleur et de la complexité des enjeux liés au dérèglement climatique. Grâce à nos 40 animateurs volontaires formés en interne, ces ateliers ont permis de faire émerger près de 750 idées directement activables sur l'ensemble de nos sites. Parmi les thèmes les plus fertiles : les déplacements entre le domicile et le lieu de travail, l'optimisation de nos emballages, la sobriété énergétique et l'alimentation...



**LA FRESQUE  
DU CLIMAT**

en action



## Mettre tous les voyants au vert avec la Green Planet Awareness Week

En novembre 2024, la troisième édition de la *Green Planet Awareness Week* a rassemblé plusieurs centaines de Suntoriennes et de Suntoriens autour du thème « *Growing your knowledge* » (« Développe tes connaissances »). Au programme et parce que « savoir c'est pouvoir » : une conférence, des forums, des ateliers de sensibilisation sur des sujets variés.

## « Qui veut gagner des millions d'infos RSE ? »

En juillet 2024, notre présentation ludique « Qui veut gagner des millions d'infos RSE ? » a incité nos équipes à prendre connaissance de nos progrès et de nos points d'amélioration en matière de Responsabilité Sociétale d'Entreprise.

# Faire de nos différences **UNE FORCE**

Respecter les différences des Suntoriennes et des Suntoriens contribue à **nourrir la différence** que SBFF fait auprès des consommatrices et consommateurs.



## L'ÉGALITÉ F/H MARQUE ENCORE DES POINTS

En 2024, les indicateurs de notre index de parité femme/homme progressent encore au sein des unités composant Suntory Beverage & Food France. Orangina Schweppes France (OSF) atteint le score de 95/100 (+6 vs 2023) et Orangina Suntory France Production (OSFP) conserve celui de 94/100 (stable vs 2023). À noter que la note moyenne des écarts de rémunération entre les femmes et les hommes déclarée par les entreprises françaises s'élève à 88/100 en 2024<sup>1</sup>.



## TRAVAILLER SUR (ET DANS!) LA DIVERSITÉ, L'ÉQUITÉ ET L'INCLUSION

Que ce soit dans la sphère publique, privée ou professionnelle, il reste un long chemin à parcourir pour atteindre plus de diversité, d'équité et d'inclusion. Pour mieux lutter contre les discriminations, SBFF a invité une spécialiste, Valérie Boas, à donner une conférence sur ce sujet en 2024. La même année, un quiz pour secouer les idées reçues sur les personnes LGBTQIA+ a été adressé à l'ensemble de nos équipes. L'objectif? Ancrer une culture d'entreprise ouverte à toutes et à tous sans crainte d'être discriminés pour ce que nous sommes.

en vedette

## FAIRE UNE PLACE AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

À l'occasion de La Semaine européenne pour l'emploi des personnes handicapées (SEEPH) de novembre 2024, SBFF a mené des actions pour que le handicap ne soit plus un obstacle à la vie professionnelle. La mise en place de DuoDay<sup>2</sup> dans nos trois usines et un quiz dédié à la SEEPH ont rythmé cette semaine de tous les possibles. À noter que notre site de Donnery (Loiret) collabore depuis plusieurs années avec l'établissement et service d'aide par le travail (ESAT) Paul-Lebreton pour l'entretien de ses espaces verts.



1. Travail-emploi.gouv : résultats 2024 de l'Index égalité professionnelle et de la représentation équilibrée.  
2. Le principe DuoDay est simple : chacun de nos sites a accueilli une personne en situation de handicap en duo avec un professionnel volontaire.

# **PRIORISER** la santé, la sécurité et le bien-être **AU TRAVAIL**

La santé, la sécurité et le bien-être au travail et notre Responsabilité Sociétale d'Entreprise (RSE) ont un dénominateur commun : **le respect de l'humain**. Ce principe fondamental guide nos actions pour aménager **des conditions de travail optimales**, au-delà de ce qu'exige la réglementation.



