



RAY **JUST**
ENERGY

PARTENAIRES 2014

SOMMAIRE

INTRODUCTION	04
SOCIÉTÉ	06
LES PRODUITS.....	08
EN TANT QUE DISTRIBUTEUR	10
POSITIONNEMENT TARIFAIRE	12
MARKETING	14
RAY ATTITUDE	16
PLAN DE COMMUNICATION MULTICANAUX	18
RÉSEAUX SOCIAUX	20
AMBASSADEURS	22
CHARTRE ETHIQUE	24
EXPANSION MONDIALE	26
CONTACTS	30

INTRODUCTION

Nous tenons à souhaiter la bienvenue à nos futurs distributeurs, nos partenaires commerciaux et à toutes les personnes qui ont manifesté leur intérêt pour notre marque et son expansion mondiale.

Etant une marque relativement jeune, RAY s'efforce d'innover dans le secteur, en constante expansion, des boissons énergétiques, non seulement par sa formule unique à base de composants naturels, mais aussi par son "ADN" de marque créative qui permet à RAY de se différencier par rapport aux autres produits existants sur le marché.

Nous avons terminé le processus de certification de nos ingrédients qui conviennent aux végétariens, sont à base d'ingrédients naturels et sont même certifiés Hallal. RAY est disponible en trois saveurs différentes pour satisfaire tout le monde: **citron & menthe, fraise & raisin et saveur classique**. Nous vous invitons à les goûter, vous serez certainement très agréablement surpris!

Notre motivation première est de démocratiser la consommation de boissons énergisantes vers une cible plus large et permettre à chacun d'améliorer leurs performances grâce à une meilleure concentration et augmentation de leur endurance.

Notre promesse est de donner à nos

consommateurs l'énergie supplémentaire nécessaire pour transformer les moments du quotidien ordinaires en expériences uniques.

Chez RAY, nous croyons vraiment en l'importance d'améliorer la vie quotidienne de nos clients en leur permettant de partager des moments privilégiés avec leur entourage le plus souvent possible.

Notre démarche va au delà d'un simple discours marketing. Nous travaillons sur la création de la **Fondation RAY** réunissant une sélection d'associations caritatives qui bénéficieront d'une partie des bénéfices générés par la vente de boissons.

Nous nous engageons à travailler équitablement avec nos clients et partenaires pour renforcer une coopération qui aidera les deux parties à se développer et à établir une relation forte dans les années à venir.

Afin de faire connaître la marque, nous améliorons continuellement notre stratégie de marketing et l'expansion de notre réseau de distribution en intensifiant nos activités de recherche et de développement sur notre portefeuille régional et international.



**SANS TAURINE - SANS OGM - SANS GLUCUROLACTONE
ARÔMES NATURELS**

Swissness

est un mot spécialement créé pour souligner la **confiance, la qualité et le côté naturel des produits conçus sous le label suisse**. Ainsi, ce n'est pas une surprise si Ray a choisi de faire confiance à l'ingénierie suisse pour concevoir une boisson énergétique qui soit le reflet d'un savoir-faire renommé et reconnu dans le monde entier.

Au cours de ces dernières années, nos chercheurs ont travaillé sur une formule composée d'**extraits naturels riches en vitamines** qui permet une biodisponibilité rapide résultant en une source d'énergie immédiatement disponible pour le corps humain.

Notre siège social est basé en Suisse et nos boissons sont produites en Europe centrale.

Nous nous appuyons sur une équipe performante et créative composée de professionnels expérimentés qui mettent tout leur talent en oeuvre pour faire rayonner RAY Just Energy.

Nous avons travaillé d'arrache pied pour mettre en place un véritable concept de boisson énergisante accompagné d'un plan marketing détaillé. Notre principal but est de mettre en valeur tous les atouts énergisants et naturels de RAY, mais aussi de créer une identité de marque forte, proche de nos consommateurs et ce dans chaque marché où nos produits seront distribués.



LES PRODUITS

RAY EST UNE BOISSON ÉNERGISANTE DE NOUVELLE GÉNÉRATION DOTÉE DE DEUX BIODISPONIBILITÉS SUCCESSIVES:

- Première biodisponibilité : effet énergisant immédiat
- Deuxième biodisponibilité : effet catalyseur de récupération

ASSOCIATION DE PRODUITS NATURELS

En complément du mélange naturel, Ray sélectionne pour ses différents goûts, les extraits de fruits les plus aptes à procurer un maximum d'effets positifs.

LES EFFETS SONT TRÈS AGRÉABLES ET VERTUEUX POUR LA SANTÉ.

