

ACTION SUR LES BOISSONS

NOS AMBITIONS

En tant que fabricant de boissons, nous voulons contribuer à un environnement alimentaire plus sain. Pour y parvenir, nous élargissons notre gamme de produits et réduisons leur teneur en sucre, nous faisons du marketing de manière responsable en ne ciblant pas les enfants de moins de 13 ans et en nous concentrant sur les boissons allégées et Zero, et nous communiquons en toute transparence en affichant des informations claires sur nos emballages et en engageant un dialogue avec toutes les parties prenantes.

3 BONNE SANTÉ ET BIEN-ÊTRE



Nos actions sur les boissons nous aident à nous conformer au troisième Objectif de développement durable de l'ONU.

OBJECTIFS

-10 % DE SUCRE

dans nos boissons entre 2019 et 2025



50 %

du volume de vente de Coca-Cola en Europe d'ici 2025 proviendra

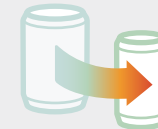
DES BOISSONS ALLÉGÉES ET ZERO



LES EMBALLAGES PLUS PETITS

facilitent le

CONTRÔLE DES PORTIONS



AUCUNE PUBLICITÉ

ne vise les

ENFANTS DE MOINS DE 13 ANS

RÉSULTATS EN 2023

MOINS DE SUCRE

dans nos boissons

-8,4 % par rapport à 2015 ⁽²⁾

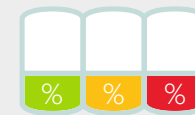
-1,3 % par rapport à 2019 ⁽²⁾



52,3 %

du volume de vente de Coca-Cola en Belgique ⁽²⁾ provient de

BOISSONS ALLÉGÉES ET ZERO



LES INFORMATIONS TRANSPARENTES SUR LES PRODUITS

aident à boire plus consciemment



PAS DE DISTRIBUTEURS AUTOMATIQUES

- ▶ dans les écoles primaires depuis 2009
- ▶▶ dans les écoles secondaires à partir de 2024

(1) Calculé uniquement sur les sodas pétillants ou non et les eaux aromatisées.

(2) Ventes totales de Coca-Cola. À l'exclusion du café, de l'alcool, de la bière ou des cocktails Freestyle. Boissons allégées : - 20 kcal/100 ml. Boissons Zero : - 4 kcal/100 ml.