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 vedette

## Avec « Safeplace », faire de SBFF une zone de confort

« Safeplace », un programme inédit lancé en 2024, a permis de dresser un état des lieux de la santé mentale des Suntoriens sur la base d'un questionnaire anonyme. Objectif : faire accompagner en toute confidentialité les personnes en souffrance par notre partenaire et développer des solutions pour plus de bien-être. Des solutions qui se traduisent aussi par la formation de relais RPS (risques psychosociaux) et des managers à la prévention, l'identification et l'accompagnement de ces risques.

en action

## Renforcer la sécurité physique

Il existe encore des possibilités d'améliorer et de transformer notre culture de la sécurité. En 2024, un diagnostic indépendant des normes et processus visant à garantir la sécurité physique de nos équipes a abouti au relancement de notre programme « Zero Harm » dans nos sites de production. Prochaines étapes : étendre « Zero Harm » à l'ensemble de SBFF et réduire de 50 % notre taux de fréquence des accidents avec arrêt de travail d'ici 2026.

## QVCT : la qualité sinon rien !

Notre accord sur la Qualité de Vie et des Conditions de Travail (QVCT) regroupe près de 60 mesures visant notamment à améliorer l'égalité professionnelle, l'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle ou encore l'accompagnement dans la parentalité... Ces dernières années, de nouvelles mesures ont été actées comme 3 journées de télétravail par semaine pour les Suntoriennes et Suntoriens dont l'activité le permet, des réunions plus courtes et des créneaux sans réunion.

## Trois questions à Nathalie Bernard, responsable Achats Durables Suntory Beverage & Food Europe (SBFE)



### Comment la politique d'achats durables de SBFE s'inscrit-elle dans la stratégie RSE du Groupe et de ses entités locales ?

La part des achats est importante pour délivrer les ambitions RSE du Groupe Suntory et de ses filiales. Pour nous aider à y parvenir, la capacité de nos fournisseurs à s'aligner sur nos engagements est essentielle. La pression climatique a accéléré l'intégration d'achats plus durables au business. Il n'y pas la RSE d'un côté et le « business as usual » de l'autre. Au contraire, les enjeux convergent sous l'angle de la décarbonation, des contraintes de traçabilité ou encore de la conformité...

### Quelles sont aujourd'hui vos priorités en matière d'achats plus durables ?

Prévenir les atteintes graves envers les droits humains et les libertés fondamentales, la santé et la sécurité des personnes ainsi que l'environnement sont des priorités absolues pour SBFE, et ceci sur l'ensemble de notre chaîne de valeur. En plus d'un comportement prudent dans le choix de nos fournisseurs et sous-traitants, la décarbonation de nos activités est une autre priorité. Le sourcing de rPET au plus près de nos besoins en Europe est exemplaire de l'engagement de SBFE dans une économie circulaire.



« Il n'y pas la RSE d'un côté et les Achats de l'autre »

### Selon vous, où se situent les prochains chantiers ou opportunités d'amélioration de la fonction Achats en termes de RSE ?

L'exposition de plus en plus fréquente de notre chaîne de valeur au risque climatique (comme en Europe de l'Est ou à Valence, en Espagne, en 2024) doit nous inciter à toujours mieux cartographier les risques. L'avenir des achats plus durables passera aussi par une réflexion transversale autour des emballages réemployables. Pour faire vivre cette circularité, les Achats auront un rôle à jouer tant dans le sourcing des emballages que celui de la logistique retour.

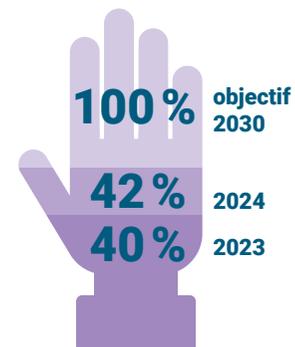
# Assurer **L'ÉTHIQUE** et la **TRANSPARENCE** de notre chaîne d'approvisionnement

Parce qu'offrir le meilleur passe aussi par **nos fournisseurs**, nous travaillons chaque jour à améliorer davantage l'éthique et la transparence de l'ensemble de **notre chaîne d'approvisionnement**.

### Faire de Sedex la garantie d'approvisionnements plus responsables

Gérer nos risques et respecter nos engagements en matière de durabilité et de conformité sont des priorités. Et ce, sur l'ensemble de notre chaîne de valeur. C'est pourquoi fin 2024, 67 % de nos fournisseurs de matières premières et d'emballages étaient inscrits sur Sedex, la plateforme indépendante de référence sur la performance durable des chaînes d'approvisionnement. Par ailleurs, 42 % 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 (+2 pts vs 2023).\*

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



NOUS SOUTENONS LE PACTE MONDIAL



### Code de conduite des fournisseurs : le code d'honneur de nos partenaires !

En tant que signataire du Pacte mondial des Nations Unies, le Groupe Suntory s'engage en faveur de pratiques commerciales équitables et promeut des achats respectueux des droits humains, du Code du Travail et de l'environnement. Notre code de conduite fournisseurs, signé par 71 % de nos fournisseurs au total en 2024 (et 100 % de nos nouveaux fournisseurs), est la déclinaison locale de cet engagement.