Les ingrédients de la formule innovante - libres de composants chimiques - sont une véritable alternative naturelle énergisante.



**SANS TAURINE - SANS OGM - SANS GLUCUROLACTONE
ARÔMES NATURELS**



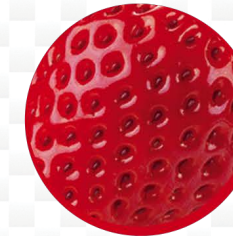
Caféine 100% Naturelle
réduit considérablement les effets
de la fatigue



Ginseng & Yerba Maté
augmentent les capacités de
concentration et de mémorisation



Baies d'Açaí
source d'énergie et riche
en antioxydants naturels



Fraises
boostent la mémoire



Citron Vert et Raisins
éliminent le stress et la fatigue



Guarana & Menthe Poivrée
tonifient et réveillent, stimulent
l'activité cérébrale



EN TANT QUE DISTRIBUTEUR

RAY cherche constamment à proposer une expérience agréable à nos partenaires et distributeurs. A ce propos, nous sommes heureux d’annoncer que **la quasi totalité de nos bénéfices** sur les cinq premières années d’activité sera réinvestie tant dans la conception des outils de communication et marketing que dans les activités des associations caritatives soigneusement sélectionnées par la **Fondation RAY**. Notre but principal dans ce premier temps est de renforcer la notoriété de marque et de faciliter la pénétration de nos produits à l’échelle mondiale.

La stratégie digitale mise au point met à disposition de chaque distributeur un site web local, qui relayera à la communauté de RAY toutes les

informations concernant la marque, les évènements internationaux, **mais surtout les actions visant l’augmentation de la notoriété de la marque à échelle locale.**

Notre équipe de marketing a mis en place un **guide détaillé de déploiement de la campagne marketing, facilement adaptable aux spécificités de chaque marché.** L’idée est que chaque pays puisse adapter les actions de communication, toujours en accord avec l’ADN de marque RAY.

Nos distributeurs sont régulièrement tenus au courant sur tous les événements mondiaux, les dernières innovations et nouveautés de la marque, à travers nos communiqués de presse, réseaux sociaux et articles publiés sur notre site web.

	Hauteur	Largeur	Longueur	Poids
Canette (250ml)	14 cm	6 cm	-	274 g
Palette (2592 can.)	120 cm	80 cm	140 cm	750 kg

L’efficacité de notre réseau de distribution et nos solutions avancées de logistique nous ont permis de gagner la confiance de nos clients, partenaires et distributeurs.



Etre en phase avec les tendances de consommation,

de communication et de distribution est essentiel au bon développement de RAY !

En tant que nouvelle marque et face à la grande offre existante sur le marché, nous reconnaissons l'importance d'une politique tarifaire qui nous permettra à la fois d'être en accord avec les valeurs RAY, et de nous positionner dans le marché afin de faciliter l'identification et développement de la marque.

La stratégie peut varier selon les pays, mais notre principale approche lors de l'ouverture d'un nouveau marché est de garder un tarif plus compétitif en adéquation avec les conditions tarifaires des marques déjà présentes.

MARKETING

Notre département Marketing veille à la bonne croissance des valeurs de notre marque, depuis la conception de notre produit jusqu'à sa distribution.

Toujours à l'écoute, notre équipe évolue avec les besoins de nos clients, proposant des opérations adaptées aux habitudes des consommateurs.

Notre approche va à la rencontre d'une grande partie du marché encore inexplorée, une cible différente de celle visée par les grands acteurs aujourd'hui.

Alors que les grandes marques de boissons énergétiques utilisent une promotion axée sur des sports à sensations fortes, nous nous basons sur une approche qui touche davantage l'aspect réel de la vie.

