

Le marché des boissons rafraîchissantes à l'horizon 2020

Segments porteurs, innovations, nouveaux entrants : quelles perspectives pour le marché et le paysage concurrentiel ?

Le groupe **Xerfi** vient de publier une étude exclusive sur les marchés innovants dans les boissons. Comme chaque titre de la collection **Xerfi Research**, elle décrypte les évolutions du marché à travers une analyse détaillée des facteurs de mutation de l'offre et de la demande ainsi que des axes de développement des opérateurs. Une attention toute particulière a été accordée aux prévisions à court et moyen termes.

Grâce à cette analyse complète et opérationnelle, vous disposerez d'un véritable outil pour organiser et hiérarchiser l'information, stimuler votre réflexion et préparer vos décisions. Nous sommes à votre disposition pour vous apporter des compléments d'information concernant cette étude de référence dont vous trouverez ci-joint la présentation. Pour la recevoir, il vous suffit de nous retourner le bon de commande au verso de la plaquette ou de vous rendre directement sur notre site internet pour la télécharger immédiatement.



Téléchargez immédiatement
cette étude sur Xerfi.com

Avec le code étude 6IAA51

Jérémy Robiolle
Analyste Xerfi France

Le marché des boissons rafraîchissantes à l'horizon 2020

Segments porteurs, innovations, nouveaux entrants : quelles perspectives pour le marché et le paysage concurrentiel ?

Edition Décembre 2016
120 pages + 105 fiches d'identité

Les nouveautés se multiplient à un rythme infernal

L'heure est plus que jamais à l'innovation sur le marché des boissons sans alcool. Thés glacés artisanaux, eaux de coco, boissons relaxantes ou pour le sport, etc. : les produits à succès se multiplient à un rythme infernal depuis plusieurs années. Une effervescence largement liée aux initiatives de nouveaux entrants, à l'image de Lemonaid Beverages, Vita Coco ou encore Slow Cow. Mais les acteurs traditionnels entendent eux aussi profiter de cette dynamique, d'autant plus que l'arrivée à maturité de leur marché se précise. Encore faut-il actionner les bons leviers pour y parvenir. Car si ces niches disposent d'un potentiel de croissance indéniable, l'offre peine à se structurer et à gagner en visibilité au-delà d'une clientèle jeune et urbaine. **Quels sont les segments les plus prometteurs à l'horizon 2020 ? Comment les acteurs entendent-ils exploiter les nouvelles opportunités ? Quels opérateurs seront les mieux armés pour s'imposer ?**

Les points clés de l'étude

- **Les chiffres clés du marché et notre scénario prévisionnel exclusif à l'horizon 2020**
Dynamique du marché des boissons sans alcool, décryptage des principaux segments à succès (boissons à base de thé, *energy drinks*, jus de fruits réfrigérés, etc.), perspectives de croissance sur les 3 principales niches de marché à moyen terme.
- **L'analyse des stratégies de pénétration des marchés à succès à partir de 6 études de cas**
Création d'une marque *ex nihilo*, déclinaison d'une marque en portefeuille, acquisition d'une marque existante, partenariat avec un incubateur, développement de sa propre force de vente, recrutement d'un ambassadeur.
- **L'étude des moteurs et freins structurels de la demande**
Ressorts culturels de la consommation de boissons sans alcool, évolution des habitudes alimentaires des Français, fiscalité sur les boissons sucrées et énergisantes, températures moyennes et conditions climatiques, etc.
- **Le panorama des forces en présence**
Positionnement des acteurs par profil et par segment, fiches d'identité de 12 acteurs clés et bilan économique et financier des 105 premiers opérateurs du marché.

« Décrypter le marché et la concurrence »

La collection Xerfi Research vous propose des études approfondies sur une sélection de secteurs et marchés clés de l'économie française. Chaque titre poursuit un double objectif : dresser un panorama complet du paysage concurrentiel et analyser la dynamique du marché et de l'activité des entreprises à court et moyen termes.

En plus d'une analyse complète du marché des boissons, Xerfi vous propose ses prévisions exclusives sur les niches les plus prometteuses à l'horizon 2020. Ces prévisions reposent sur une méthodologie rigoureuse prenant en compte l'évolution de la demande (préoccupations alimentaires, situation financière des ménages), le contexte concurrentiel (concurrence intra-sectorielle, des produits substitués) et les mutations de l'offre (innovations des industriels, efforts de communication des marques, etc.).

