



PEPSICO FRANCE

Ensemble, donnons du sens à notre quotidien

**APRES SUBWAY,
PEPSICO FRANCE DEVIENT LE PARTENAIRE PRIVILEGIE
DE BURGER KING®, QUICK ET PAUL AVEC LIPTON SUR L'OFFRE DES THES GLACES**

Le 22 février 2018 – La division hors domicile PepsiCo France annonçait en novembre dernier, à l'occasion de la célébration de ses 10 ans, le gain de l'appel d'offres lancé par Subway avec l'ensemble de son portefeuille. PepsiCo France remporte une nouvelle fois la mise en devenant le partenaire privilégié des restaurants Burger King, Quick et Paul, sur l'offre des thés glacés avec la marque Lipton.

Ces belles victoires justifiées par le leadership de Lipton, n°1 des thés glacés en France avec 80% de parts de marché en volume et une croissance de 9% en 2016 (Gira), confirment définitivement la position de la marque dans le réseau hors domicile, et sa capacité à accompagner les tendances de consommations pour les années à venir.

Un double référencement historique chez Burger King et Quick en janvier...

Depuis le début de l'année, Lipton a fait son entrée chez Burger King et Quick avec deux références : Lipton Ice Tea Pêche et Lipton Green Ice Tea Saveur Agrumes, du jamais-vu pour une offre de thé glacé en hors domicile. La présence de ces deux produits permettra à la fois de répondre aux attentes des consommateurs, en quête de toujours plus de diversité et de nouvelles saveurs rafraîchissantes, mais également d'accélérer le développement de Lipton Green Ice Tea. PepsiCo France décroche un contrat de quatre ans pour approvisionner les 500 restaurants que totalisent les deux enseignes. Un plan de merchandising et des activations sont prévus tout au long de l'année pour valoriser l'arrivée des références emblématiques.

« Notre succès, incarné par ces contrats majeurs, tient à la force de la marque Lipton qui fait son entrée au cœur des plus grands noms de la restauration hors domicile, en l'espace de quelques mois seulement. Nos équipes ont eu plaisir à conquérir ces nouveaux clients, confiants dans la marque et dans la qualité des références qui composent la gamme », affirme Bruno Cazelles, Directeur du réseau hors domicile chez PepsiCo France.



PEPSICO FRANCE

Ensemble, donnons du sens à notre quotidien

... Renforcée par l'arrivée de Lipton chez Paul en mars

PepsiCo France introduira par ailleurs Lipton dans les 300 restaurants du groupe Paul à partir du 1^{er} mars 2018. Des activations sont prévues dans l'année pour animer la présence de la marque : tout d'abord, entre juin et août, avec la mise en avant de Lipton Ice Tea Pêche dans un menu sandwich le midi. La présence de Lipton a également été négociée à l'année, associée à la formule de l'après-midi. L'enseigne proposera aux consommateurs un verre de Lipton accompagné d'un chausson aux pommes Paul.

Ces deux succès confirment la belle ambition de PepsiCo France pour sa division hors domicile, qui a fêté ses 10 ans le 16 novembre 2017.



Chiffres clés

Le marché des thés glacés plats en France : + 11,8% en volume et +16,4% en valeur Full Channel CAM P13 2017 (source IRI)

Le marché des colas en France : -6,6% en volume et -6,8% en valeur Full Channel CAM P13 2017 (source : IRI)

Parts de marché volume de Lipton en hors domicile (au 1^{er} janvier 2017) : 80,2% (source GIRA 2016), en croissance de 9%

Parts de marché volume prévisionnelle de Lipton fin 2018 en hors domicile : 93%

À propos de PepsiCo France :

PepsiCo France propose un large portefeuille de boissons et de produits alimentaires qui compte des marques de renommée mondiale, comme Tropicana, Lipton Ice Tea, Pepsi, Bénédicts, Quaker, Lay's ou Doritos etc. La croissance de la filiale française de PepsiCo repose sur près de 620 collaborateurs qui avec passion, offrent aux consommateurs des produits d'une très grande qualité.

Au cœur de PepsiCo se trouve le projet « Performance With Purpose », notre vision pour réaliser des performances à long terme en intégrant la notion de durabilité dans notre stratégie commerciale, laissant ainsi une empreinte positive sur la société et l'environnement. Cette conviction nous conduit à proposer une gamme de boissons et de produits alimentaires alliant plaisir et bien-être, réduire au maximum notre impact environnemental et enfin investir auprès de nos collaborateurs et des communautés locales.

Contacts presse : We agency
Aymeric Staub aymeric.staub@we-agency.fr 01 44 37 22 18
Laetitia Abbar laetitia.abbar@we-agency.fr 01 44 37 22 29