\* Les non-conformités critiques doivent être corrigées dans un délai de 6 mois, sans quoi le fournisseur est amené à être déréférencé de chez SBFE.  
\*\* Via l'audit SMETA (Sedex Members Ethical Trade Audit).



# Société



Résultat  
2024

% de collaborateurs  
ayant réalisé  
du volontariat

17%

Soutien financier au  
Secours populaire  
français

plus de 290 000 €

Montant arrondi sur  
salaire MicroDON

près de 6 000 €

# Rendre à la **SOCIÉTÉ** un peu de ce qu'elle **NOUS DONNE**

Les Suntoriennes et les Suntoriens ne reculent devant rien pour faire vivre notre valeur **"Giving back to society"** (« Rendre à la société »).

en  
action



## Ensemble pour la bonne cause avec Together For Good!

Avec un taux de participation de 17% en 2024 (+5,5 pts vs 2023), notre plateforme de volontariat Together For Good ne cesse d'inciter nos équipes à agir « pour de bon »!

En 2024, plus de 200 collaboratrices et collaborateurs de SBFF ont consacré bénévolement du temps à des causes qui leur sont chères grâce à notre plateforme d'engagement solidaire. Ils se sont engagés notamment aux côtés des associations Du Beurre Dans Leurs Épinards, Les Restos du Cœur, La Chorba et, sur le volet environnemental, 1 Déchet par Jour et Wings of The Ocean.



## Tous unis pour le Cleanup Day

En 2024, SBFF s'est mobilisé aux côtés de l'association World Cleanup Day et d'autres entreprises de Neuilly-sur-Seine pour un Cleanup Day en partenariat avec la municipalité. 71 participantes et participants de votre fabricant de boissons préféré mais aussi d'Allianz Trade, Groupe Colas, Group M, Leeen, Line Data, M6 et Vulcain ont bravé la chaleur pour collecter des déchets. 360 litres de déchets recyclables ont été triés afin d'être valorisés tandis que 300 litres de déchets non recyclables ont été adressés aux filières adéquates.



# Se bouger le jus pour le **SECOURS** **POPULAIRE FRANÇAIS**

SBFF poursuit son engagement auprès de l'association à travers sa marque phare Oasis pour la **quatrième année** consécutive.



**Cynthia Mérope,**  
Directrice client et offre  
de METRO France



Je me réjouis de ce partenariat renouvelé avec Suntory Beverage & Food France, qui porte haut et fort l'engagement des équipes de METRO France. Les résultats croissants illustrent leur mobilisation sans faille. Bravo à tous, et quelle fierté de partager ces valeurs solidaires!

En septembre 2024, la marque Oasis a reversé un pourcentage du chiffre d'affaires d'une sélection de produits.

Une opération soutenue par deux journées de commando, durant lesquelles près de 240 collaborateurs ont animé des points de vente en grande distribution et en hors domicile, notamment chez METRO, enseigne partenaire depuis 4 ans sur cette opération.

Ce soutien financier de 290 000 € (+13% par rapport à 2023) témoigne de l'ampleur de la solidarité déployée tant par nos collaborateurs que par nos partenaires.

MICRO  
**DON**

## MicroDON : une grande cause aux grands effets

En 2024, les Suntoriens ont versé près de 6 000 € de dons issus du dispositif d'arrondi sur salaire MicroDON (+25% vs 2023). Chaque participant a vu le montant de son don doublé par l'entreprise et a pu choisir son association bénéficiaire dans le domaine de la solidarité (Secours populaire français), de la santé (Tout le monde contre le cancer) ou de l'environnement (Planète Urgence).

# ÉDUCER À L'EAU avec Mizuiku

Le Groupe Suntory est d'autant plus conscient de la nécessité de protéger l'environnement que la nature est le **socle de ses activités**.  
Chez SBFF, les **engagements environnementaux** se conjuguent souvent avec des enjeux sociaux. Le programme Mizuiku et notre participation à l'initiative Floresta de Portel en sont l'illustration.