Table des matières et contenu de l'étude

0. LA SYNTHÈSE & LES CONCLUSIONS STRATÉGIQUES

Cette synthèse attire l'attention du lecteur sur les conséquences de la modification de l'environnement économique, les tendances majeures, les évolutions prévisibles, en tirant parti de l'ensemble des analyses sur les perspectives du marché et des stratégies des opérateurs.

1. L'ANALYSE ET LES PERSPECTIVES DU MARCHÉ

- 1. LA MÉTHODOLOGIE D'ANALYSE ET LES DÉTERMINANTS DU MARCHÉ**
 - La méthodologie d'analyse du marché
 - Les principaux déterminants du marché : les préoccupations alimentaires des Français, les conditions météorologiques, la situation financière des ménages, les prix de vente, la fiscalité sur les boissons sucrées ou énergisantes, la concurrence des substitués, les innovations des industriels, les efforts de communication des marques, l'offensive des MDD
- 2. LE MARCHÉ DES BOISSONS SANS ALCOOL JUSQU'EN 2016**
 - Les ventes totales de boissons sans alcool en GSA
 - Les ventes totales de boissons sans alcool par segment
- 3. LES SEGMENTS DE MARCHÉ ET LES PRODUITS À SUCCÈS**
 - Les *soft drinks* : focus sur les boissons à base de thé et les *energy drinks*
 - Les eaux en bouteille : focus sur les eaux aromatisées
 - Les jus de fruits et légumes : focus sur les jus réfrigérés
 - Les sirops et concentrés : focus sur les concentrés pour boissons
 - Les panachés et bières sans alcool : focus sur les bières sans alcool
- 4. LE SCÉNARIO PRÉVISIONNEL ET LES OPPORTUNITÉS À MOYEN TERME**
 - Les ventes totales de boissons sans alcool en GSA à l'horizon 2020
 - Les principales opportunités du marché à l'horizon 2020 : les boissons pour le sport, les eaux de coco, les jus à l'aloë vera, les boissons relaxantes

2. COMPRENDRE L'ENVIRONNEMENT DU MARCHÉ

- 1. LES MOTEURS ET FREINS POLITIQUES**
 - Les plans nationaux de nutrition (programme national nutrition santé, plan obésité, etc.) et leurs effets sur la composition du panier alimentaire moyen des Français
 - Les politiques de lutte contre l'alcoolisme et leur incidence sur la consommation individuelle de boissons alcoolisées
- 2. LES MOTEURS ET FREINS ÉCONOMIQUES**
 - Le poids des dépenses pré-engagées et les arbitrages des ménages (1960-2015)
 - Le pouvoir d'achat des ménages (2012-2016e)
- 3. LES MOTEURS ET FREINS DÉMOGRAPHIQUES**
 - Le nombre de personnes âgées (2005-2016e)
 - Le nombre de personnes en surpoids ou atteintes de diabète (2008-2014)
- 4. LES MOTEURS ET FREINS SOCIO-CULTURELS**
 - Les ressorts culturels de la consommation de boissons sans alcool : comparaisons européennes selon les catégories de produits
 - Les critères discriminants de la consommation alimentaire : prix, qualité gustative, provenance, composition nutritionnelle, etc.
 - Les nouvelles habitudes alimentaires des Français
- 5. LES MOTEURS ET FREINS ENVIRONNEMENTAUX**
 - Les températures moyennes en France
 - Les événements climatiques et leurs effets sur les prix des matières premières
- 6. LES MOTEURS ET FREINS LÉGISLATIFS**
 - La fiscalité sur les boissons sans alcool
 - La réglementation sur les allégations

3. LES PRINCIPAUX LEVIERS D'INNOVATION ET LES INITIATIVES DOMINANTES DU MARCHÉ

- 1. LES LEVIERS D'INNOVATION ET DE DIFFÉRENCIATION DANS LES BOISSONS**
 - Jouer sur l'origine et la composition : la reformulation des principales références de Coca-Cola, PepsiCo et Suntory

Dans cette étude, vous trouverez une analyse détaillée du paysage concurrentiel sur le marché français. Selon Xerfi, le marché est dominé par de grands industriels multi-marques, à l'image de Coca-Cola, Nestlé, Danone ou encore Suntory. À leurs côtés évoluent toute une myriade d'acteurs français ou étrangers positionnés sur des niches de marché. Certains d'entre eux font appel à des incubateurs tels que Solinest ou Fresh Food Village pour que leurs marques soient mieux référencées et gagnent en visibilité auprès des consommateurs.

