



## **FUTURE BRANDS, L'INCUBATEUR DES PETITES MARQUES INNOVANTES DE PEPSICO FRANCE, SIGNE UN ACCORD DE PARTENARIAT AVEC LE DISTRIBUTEUR FOOD DISTRICT**

**Le 24 mai 2018 – PepsiCo France annonce un accord de partenariat avec le distributeur Food District pour optimiser la présence des petites marques innovantes de son incubateur Future Brands dans les lieux de vente sélectifs et haut-de-gamme.**

Future Brands, la nouvelle division d'incubation interne à PepsiCo France, a pour objectif de lancer sur le marché français des marques « pépites » du Groupe dont la distribution répond à des stratégies et des cibles particulières. Modèle hybride puisant sa force dans l'expertise de PepsiCo et son agilité dans son organisation en mode start-up, Future Brands, composée d'entrepreneurs audacieux, a pour ambition de lancer plusieurs marques par an, aussi bien au rayon des boissons que des produits salés apéritifs.

Le choix de ces marques est issu d'une sélection rigoureuse : elles répondent à des tendances de consommation actuelles, sont innovantes, apportent de la valeur au marché et pour certaines définissent les nouvelles catégories de demain. Toutes reposent sur un ADN bien spécifique et sont porteuses d'une histoire et de valeurs fortes.

Ces marques requièrent un accompagnement et une stratégie de distribution spécifique. Par exemple, les lieux de consommation où elles sont proposées doivent être en phase avec leur positionnement.

Dès lors, Future Brands a décidé de nouer un partenariat avec Food District pour renforcer les positionnements de *Pure Leaf* et de *Naked* dans des réseaux de commercialisation très sélectifs à Paris et sa région. Future Brands se fixe comme objectif d'accroître le nombre de points de vente et de générer un chiffre d'affaires additionnel sur ces deux marques dans les boutiques et chaînes de restauration premium, les bars branchés, les kiosques, et les boulangeries notamment.

Des lancements de nouveaux produits et de nouvelles marques sont prévus d'ici la fin de l'année et intégreront le réseau de distribution de Food District.

*« Food District nous apporte une connaissance pointue des réseaux de distribution premium et un savoir-faire commercial et logistique »,* affirme Isabelle Sanner, Directrice France de Future Brands. *« En retour, nous apportons à Food District un partenariat solide. En effet, grâce à nos*



*lancements annuels, nous contribuerons au renouvellement du portefeuille de notre partenaire.»*

### **Une stratégie de partenariats audacieuse**

Food District incarne une nouvelle expression de la capacité de PepsiCo France à nouer des partenariats avec des acteurs spécialisés dans certains circuits de distribution pour des lancements stratégiques. Déjà, pour commercialiser sa boisson *Gatorade* en dehors des circuits traditionnels, PepsiCo France s'est adossé à 100% Sport Business, société fondée par l'ancien directeur commercial Europe de PepsiCo. Cette société est spécialisée dans le positionnement de produits de grandes marques de sport.

Dans la même lignée, PepsiCo France n'a pas hésité à mutualiser son portefeuille de boissons avec Danone Eaux France depuis 2016 pour renforcer son ancrage dans les circuits hors domicile dans le Grand Paris.

### **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.*