## mizuiku

Alors que l'eau se raréfie, il est plus que jamais nécessaire d'éduquer la jeune génération à l'importance de cette ressource vitale.

C'est l'ambition de *Mizuiku* («Éducation à l'eau» en japonais), un programme pédagogique à destination des enfants de CM1 et CM2.



Élaboré par SBFF en partenariat avec l'association Rivières Sauvages, le programme vient du Japon, où il été lancé par le Groupe Suntory en 2004. Il a depuis impliqué 580 000 enfants dans huit pays et est arrivé en France en septembre 2024. Le programme met gratuitement à disposition des enseignants des ressources pédagogiques autour de trois thèmes : le cycle de l'eau, la découverte des cours d'eau et la toile alimentaire.

[www.mizuiku.fr](http://www.mizuiku.fr)



### Lutter contre la déforestation en Amazonie

En 2024, pour la quatrième année consécutive, notre entreprise a soutenu l'initiative Floresta de Portel au Brésil. Situé à l'est de l'Amazonie, dans l'État du Pará, ce projet certifié lutte contre la déforestation de près de 200 000 hectares de forêt primaire et secondaire.

Ce projet multidimensionnel vise aussi à développer une économie locale durable. Développer des activités commerciales plus responsables et proposer des formations en agroforesterie font partie de cet engagement.

Préserver cette forêt, c'est aussi protéger la biodiversité et l'habitat d'espèces menacées comme le singe capucin, l'oncille, la loutre géante et le saki à barbe noire.



# Liste des **INDICATEURS** **EXTRA-FINANCIERS** pour 2024

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 2024.

## INFORMATIONS GÉNÉRALES

INDICATEUR	UNITÉ	DONNÉES 2022	DONNÉES 2023	DONNÉES 2024
<b>PERFORMANCE ÉCONOMIQUE</b>				
Chiffre d'affaires (OSF)	M€	1 042	1 088	1 090
Chiffre d'affaires (OSFP)*	M€	146	169	166
Part de la masse salariale distribuée en intéressement et primes (OSF)	%	18,3	17,5	13,9
Part de la masse salariale distribuée en intéressement et primes (OSFP)	%	16,5	15	14,8

\* Le chiffre d'affaires OSFP a été réalisé auprès d'OSF.

## INDICATEURS SOCIAUX

INDICATEUR	UNITÉ	DONNÉES 2022	DONNÉES 2023	DONNÉES 2024
<b>EMPLOI</b>				
Effectif total	Nb	1 282	1 306	1 328
Effectif moyen	Nb	1 273	1 302	1 321
Effectif des hommes	Nb	854	865	878
Effectif des femmes	Nb	428	441	450
Effectif < 25 ans	Nb	47	39	54
Effectif entre 25 et 35 ans	Nb	403	387	390
Effectif entre 36 et 45 ans	Nb	381	406	398
Effectif entre 46 et 55 ans	Nb	307	321	332
Effectif > 56 ans	Nb	144	153	154
% des salariés situés en France	%	99,8	99,8	99,8

INDICATEUR	UNITÉ	DONNÉES 2022	DONNÉES 2023	DONNÉES 2024
<b>EMPLOI</b>				
Nouvelles embauches en CDI	Nb	137	125	114
Nouvelles embauches en CDD	Nb	51	47	43
Licenciements	Nb	14	10	12
Montant total des rémunérations brutes (masse salariale)	k€	66 710	71 805	75 983
Augmentation de la masse salariale / effectif moyen	%	7	5	4
Montant moyen des salaires mensuels de base (13 <sup>e</sup> mois et prime vacances inclus)	€	3 554	3 809	3 854
Augmentation des salaires de base moyen	%	3,97	7,18	4,40
<b>ORGANISATION DU TEMPS DE TRAVAIL</b>				
Nombre de salariés en temps partiel au 31 décembre	Nb	27	31	31
Nombre total d'heures d'absence	Nb	109 018	91 452	95 864
Taux d'absentéisme	%	4,8	3,97	4,09
<b>SANTÉ ET SÉCURITÉ</b>				
Nombre d'accidents avec arrêt de travail	Nb	20	25	30
Nombre d'accidents sans arrêt de travail	Nb	10	5	6
Évolution du nombre d'accidents de travail avec arrêt de travail vs N-1	%	-25	25	20
Taux de fréquence des accidents du travail (OSF)	%	3,3	5,8	11,6
Taux de fréquence des accidents du travail (OSFP)	%	12,7	14,2	12,9
Taux de gravité des accidents du travail (OSF)	%	0,5	0,2	0,36
Taux de gravité des accidents du travail (OSFP)	%	0,3	0,7	0,88
Nombres d'accords collectifs signés concernant la santé et la sécurité au travail	Nb	3	0	0
<b>FORMER ET INFORMER LES COLLABORATEURS</b>				
Part des employés ayant bénéficié d'une formation durant l'année	%	90	90	91
Budget consacré à la formation des collaborateurs	M€	1	0,91	0,91
Nombre total d'heures de formation dispensées	Nb	18 210	19 130	22 720
% de collaborateurs ayant réalisé du volontariat (programme Together For Good)	%	NA	11,4%	16,9%
<b>PARITÉ ET ÉGALITÉ</b>				
Pourcentage de femmes dans le Comité de Direction	%	55	55	50
Pourcentage de femmes cadres	%	48	48	50
Nombre d'employés en situation de handicap	Nb	22	25	36
Part des employés en situation de handicap	%	1,7	1,9	2,7

