

STRATÉGIE CANADIENNE EN MATIÈRE DE SANTÉ ET MIEUX-ÊTRE DES CONSOMMATEURS

Depuis 2021, KDP Canada collabore avec des experts et des parties prenantes de l'industrie afin d'orienter sa démarche en matière de santé et mieux-être. En 2024, ce travail a mené à la finalisation de notre stratégie canadienne de santé et mieux-être, intégrant des indicateurs de performance clés adaptés à la dynamique unique du marché et au contexte réglementaire du pays.

En juillet 2022, Santé Canada a modifié le Règlement sur les aliments et drogues (le « Règlement ») afin d'exiger l'affichage d'un symbole nutritionnel sur le devant des emballages pour la plupart des produits préemballés ayant une teneur élevée en gras saturés, en sucres et/ou en sodium. En réponse à cela, nous avons commencé à travailler avec les équipes responsables de marques, de l'innovation, de la R et D, ainsi qu'avec les principaux intervenants afin d'élaborer une stratégie visant à réduire les éléments nutritifs préoccupants, tels que définis dans le Règlement, dans l'ensemble de notre portefeuille de boissons. Nous nous engageons à proposer à nos consommateurs une gamme équilibrée d'options et à les aider à faire des choix éclairés afin de répondre à leurs besoins en boissons pour toutes les occasions.



MÉTHODOLOGIE ET PRÉSENTATION DES CIBLES

Une étape clé de notre démarche en matière de santé et mieux-être a consisté à réaliser une évaluation nutritionnelle de nos produits. Nous avons évalué chaque produit par rapport aux seuils établis par Santé Canada pour les éléments nutritifs préoccupants et défini des catégories afin d'obtenir un aperçu complet de notre offre. La base de référence représente l'ensemble de notre portefeuille de produits en date du 31 décembre 2024. Ensuite, dans le but de rendre notre stratégie à la fois ambitieuse et réalisable, nous avons fixé des cibles spécifiques pour chaque catégorie en tenant compte des produits existants dans toutes les catégories ainsi que des innovations prévues, en évaluant chaque saveur et chaque portion comme un produit distinct. Notre stratégie adopte une approche holistique, englobant à la fois les segments « hors domicile » et « à domicile » et incluant les marques détenues, les produits sous licence, les marques privées et les marques partenaires pour toutes les boissons non alcoolisées.

Notre stratégie est axée sur la réduction du nombre de produits dont la teneur en sucres, en sodium et en gras saturés atteint ou dépasse 15 % de la valeur quotidienne (VQ) (ou 10 % de la VQ pour les produits ≤ 30 mL). Ces seuils correspondent à :

SUCRE	
15g par portion pour les produits > 30 mL	10g par portion pour les produits ≤ 30 mL
SODIUM	
345mg par portion pour les produits > 30 mL	230mg par portion pour les produits ≤ 30 mL
GRAS SATURÉS	
3g par portion pour les produits > 30 mL	2g par portion pour les produits ≤ 30 mL