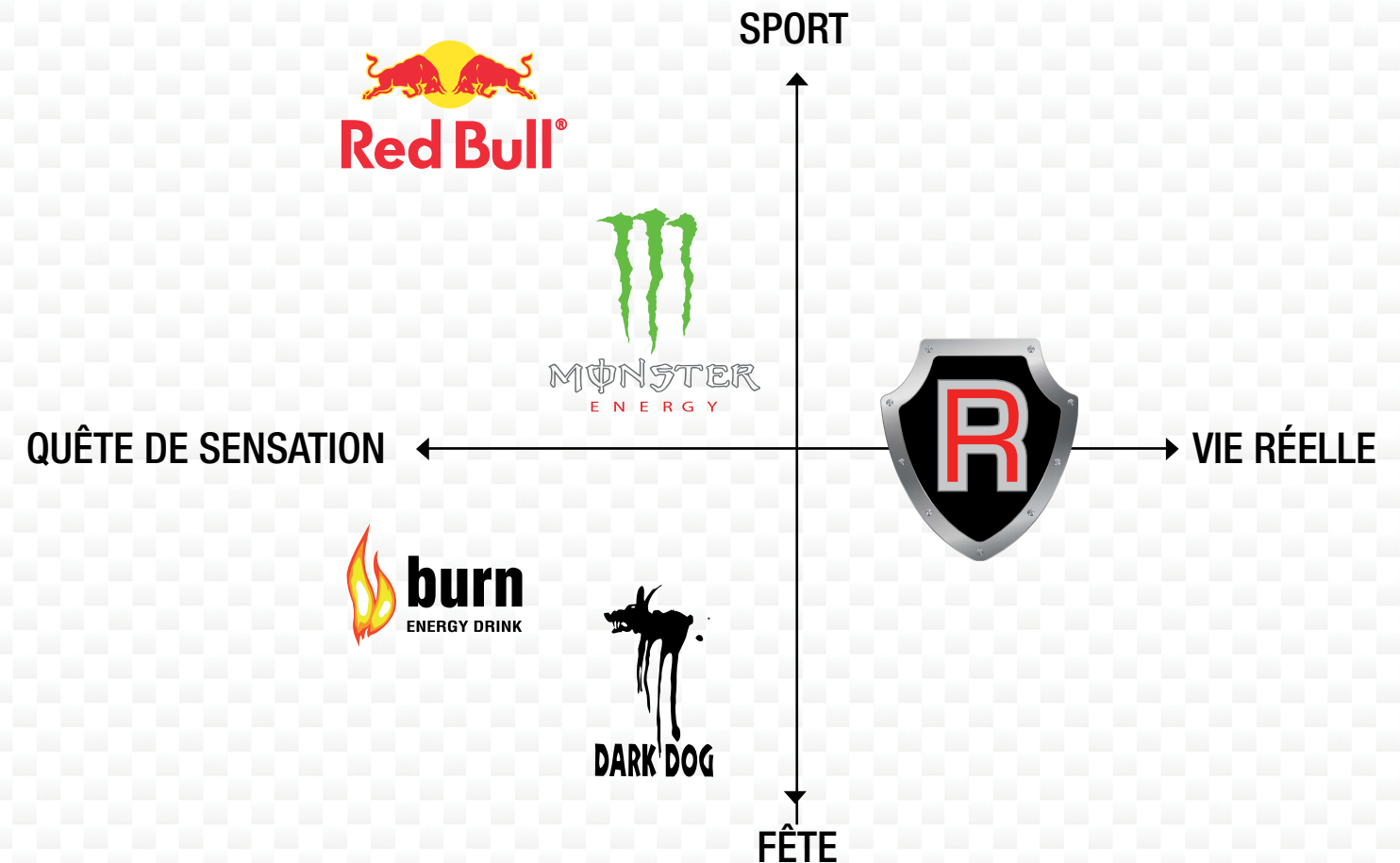
“approche” vie réelle

La **Fondation RAY** veillera également à ce que cet aspect de notre approche marketing soit mis en pratique. Notre fondation soutiendra des actions, évènements et associations caritatives ayant un vrai impact local positif sur la vie de notre entourage.

Notre promesse est celle-ci : « RAY apporte de l'énergie pour mieux vivre le quotidien et transforme des moments de vie ordinaires en moments uniques. »

Ray rend la vie plus *fun*. Cette approche marketing permet au consommateur de prendre part à la marque, et de s'identifier à chaque situation que nous mettons en scène.

Nous ferons de Ray un élément essentiel à une vie plus simple !



RAY ATTITUDE

RAYALITY

*Quelque soit l'âge, l'activité,
le mode de vie, les envies...*

Ray vous libère de toutes les contraintes et permet

de prendre la vie d'une façon positive, fun et solidaire

PLAN DE COMMUNICATION MULTICANAUX

Nous voulons proposer à nos clients une expérience de marque dans laquelle chacun se sent proche et se retrouve.

Nous connaissons notre cible, et nous savons comment l’atteindre: nos nombreux supports ont pour objectif de faire vivre à chaque consommateur l’expérience RAY et de la partager avec son entourage.

Un **plan de communication multicanaux** est prêt à être adapté et déployé dans chaque nouveau marché.

Un message fort et des éléments d’identification déclinés en fonction des différents besoins :

sponsorship des évènements internationaux avec des grandes couvertures médiatiques, des vidéos virales présentes sur les réseaux sociaux, échantillonnage auprès du grand public, des évènements spécialement conçus pour présenter la marque RAY avec des concerts privés et des animations reprenant les codes de la marque, campagnes d’affichage entre autres.



