



Créer sa marque de boisson énergisante : tout savoir

Comment créer sa marque de boisson énergisante ou énergétique ? Quelles sont les étapes et les facteurs clés de succès ? Comment commercialiser sa boisson ? Quelle est la législation ?

Les boissons énergisantes ou « **energy drinks** » sont des boissons rafraîchissantes (soft-drinks) qui revendiquent un effet booster et revigorant. Très à la mode, elles visent des populations essentiellement jeunes et actives.

Les boissons énergisantes contiennent souvent de la caféine, de la taurine (une substance autorisée en France à partir de 2008), du thé, ou encore divers extraits de plantes.

Remarque : Il faut distinguer « boissons énergisantes » et « boissons énergétiques », ces dernières étant réservées aux sportifs.

Créer sa marque de boissons énergisantes nécessite de **maîtriser de nombreux paramètres**, parmi lesquels le marketing, la relation avec les sous-traitants, la réglementation, la logistique ou encore le développement commercial.

WikiCrea vous donne les clés pour réussir dans cette aventure !

Le marché et les tendances des boissons énergisantes en France.

Les boissons énergisantes se sont véritablement démocratisées en France à partir de 2008, dans le sillage de la marque Red Bull. D'abord réservées à un public jeune ou adolescent, un temps menacées d'interdiction, elles ont fini par s'adresser à un public plus large.

Voici les principales caractéristiques du marché français des boissons énergisantes :

- le marché pèse **160 millions d'€** environ, ce qui reste faible comparé au marché des sodas par exemple,
- le prix moyen unitaire est de **1,80 €**,
- dynamique, le marché des boissons énergisantes croît de **5 à 10% par an**,
- le taux de pénétration des energy-drinks dans la population n'est encore que de **10%** : le potentiel de marché reste important,
- les boissons énergisantes sont désormais présentes en grande et moyenne surface au côté des sodas, mais se distinguent par un niveau de gamme plus élevé,
- les grands formats se développent,
- les grandes marques de boissons énergisantes communiquent de plus en plus autour des sports extrêmes, et de moins en moins autour de leur caractère sulfureux du départ.

On note aussi l'apparition des tendances suivantes :

- la **baisse des taux de caféine**, pour éviter le paiement de taxe sur les produits hypercaféinés (voir plus bas),
- l'apparition de **boissons énergisantes « saines »** : sans taurine, à base d'ingrédients naturels et bios (thé, stévia, ginseng, ginko, maté, guarana...),
- la multiplication des **boissons aromatisées**, présentant une diversité de goûts,
- l'intérêt pour la **clientèle féminine**, avec des produits allégés en sucre.

Voici quelques exemples de marques de boissons énergisantes, petites ou grandes :

- [Owl Black](#)
- [Dark Dog](#)
- [Monster Energy](#)
- [Crazy Tiger](#)
- [Atomic Drinks](#)

Red Bull représente 50% des ventes environ. On note aussi l'apparition de marques de distributeurs.

Boissons énergisantes : la réglementation et les taxes spécifiques.

Les boissons énergisantes ne constituent pas une catégorie spécifique de boisson selon la loi, la réglementation qui s'applique est celle des boissons rafraîchissantes, **cependant** :

- elles sont soumises à une déclaration obligatoire à la DGCCRF pour contrôle de conformité,
- la mention « *teneur élevée en caféine, déconseillé aux enfants et aux femmes enceintes ou allaitantes* » est obligatoire pour les boissons contenant plus de 150 mg par litre de caféine (les autorités recommandent un apport quotidien en caféine de 400 mg maximum),
- **elles font l'objet de taxes spécifiques** si elles contiennent des sucres ajoutés, des édulcorants de synthèse (boissons light), ou de la caféine. Concernant la caféine, la taxe s'applique si le taux est supérieur à 220 mg/L. **La taxe est de 103 € par hectolitre**. A noter que la taxe entre dans la base de calcul de la TVA.
- enfin, la vente de boissons énergisantes hypercaféinées est interdite dans les établissements scolaires.

Les boissons énergisantes sont surveillées de près par les autorités : du fait de leur fort dosage en caféine ou taurine, elles peuvent provoquer des **effets secondaires** comme la

tachycardie, l'insomnie ou des phénomènes de dépendance. L'usage lors d'efforts physiques intenses et le mélange avec l'alcool sont aussi pointés du doigt.