Pour compléter l'analyse, les experts de Xerfi ont décrypté les leviers actionnés par les industriels pour pénétrer une catégorie ou une niche en croissance. Ces leviers diffèrent selon les acteurs. Les acteurs historiques peuvent créer une marque *ex nihilo*, décliner une marque de leur portefeuille ou acquérir une marque existante. Quant aux nouveaux entrants, ils privilégient trois types de stratégies : nouer un partenariat avec un incubateur, développer leur force de vente, recruter un ambassadeur.

- Jouer sur les parfums : l'enrichissement de l'offre de la marque *Lipton Ice Tea*
- Jouer sur les formats : le renouvellement des packagings par la marque *Teisseire*
- Les autres leviers : jouer sur les modes de distribution, l'aménagement des rayons, les supports de communication, la promesse de valeur, le ton utilisé, etc.

2. COMMENT PÉNÉTRER UNE CATÉGORIE OU UNE NICHE EN CROISSANCE ?

- Les stratégies des acteurs historiques du marché : créer une marque *ex nihilo* (étude de cas de *MayTea*), décliner une marque de son portefeuille (étude de cas de *Innocent*), acquérir une marque (étude de cas du groupe Danone)
- Les stratégies des nouveaux entrants : s'associer à un incubateur (étude de cas du partenariat entre *Lemonaid Beverages* et *Alterfood*), développer sa propre force de vente (étude de cas de *Vita Coco*), recruter un ambassadeur (étude de cas de *VaiVai* et *Vitamin Well*)

4. LES FORCES EN PRÉSENCE

1. LES FICHES D'IDENTITÉ DES INDUSTRIELS

Groupe Alma ; Nestlé, Danone ; The Coca-Cola Company ; Suntory ; PepsiCo ; Britvic ; Eckes Granini

2. LES FICHES D'IDENTITÉ DES INCUBATEURS

- Solinest ; Fresh Food Village ; Bergams ; AlterFood Drinkyz

5. INDICATEURS ÉCONOMIQUES ET FINANCIERS DES ENTREPRISES

Cette partie vous propose de mesurer, situer et comparer les performances de 105 sociétés du secteur à travers les fiches synthétiques de chacune d'elles (informations générales, données de gestion et performances financières sous forme de graphiques et tableaux, positionnement sectoriel de la société) et les tableaux comparatifs des 105 opérateurs selon 5 indicateurs clés.

Les données présentées portent sur la période 2011-2015, selon la disponibilité des comptes. 88% des comptes non consolidés 2014 et 56% des comptes non consolidés 2015 des sociétés étaient disponibles au moment de la publication de l'étude.

LES PRINCIPAUX GROUPES ET SOCIÉTÉS CITÉS DANS L'ÉTUDE

- AGRIAL
- ALTERFOOD DRINKYZ
- ANDROS
- ARIZONA BEVERAGES
- BAVARIA
- BEAUTIFUL BRANDS
- BERGAMS
- BRITVIC
- CARLSBERG
- DANONE
- DEVEUROP
- ECKES GRANINI
- FOREZIA
- FRESH FOOD VILLAGE
- FRUITS ET SAVEURS
- GEYER FRERES
- GROUPE ALMA
- GROUPE ROUTIN
- HEINEKEN
- IBB
- LA MARTINICAISE
- MICHEL ET AUGUSTIN
- MONIN
- NESTLE
- OGEU GROUPE
- PEPSICO
- RED BULL
- SOLINEST
- SUNTORY
- THE COCA-COLA COMPANY
- VAIVAI

PRINCIPALES SOCIÉTÉS INDUSTRIELLES DONT LES COMPTES SONT TRAITÉS DANS L'ÉTUDE (*)