## INDICATEURS ENVIRONNEMENTAUX

INDICATEUR	UNITÉ	DONNÉES 2022	DONNÉES 2023	DONNÉES 2024
<b>UTILISATION DURABLE DES RESSOURCES</b>				
Énergie consommée par tonne de produit fini	kWh/t	141,2	134,9	133,6
Consommation totale réelle d'électricité des usines à l'année	mWh	68 096	63 325	58 472
Consommation totale réelle de gaz des usines à l'année	mWh	60 930	59 638	55 246
Part d'électricité verte utilisée pour les usines	%	100	100	100
Quantité totale de déchets produite à l'année	t	5 165	5 288	6 709
Quantité de déchets produite par tonne de produit fabriqué	kg/t	5,5	5,8	7,7
Proportion de déchets recyclés	%	82,4	85,7	88,8
Part des matériaux recyclés (RPET) dans le corps de nos bouteilles plastique	%	25	68	80
Réduction du poids des emballages PET par rapport à 2006	%	17,7	17,7	21,5
Quantité d'eau globale utilisée par litre de produit fini	L/L	1,77	1,76	1,81
Réduction de l'utilisation d'eau par litre de produit fini par rapport à 2015	%	22	23	20

### EMPREINTE CARBONE

Emissions de CO <sub>2</sub> sur l'ensemble de la chaîne de valeur (scopes 1, 2 et 3)	tCO <sub>2</sub> e	504 624	456 465	427 206
Réduction des émissions de CO <sub>2</sub> en valeur absolue sur l'ensemble de la chaîne de valeur (scopes 1, 2 et 3) par rapport à 2019	%	/	-5,6	-11,6
Emissions de CO <sub>2</sub> sur les scopes 1 et 2	tCO <sub>2</sub> e	14 659	14 527	13 573
Réduction des émissions de CO <sub>2</sub> scopes 1 et 2 en valeur absolue par rapport à 2019	%	/	-18,9	-24,3
Part des émissions de CO <sub>2</sub> des scopes 1 et 2	%	3	3	3
Émissions de CO <sub>2</sub> des matières premières	tCO <sub>2</sub> e	138 286	117 949	113 274
Part des émissions de CO <sub>2</sub> des matières premières	%	27	26	27
Émissions de CO <sub>2</sub> des emballages	tCO <sub>2</sub> e	143 952	126 616	111 846
Part des émissions de CO <sub>2</sub> des emballages	%	29	28	26
Émissions de CO <sub>2</sub> des autres achats de biens et services	tCO <sub>2</sub> e	32 354	31 171	30 360
Part des émissions de CO <sub>2</sub> des autres achats de biens et services	%	6	7	7
Émissions de CO <sub>2</sub> de transport / distribution	tCO <sub>2</sub> e	68 286	63 408	61 616
Part des émissions de CO <sub>2</sub> de transport / distribution	%	14	14	14
Emissions de CO <sub>2</sub> biens d'équipement	tCO <sub>2</sub> e	17 365	15 530	18 362
Part des émissions de CO <sub>2</sub> des biens d'équipement	%	3	3	4
Émissions de CO <sub>2</sub> de la consommation	tCO <sub>2</sub> e	37 578	30 550	28 535
Part des émissions de CO <sub>2</sub> de la consommation	%	7	7	7
Émissions de CO <sub>2</sub> de la fin de vie / recyclage	tCO <sub>2</sub> e	39 217	37 819	31 626
Part des émissions de CO <sub>2</sub> de la fin de vie / recyclage	%	8	8	7