Les boissons énergisantes ne sont pas conseillées pour certaines populations (enfants, femmes enceintes, personnes âgées...).

Enfin, des obligations seront à respecter concernant l'**étiquetage** des produits.

La TVA sur les boissons énergisantes.

Les boissons énergisantes, comme toutes les boissons non alcoolisées, sont soumises :

- au taux de TVA de **5,5 %** si elles sont vendues en bouteille ou canette,
- au taux de TVA de **10 %** si elles sont à emporter et servies dans des contenants ouverts (gobelets en plastique par exemple).

Créer sa marque de boisson énergisante : les étapes.

Voici les principales étapes pour créer une marque de boisson énergisante :

1. Faire une [pré-étude de marché sur le segment visé](#),
2. **Imaginer le produit et l'univers de marque** : nom de marque, couleurs, slogan, positionnement. C'est bien sûr une étape essentielle et déterminante pour la suite !
3. Pour valider vos choix marketing, élaborer et diffuser un [questionnaire d'étude de marché](#),
4. Vérifier la disponibilité du nom de marque et le déposer ([voir notre article dédié](#)),
5. **Vous n'allez peut-être pas produire vos produits vous-même. Il faudra donc identifier les partenaires fournisseurs et sous-traitants.** A noter que certaines sociétés proposent une offre globale, allant de la conception de votre produit à la production elle-même : par exemple Energydrink, Creadrinks ou encore Chic Boissons.
6. Élaborer un [plan financier](#) et un [business plan](#) ; rechercher des financements et mobiliser les [aides](#) éventuelles. Pourquoi pas lancer une opération de [crowdfunding](#) ?
7. Choisir son [expert-comptable](#),
8. Choisir un [statut juridique \(cliquez pour en savoir plus\)](#),
9. Élaborer les **outils commerciaux** et le plan de communication,
10. Créer les **éléments graphiques** : photos, étiquettes, [logo](#), plaquettes, cartes de visite, site internet,
11. Contacter la DGCCRF et se conformer aux **aspects réglementaires**,
12. Rechercher un **local commercial ou de stockage**,
13. [Créer l'entreprise](#) auprès de la Chambre de Commerce,
14. Créer des [codes-barres](#),
15. Lancer la **production et la commercialisation**,
16. Organiser un **événement** de lancement.

Les clés de la réussite pour le lancement d'une marque de boisson énergisante.

1. **Adoptez un positionnement très clair.**
 - Il est conseillé d'adopter un positionnement de niche pour tirer son épingle du jeu.
 - Soyez créatif et sachez écouter les dernières tendances.
 - Ne faites pas l'économie d'une étude de marché très poussée.

2. **Choisissez une eau et des ingrédients de qualité, et sachez les mettre en avant.**
3. **Prévoyez plusieurs références, et un lancement échelonné pour créer l'événement au fil du temps.**
4. **Réussissez à vous développer.** Pour cela, pensez à ouvrir votre capital.
5. **N'oubliez pas la clientèle féminine.**

Créer sa marque de boissons énergisantes : quel statut juridique ?

Nous vous conseillons de **créer une société** plutôt qu'une auto-entreprise ou une entreprise individuelle :

- une **EURL** si vous êtes seul,
- une **SARL** si vous êtes plusieurs.

Si vous souhaitez éviter la Sécurité sociale pour les indépendants (ex RSI) et si vous prévoyez d'importants investissements, préférez le statut **SASU-SAS** (cliquez pour en savoir plus). Vous pouvez aussi opter pour une **SASU ou SAS à capital variable**.

Créez votre entreprise directement en ligne.

WikiCréa a sélectionné **Legalstart** pour vos formalités de création d'entreprise en ligne, tout simplement parce qu'il s'agit de l'offre la plus complète et la moins chère du marché. [Cliquez ici pour en savoir plus et débiter vos démarches en ligne.](#)

Des fichiers Excel pour gérer votre entreprise (gratuit).

WikiCréa a mis au point des outils Excel gratuits pour gérer votre entreprise :

- un modèle de **plan financier**, indispensable pour obtenir des financements : [cliquez ici](#),
- un **facturier** permettant d'établir devis et factures : [cliquez ici](#),
- un **document de suivi du chiffre d'affaires**, **obligatoire en micro-entreprise** : [cliquez ici](#),
- un **modèle de suivi de trésorerie** : [cliquez ici](#).

Voir aussi notre article : [Créer une marque de bière artisanale](#)