



PEPSICO INITIE UN PROGRAMME EUROPEEN POUR DECOUVRIR ET SOUTENIR DES MARQUES EMERGENTES

***Un tout nouveau programme d'incubation récompensera les idées
les plus innovantes dans le domaine de la nutrition
avec des dotations de 25 000 € et 100 000 €***

Le 11 avril 2017 -- PepsiCo a annoncé aujourd'hui le lancement d'un appel à participation au **PepsiCo Nutrition Greenhouse**. Ce programme, destiné aux entreprises émergentes du marché des produits alimentaires et des boissons, est un incubateur collaboratif dont l'objectif est de favoriser le développement de marques dans le domaine de la nutrition, de la santé et du bien-être.

Ce nouveau programme concerne les produits destinés au marché européen et a pour ambition de mettre en avant huit marques rupturistes dans le domaine de la nutrition. Les entreprises sélectionnées bénéficieront de financements et de conseils d'experts PepsiCo, intervenant sur des marques comme Quaker, Alvalle, Naked et Tropicana. Les partenaires PepsiCo collaboreront avec ces entreprises pour les aider à exploiter tout leur potentiel. Les entrepreneurs réalisant moins de deux millions d'euros de chiffre d'affaires peuvent se renseigner sur le programme et poser leur candidature sur www.nutritiongreenhouse.com d'ici le 15 mai 2017.

Les entreprises sélectionnées recevront chacune une subvention de 25 000 € et participeront au programme d'incubation pour une durée de six mois, au travers d'évènements réels et virtuels. Elles se verront affecter un binôme, spécialiste du marché, qui les aidera à relever tous les défis et à stimuler leur développement. À l'issue du programme, une entreprise lauréate recevra un prix de 100 000 € pour poursuivre sa croissance.

Le programme PepsiCo Nutrition Greenhouse s'inscrit dans le cadre de l'engagement du Groupe en faveur de l'innovation et de la collaboration avec les entrepreneurs et les influenceurs du secteur des produits alimentaires et des boissons. **Juan Ignacio Amat, Vice-président Nutrition PepsiCo Europe de l'Ouest et Afrique subsaharienne**, et responsable du programme, explique :

« Depuis 2006, PepsiCo a entrepris de changer en profondeur son mode de fonctionnement, afin de réaliser des performances à long terme en intégrant la notion de durabilité et en étant à l'écoute des besoins de la société. Dans le cadre de ce projet d'entreprise appelé Performance with Purpose (donner du sens à la performance) nous avons notamment comme ambition de faire évoluer notre portefeuille de produits et de proposer des alternatives toujours plus saines. Notre objectif est de développer notre portefeuille Nutrition plus rapidement que le reste du portefeuille.



Les consommateurs sont de plus en plus en attente d'aliments et de boissons avec des profils nutritionnels optimisés, et cette tendance crée de formidables opportunités pour notre secteur. Grâce à nos ressources et notre présence mondiale nous pouvons initier des changements positifs et, avec notre programme « Nutrition Greenhouse », nous avons pour objectif d'accompagner certains des entrepreneurs parmi les plus talentueux du secteur des produits alimentaires et des boissons.»

Jim Andrew, senior Vice-président Global Strategy and Venturing chez PepsiCo ajoute : « Nous pensons que les populations du monde entier devraient avoir accès à des aliments pratiques, nutritifs et délicieux. Cela passera par la mise en place d'un processus collaboratif. C'est pourquoi, PepsiCo souhaite être l'acteur qui accompagne ces petites entreprises innovantes dans leur développement. Nous voulons travailler avec des entrepreneurs qui partagent notre vision Performance with Purpose pour concilier croissance, durabilité et prise en compte des besoins de la société. En collaborant et en s'appuyant sur les forces de nos entreprises respectives, nous pourrions développer la consommation de produits nutritionnels et innovants dans toute l'Europe. »

Le programme PepsiCo Nutrition Greenhouse aidera en priorité des entreprises naissantes à exploiter tout leur potentiel sur le marché, en les conseillant sur l'optimisation de leurs marques, la création de nouveaux produits, la gestion de la chaîne d'approvisionnement, le recrutement de clients et la distribution. Le programme abordera par exemple le plan de développement, la structure organisationnelle et les levées de fonds.

Pour en savoir plus ou participer, veuillez consulter www.nutritiongreenhouse.com.