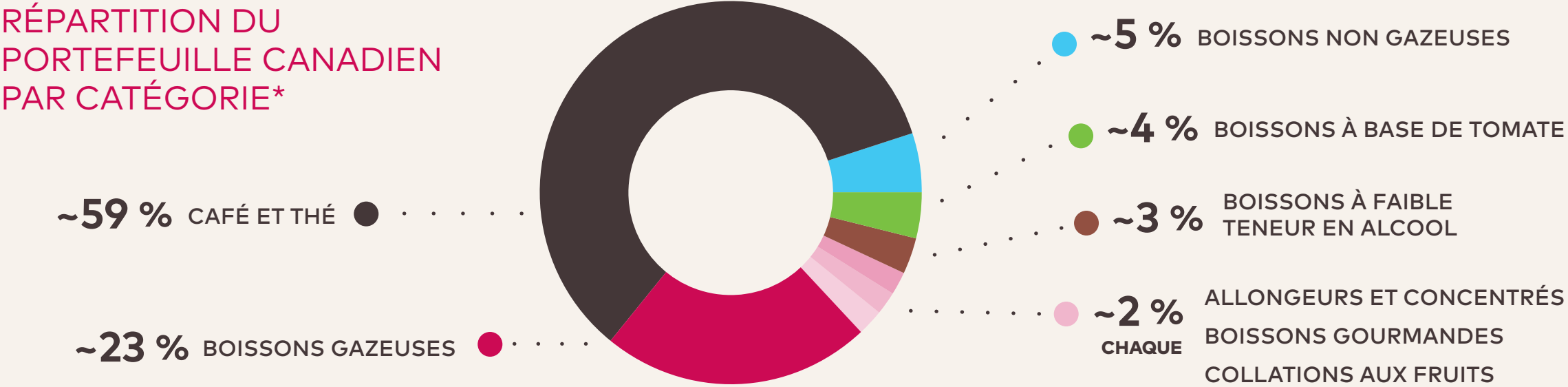


NOTRE APPROCHE DE GESTION DU PORTEFEUILLE CANADIEN

Nous visons à maintenir un portefeuille dans lequel **75 % des produits** contiennent **moins de 15 % de la valeur quotidienne** (ou 10 % de la VQ pour les produits ≤ 30 mL) en sucres, sodium et/ou gras saturés.

Le tableau ci-dessous présente notre évaluation de référence et nos cibles par catégorie pour l'ensemble de notre portefeuille de boissons non alcoolisées, ainsi qu'un aperçu de la répartition de notre portefeuille canadien de boissons non alcoolisées, visible à droite.

RÉPARTITION DU PORTEFEUILLE CANADIEN PAR CATÉGORIE*



*Ce graphique illustre la portion que représente chaque catégorie de produits au sein de notre portefeuille canadien global. Chaque produit est comptabilisé une seule fois, en considérant chaque saveur et chaque format comme un produit distinct.



CIBLES SPÉCIFIQUES À CHAQUE CATÉGORIE

	ACTUEL EN 2024	D'ICI 2030...
Boissons à faible teneur en alcool % des boissons à faible teneur en alcool dans le portefeuille avec une teneur en sucres et/ou en sodium inférieure à 15 % de la valeur quotidienne.	69 %	85 %
Boissons gazeuses % des boissons gazeuses dans le portefeuille avec une teneur en sucres inférieure à 15 % de la valeur quotidienne.	25 %	35 %
Allongeurs et concentrés % des allongeurs et concentrés dans le portefeuille avec une teneur en sucres inférieure à 15 % de la valeur quotidienne (ou 10 % de la VQ pour les produits < 30 mL).	64 %	65 %
Boissons non gazeuses % des boissons non gazeuses dans le portefeuille avec une teneur en sucres et/ou en sodium inférieure à 15 % de la valeur quotidienne.	43 %	50 %
Boissons à base de tomate % des boissons à base de tomate dans le portefeuille avec une teneur en sucres et/ou en sodium inférieure à 15 % de la valeur quotidienne.	19 %	25 %
Collations aux fruits % des collations aux fruits dans le portefeuille avec une teneur en sucres inférieure à 15 % de la valeur quotidienne.	60 %	95 %
Café et thé % des boissons de café et de thé dans le portefeuille avec une teneur en sucres et/ou en gras saturés inférieure à 15 % de la valeur quotidienne.	100 %	100 %
Boissons gourmandes % des boissons gourmandes dans le portefeuille avec une teneur en sucres et/ou en gras saturés inférieure à 15 % de la valeur quotidienne.	64 %	MAINTENIR UN MINIMUM DE 50 %



TRANSPARENCE DANS NOS PRATIQUES MARKETING

Afin de respecter notre engagement en matière de transparence, nous divulguerons le pourcentage de notre budget marketing consacré à la promotion des produits qui répondent à ces normes nutritionnelles à partir de 2026.

BOISSONS ALCOOLISÉES

Bien que cette catégorie soit exclue du programme canadien d'étiquetage sur le devant des emballages et ne soit pas incluse dans notre approche, nous restons déterminés à réduire la teneur en sel, en sucre et en gras saturés des boissons alcoolisées. À partir de 2026, nous fournirons des informations transparentes sur nos progrès.

Nous nous engageons à partager nos progrès dans les années à venir afin de garantir que notre portefeuille corresponde à notre ambition tout en respectant nos cibles de santé et mieux-être. Dans le cadre de notre démarche axée sur la santé et mieux-être, nous visons à offrir une gamme équilibrée de produits tout en restant fidèles à notre vision, qui consiste à proposer une boisson pour répondre à chaque besoin, partout et en tout temps!