- AQUA SERVICE REUNION
- AQUAMARK
- ARDECH'OISE
- ATELIER PATRICK FONT
- BAHIA DRINK COMPANY
- BHARLEV INDUSTRIES
- BIOGROUPE
- BISSARDON JUS DE FRUITS
- BOISSONS LE BOIS BORDET
- BRIC FRUIT
- CACOLAC
- CHATEAU DE CLAU
- CIE DE VICHY
- CILAO
- COCA COLA PRODUCTION
- COCA-COLA ENTREPRISE
- CUEILLEUR DE DOUCEURS
- DECO JUS
- DENEL
- DETOX DELIGHT PARIS
- DOMAINE DE LAFFITTE
- DOMAINE DE SAIL LES BAINS
- EAU DES ALPES
- EAUX MINÉRALES GAZEUSES DE SAINTE MARGUERITE
- ECA EUROPE
- EDENA
- ENTREPOT DE LA BEAUCE
- ETS CHAN OU TEUNG
- ETS GAYRAL
- EUREAU SOURCES
- EVIAN
- EYGUEBELLE
- FRUITE
- FRUITIS
- GARGOUIL
- GASPARD ET LIOTARD
- GRAND SUD PRODUCTIONS
- GUIOT
- INFUSION COMPANY
- JFD
- JUBI
- JUNATUR
- JUS & JUICE
- JUS DE POMME
- JUS DE POMME DE LORRAINE
- JUS DE POMME DES ARDENNES
- KARIO
- KOKABARRA JUICE
- LA BOULEVERSANTE
- LA SOURCE
- LA SOURCE DU VERGER
- L'ABELLE
- LE PERE BAPTISTE
- LES ATELIERS RENOVA
- LES JARDINS DE L'ORBRIE
- LES JUS DE MARMANDE
- L'EUROPÉENNE D'EMBOUEILLAGE
- LOG SUD REUNION
- MATAHI COMPANY
- MENEAU
- MONTE BACCO GROUP
- NECTARDECHOIS
- NECTARS
- DE BOURGOGNE
- NESTLÉ WATERS SUPPLY CENTRE
- NESTLÉ WATERS SUPPLY EST
- NESTLÉ WATERS SUPPLY SUD
- OUTOX INTERNATIONAL
- PAROT
- PÉRIFRUIT
- PRESOIR DE NORMANDIE
- PRESOIR DU PILAT
- RIEME BOISSONS
- ROUTIN
- SANZ
- SAUTTER POM OR
- SAVEURS FRUITIERES D'ANTAN
- SETAA
- SGESM
- SI BIO
- SNEBNG
- SOJUFEL PROVENCE PRODUCTION
- SPIRIT & FRUITS
- STÉ BOISSONS FABRICATION
- STÉ CHUNG-FA ET CIE
- STÉ D'EMBOUEILLAGE EAU MINÉRALE DIDIER
- STÉ DES BAINS DE PROIAC
- STÉ DES EAUX DE VOLVIC
- TEISSEIRE FRANCE
- TOURNAINE JUS DE POMMES
- UNISOURCE
- VITAMONT

(*) Liste non exhaustive

Pour recevoir votre étude **IMMEDIATEMENT**,
COMMANDEZ directement sur : **XERFI.COM**

- ❶ Rentrez le **code 6IAA51** dans la barre de recherche pour la retrouver
- ❷ Achetez l'étude directement par carte bancaire
- ❸ Recevez votre étude en format pdf sur votre compte client xerfi.com

Pour toutes **PRESTATIONS PERSONNALISÉES** (présentation, étude sur mesure, etc.), contactez Laurent Marty, Directeur Associé, lmarty@xerfi.fr

Ces études pourraient également vous intéresser

- **La fabrication d'emballages pour boissons**
6MET10 – Octobre 2016
- **La fabrication de boissons rafraîchissantes**
5IAA35 – Mars 2016

Retrouvez sur le site xerfi.com le plus vaste catalogue d'études sur les secteurs et les entreprises



BON DE
COMMANDE

A retourner à :

Groupe Xerfi 13-15 rue de Calais 75009 Paris
Téléphone : 01 53 21 81 51
Email : commande@xerfi.fr

Réf : 6IAA51 / XR

Le marché des boissons rafraîchissantes à l'horizon 2020

Segments porteurs, innovations, nouveaux entrants : quelles perspectives pour le marché et le paysage concurrentiel ?

INFORMATIONS CLIENT

Nom : _____
Prénom : _____
Fonction : _____
Société : _____
Adresse : _____
Code postal : _____
Ville : _____
Adresse email : _____
Téléphone : _____
TVA Intra : _____
N° SIRET : _____

Facture avec la livraison. Le taux de TVA applicable est celui en vigueur à la date d'émission de la facture. En cas de litige, il est fait attribution exclusive au Tribunal de Commerce de Paris.
Tarifs valables jusqu'au 31/12/2017 (TVA 5,5%).

MODE DE RECEPTION DE L'ETUDE COMMANDEE

Version papier (classeur)	Version électronique (fichier pdf)	Version électronique + version papier
1 600,00 € HT	1 600,00 € HT	2 000,00 € HT
1 688,00 € TTC	1 688,00 € TTC	2 110,00 € TTC



MODE DE REGLEMENT CHOISI

- dès réception de l'étude et de la facture
- par carte bancaire sur www.xerfi.com
- par chèque joint à l'ordre de XERFI-DGT

Date, signature et cachet :

XERFI-DGT SAS au capital de 5 786 051 euros - 13-15 rue de Calais 75009 Paris
RCS Paris B 523 352 607 - TVA intracommunautaire : FR22523352607