EXPÉRIENCE
DE MARQUE

.ADN de marque
.Marketing



RÉSEAUX
SOCIAUX

.Séries web
.Community Management



GUERILLA
MARKETING

.Distribution d’échantillons



PRODUCTION
D’ÉVÉNEMENTS

.Sponsoring et Production d’évènements



LES RESEAUX SOCIAUX

sont au coeur de la stratégie de toute marque et c'est tout naturellement qu'un relais digital est prévu pour chaque action que RAY entreprend.

Notre priorité

est de fédérer une communauté de consommateurs RAY et les engager dans nos valeurs. Les réseaux sociaux sont un outil précieux pour atteindre cet objectif.



Nos Community managers

s'efforcent de générer du contenu, d'alimenter nos pages sur les réseaux sociaux et de garantir une présence optimale de la marque RAY dans le monde digital.



AMBASSADEURS

La consommation des boissons énergisantes est encore très liée au monde de la nuit et du sports. Une attention toute particulière est donc prêtée à la conception d'un message et d'une offre en accord avec les attentes de son public.

Notre premier ambassadeur Stan WAWRINKA, 3ème meilleur joueur de tennis au monde selon la classification ATP (Janvier 2014), nous est apparu comme une évidence pour représenter la marque : Stan est jeune et partage nos valeurs - toujours lutter pour atteindre ses objectifs, ne jamais abandonner, mais sans oublier de profiter de chaque instant de la vie.

*“Ever tried. Ever failed. No matter. Try again.
Fail again. Fail better” **

Samuel Beckett, 1983

Nos campagnes avec Stan mettront en valeur non seulement le sportif de haut niveau, mais également celui qu'il est dans la vie de tous les jours. Nous souhaitons que nos consommateurs s'identifient à lui et que RAY en devienne le dénominateur commun. Nous sommes également en phase de sélection d'autres ambassadeurs et égéries dans le monde du cinéma, de la mode et sports qui partagent les valeurs RAY. Nous restons sur une approche décomplexée et proche de la vie réelle !



Winner **Chennai
(India) 2014**



Winner **Australian
Open 2014**



STANISLAS WAWRINKA

CHARTRE ÉTHIQUE

Nos valeurs sont ancrées dans l'ADN RAY Just Energy. Elles s'expriment dans les actions quotidiennes de toutes nos équipes à travers le monde.

Respect: car tout ce que nous faisons a un impact sur la vie de notre entourage.

Innovation: vouloir sans cesse repousser les limites de la connaissance, c'est ouvrir des voies nouvelles afin de créer des produits vraiment différents, surprenants. Pour garder toujours un temps d'avance. Pour être plus factuel, nous sommes constamment à la recherche des nouvelles technologies en terme d'emballage, de nouveaux ingrédients et des tendances de la consommation, de manière à être toujours en phase avec les exigences du marché.

Responsabilité Sociale: nous avons le devoir de préserver l'environnement qui nous entoure et de contribuer au bien-être de nos employés et des collectivités où nous sommes présents. Notre objectif à court terme est de créer la Fondation Ray et de verser un pourcentage de nos bénéfices à des associations caritatives ayant un impact local réel et immédiat.

Goût d'Entreprendre: synonyme d'autonomie, de challenge et d'aventure, a toujours été stimulé dans le mode de management chez RAY. Parce qu'il n'y a pas d'innovation sans audace, sans prise d'initiatives.



EXPANSION MONDIALE

Le segment des boissons énergisantes est le plus dynamique du marché des boissons gazeuses et a atteint les

4,8 milliards de litres consommés en 2011.

Le marché mondial représente 8,3 milliards d'euros et Zénith International (Mai 2013) prévoit une augmentation du chiffre d'affaires monde de

35% d'ici 2016, soit 2,9 milliards d'euros.

RAY Just Energy a pris en considération les tendances du marché dans la composition de sa gamme de produits, mais également dans l'approche en terme de communication et marketing.

Nos produits sont aujourd'hui distribués en **France, Suisse, Russie, Portugal et Maroc** (courant 2014), et nous sommes constamment à la recherche de nouveaux partenaires et distributeurs.



**ALORS... ÊTES-VOUS PRÊT À REJOINDRE
LA RAYVOLUTION ?**

CONTACTS



info@rayjustenergy.com



6, Avenue de France
1201 Genève
Suisse



www.rayjustenergy.com



**RAY JUST
ENERGY**

CHARGE UP YOUR LIFE!