INDICATEUR	UNITÉ	DONNÉES 2022	DONNÉES 2023	DONNÉES 2024
<b>EMPREINTE CARBONE</b>				
Autres émissions de CO <sub>2</sub>	tCO <sub>2</sub> e	12 927	18 896	18 104
Parts des autres émissions de CO <sub>2</sub>	%	3	4	4

## INDICATEURS SOCIÉTAUX ET PRODUITS

INDICATEUR	UNITÉ	DONNÉES 2022	DONNÉES 2023	DONNÉES 2024
<b>ENGAGEMENT SOCIÉTAL</b>				
Montant total des dons en nature à des associations autour de sujets sociétaux pour lesquels l'industrie agroalimentaire est spécifiquement pertinente	€	361	39 964	18 913
Montant total des dons financiers à des associations	€	289 289	250 935	328 085
<b>APPROVISIONNEMENT</b>				
% des fournisseurs ayant signé le code de conduite SBFE	%	NA	NA	71
% des sites de fournisseurs de matières premières et d'emballages SBFE enregistrés sur Sedex	%	92*	78	67
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**	%	NA	40	42
Approvisionnement en matières agricoles d'origine durable SBFE	%	55	62	74

\* 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	%	10	14,6	20,3
Part des volumes ventes provenant de boissons à faible taux ou non caloriques (moins de 5 g/100 ml de sucre)	%	12,5	29,1	31,1
Part de boissons contenant des colorants naturels ou aucun colorant ajouté (en volume)	%	98,1	97,9	97,8
Part de boissons contenant des colorants naturels ou aucun colorant ajouté (en nombre de références)	%	91,1	88,9	89,7
Part de boissons contenant des arômes naturels ou aucun arôme ajouté (en volume)	%	97,8	98,6	99,6
Part de boissons contenant des arômes naturels ou aucun arôme ajouté (en nombre de références)	%	91,1	90,1	93,6
Part globale des boissons sans conservateur (en volume)	%	66,9	66,4	66,7
Part globale des boissons sans conservateur (en nombre de références)	%	79,7	75,3	76,9

### 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

## Bilan carbone

(p. 17)

Créé en 2004 par l'ADEME (Agence pour 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, 10, 11, 16, 17, 42, 43, 52)

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

## CO<sub>2</sub>e

(p. 16, 18, 20, 21, 22, 52, 53)

Défini par le GIEC, l'équivalent CO<sub>2</sub> (ou CO<sub>2</sub>e) est l'unité de référence pour comparer les émissions de gaz à effet de serre selon leur « potentiel de réchauffement global » (PRG).

- Le PRG indique la capacité d'un gaz à réchauffer l'atmosphère en fonction de sa durée de vie dans celle-ci.
- Le dioxyde de carbone ayant été choisi comme gaz de référence, son PRG est fixé arbitrairement à 1.

## CSRD

(p. 10)

La CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive) est une réglementation européenne qui renforce, élargit et transforme profondément les obligations de publication d'informations extra-financières des entreprises. Ses objectifs :

- Améliorer la transparence et la comparabilité des données environnementales, sociales et de gouvernance (ESG) des entreprises.
- Favoriser la transition vers une économie plus durable.
- Orienter les investissements vers des activités responsables et durables.
- Renforcer la fiabilité des informations grâce à un audit obligatoire des rapports de durabilité.

## Facteurs d'émissions (FE) (p. 17)

La méthode de quantification des émissions de GES passe par la définition de facteurs d'émissions (FE) permettant de convertir les données d'activité d'une organisation en tCO<sub>2</sub>e. Ces FE représentent la quantité moyenne de GES émis par une unité de référence. Ils ne permettent pas de mesurer les émissions de GES, mais de les estimer.

## Objectifs de développement durable (ODD) (p. 8)

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

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

## Qualité de vie et des conditions de travail (QVCT) (p. 41)

La qualité de vie et des conditions de travail constitue un enjeu majeur pour la santé physique et mentale des équipes autant que pour la performance des organisations. 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 « pro » et vie « perso »...

**SUNTORY**  
BEVERAGE & FOOD FRANCE

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