Informations complémentaires sur le Programme PepsiCo Nutrition Greenhouse

Le Programme PepsiCo Nutrition Greenhouse a pour objectif de soutenir des marques naissantes dans le domaine de la nutrition en Europe, en faisant travailler ensemble des entrepreneurs et des spécialistes PepsiCo. Au-delà de l'aide financière, les entrepreneurs sélectionnés recevront les conseils des experts PepsiCo sur l'optimisation des marques, la création de nouveaux produits, la gestion de la chaîne d'approvisionnement, le recrutement de clients et la distribution. Le programme abordera par exemple le plan de développement, la structure organisationnelle et les levées de fonds.

Ce programme est ouvert aux entrepreneurs disposant d'une marque existante ou prête à être commercialisée sur le marché de la nutrition, de la santé et du bien-être. La marque ou l'entreprise proposée doit avoir un chiffre d'affaires inférieur à deux millions d'euros et ne peut pas être en concurrence directe ou indirecte avec PepsiCo ou l'une de ses marques. Les demandes d'inscription au programme peuvent être déposées en ligne et en toute sécurité sur www.nutritiongreenhouse.com, jusqu'au 15 mai 2017. Vous trouverez également sur ce site les conditions générales s'appliquant aux demandes d'inscription au programme.

Un arbitre indépendant décidera de l'admissibilité des demandes, puis un comité de sélection, composé d'experts des secteurs agroalimentaire et financier, et de spécialistes PepsiCo, procédera à l'évaluation des candidatures en se fondant sur les critères suivants :

- Caractéristiques des produits et des marques : *le profil nutritionnel, les allégations santé potentielles, l'origine naturelle ou bio, un étiquetage lisible et transparent, d'autres critères pertinents pour le consommateur, ainsi que le goût, la présentation et le rapport qualité-prix.*
- La priorité accordée à la santé du consommateur, *notamment les effets sur l'être humain, les indications pour certaines maladies et la contribution à un mode de vie sain à toutes les étapes de la vie.*
- Un modèle économique pouvant être élargi.
- La spécificité sur le marché.

Huit entreprises pourront être sélectionnées, recevoir chacune une subvention de 25 000 € et participer au programme d'incubation d'une durée de six mois. Au terme du programme, une des entreprises se verra offrir 100 000 € supplémentaires pour développer sa croissance. S'il accepte les 100 000 €, le gagnant accordera à PepsiCo en exclusivité et pendant six mois le droit de prendre une participation dans sa société selon des modalités convenues d'un commun accord.

Le portefeuille Nutrition de PepsiCo

Une composante essentielle de la démarche Performance with Purpose de PepsiCo consiste à améliorer sans cesse nos produits en faisant évoluer notre portefeuille et en proposant davantage d'alternatives nutritionnelles. Dans le cadre de l'élargissement de notre portefeuille Nutrition, notre objectif est de commercialiser plus de produits à base de céréales complètes, de fruits et légumes, de produits laitiers, de protéines, ou de produits dont la vocation est l'hydratation. À l'horizon 2025, nous souhaitons atteindre pour les produits Nutrition un rythme de croissance supérieur à celui du reste du portefeuille.

En Europe, nos marques sont leaders dans un certain nombre de catégories phares, notamment Quaker, Tropicana, Naked, Lipton/Pure Leaf, Starbucks, Gatorade, Sabra ou encore Stacy's. Par ailleurs le développement de nos marques de fruits et légumes se poursuit : lancements d'une gamme de jus pressés à froid par Naked et d'une nouvelle gamme de jus par Tropicana, tandis que Alvalle s'est vu remettre par le Ministère de l'agriculture espagnol le prix très convoité de « Saveurs d'Espagne ».

PepsiCo poursuit l'élargissement de sa gamme de produits nutritionnels, en lançant de nouvelles marques et en s'appuyant sur des marques emblématiques déjà existantes pour procéder au lancement de produits innovants :

- En Russie, un seul verre du jus de pomme J7 apporte les fibres d'une pomme entière.
- Au Royaume-Uni, la gamme Quaker Oats « Super Goodness » répond à la demande croissante des consommateurs pour des ingrédients simples et complets. La gamme comporte les Super Grains, qui apportent des protéines, des fibres et des Omega 3+, tandis que les références Super Fruits contiennent des Vitamines B6, C, D et du Zinc pour renforcer le système immunitaire.
- Tropicana Essentials Probiotics a été la première marque à commercialiser des probiotiques pour le grand public. La gamme fait partie des Innovations de l'année sélectionnées par Beverage Industry Magazine pour l'année 2016.