

Coca-Cola European Partners France
A l'attention de Ilan Ouanounou
VP Commercial et Marketing
9 chemin de Bretagne CS 80050
92784 Issy-les-Moulineaux Cedex 9

Paris, le 23 août 2017

Monsieur Ouanounou,

Nous avons bien reçu votre lettre en date du 18 juillet 2017, en réponse à notre courrier du 20 juin 2017.

Après avoir pris connaissance avec attention des informations sur la diminution des taux de sucres et la disparition des animaux sur les poches de Capri-Sun Multivitamin, nous souhaiterions connaître la date et savoir précisément à quoi correspondent ces changements.

Capri-Sun dit s'attacher, dans le cadre des engagements de l'UNESDA, à ne pas cibler les enfants de moins de 12 ans dans son marketing. Or, au-delà de la question du personnage sur les emballages, nous notons plusieurs pratiques marketing qui apparaissent en opposition avec cet engagement, telles que les goûters d'anniversaires et autres activités de publicité visant bel et bien les enfants. Envisagez-vous d'arrêter ces pratiques également ? Si oui, quand ?

Nous vous rappelons nos demandes, telles que communiquées dans notre courrier du 20 juin 2017. Près de 6000 signataires de la pétition lancée par foodwatch France demandent à Coca-Cola European Partners et Capri-Sun AG de cesser ces pratiques. Nous vous demandons de modifier l'emballage de ce produit afin d'être transparent sur la quantité de sucre et la faible quantité de fruits ou d'en modifier la recette, ainsi que de cesser toute activité marketing ciblant les enfants. Comme vous le savez, l'Organisation mondiale de la Santé (OMS) recommande l'interdiction de la publicité destinée aux enfants lorsque les produits sont trop sucrés ou contiennent des sucres ajoutés.¹

En conséquence, et dans l'attente de réponses et décisions plus concrètes en ce sens, nous vous informons que nous poursuivons notre campagne sur ce produit ainsi que la pétition associée.

Restant à votre disposition et dans l'attente de votre réponse, nous vous prions de croire, Monsieur Ouanounou, en l'expression de nos salutations respectueuses,



Karine Jacquemart, Directrice générale, foodwatch France

Tél. 01 43 22 23 63

¹ Voir http://www.euro.who.int/_data/assets/pdf_file/0005/270716/Europe-nutrient-profile-model-2015-en.pdf?ua=1

FOODWATCH
53 rue Meslay
75003 Paris

À l'attention de Madame Karine JACQUEMART
Directeur

Issy-les-Moulineaux, le 18 juillet 2017

Madame la Directrice,

Nous vous confirmons avoir reçu votre lettre datée du 20 juin 2017 et en avoir pris connaissance avec intérêt.

Comme Capri-Sun vous l'a indiqué, la marque s'est engagée depuis plusieurs années dans une démarche de progrès en particulier en prenant des engagements en faveur d'un marketing responsable à destination des familles, d'une diminution des taux de sucre dans ses produits et d'une communication claire et transparente sur ses produits.

Soyez assurée que notre entreprise se place dans une démarche permanente d'amélioration. Nous travaillons à ce titre sur plusieurs projets d'amélioration avec Capri-Sun dont vous verrez les résultats avant la fin de l'année avec la disparition déjà prévue des animaux sur les poches de Capri-Sun Multivitamin. Soyez également assurée que la diminution des taux de sucres dans les produits que nous commercialisons en fait partie, comme l'attestent nos engagements pris en France et en Europe.

Bien à vous,

Ilan OUANOUNOU
Vice-président Ventes et Marketing
Coca-Cola Europe Partners France



Coca-Cola European Partners France
A l'attention d'Ilan Ouanounou
9 chemin de Bretagne - CS 80050
92784 Issy-les-Moulineaux Cedex 9

Paris, le 3 juillet 2017.

Monsieur Ouanounou,

Suite à la pétition¹ de foodwatch France concernant Capri-Sun Multivitamin, nous découvrons la réaction de Coca-Cola European Partners (CCEP) dans un article paru sur foodnavigator.com le 27 juin 2017.²

Un-e porte-parole de CCEP y délivre un certain nombre d'informations. Auriez-vous l'amabilité de les confirmer et de les préciser ?

- *A spokesperson said the company has taken a number of steps to ensure Capri-Sun is marketed responsibly to families* : Quelles sont ces mesures prises pour s'assurer d'un marketing responsable auprès des familles ?
- *We will reduce the sugar content of our classic range Multivitamin, Orange and Tropical drinks by 5% during the second half of 2017 as a first step. The remaining 5% will be cut by 2020* : Capri-Sun compte-t-elle s'aligner sur les critères de l'OMS (nutrient profile³ et recommandations pour le marketing à destination des enfants) et si oui, dans quel délai ?
- *CCEP also told FoodNavigator that the cartoon characters will soon be removed from packs* : Auriez-vous l'amabilité de préciser quand cette mesure sera concrétisée ?

Dans l'attente de votre réponse, nous vous prions de croire, Monsieur Ouanounou, en l'expression de nos salutations respectueuses.



Karine Jacquemart, Directrice générale, foodwatch France
Tél. 01 43 22 23 63

¹ <https://www.foodwatch.org/fr/s-informer/topics/arnaque-sur-l-etiquette/petition-capri-sun/>

² <http://www.foodnavigator.com/Policy/Coca-Cola-partners-urged-to-stop-marketing-Capri-Sun-drink-to-kids>

³ http://www.euro.who.int/_data/assets/pdf_file/0005/270716/Europe-nutrient-profile-model-2015-en.pdf?ua=1

Coca-Cola European Partners France
A l'attention de Ilan Ouanounou
VP Commercial et Marketing
9 chemin de Bretagne CS 80050
92784 Issy-les-Moulineaux Cedex 9

Paris, le 20 juin 2017

Monsieur Ouanounou,

Suite à notre courrier du 7 février, vous nous avez informés le 10 février vous rapprocher de Capri-Sun AG pour nous apporter des réponses. Nous avons bien reçu une lettre de Capri-Sun AG datée du 23 février, en copie.

Toutefois, après avoir pris connaissance avec attention de ces informations, nous devons vous avouer que nous restons très préoccupés par le produit Capri-Sun Multivitamin, ainsi que par son packaging et le marketing autour de ce produit.

C'est pourquoi nous vous informons que nous lançons aujourd'hui une pétition en France, afin de vous encourager à modifier ces pratiques (veuillez trouver le texte de cette pétition en annexe). Dans la mesure où Coca-Cola European Partners est le distributeur de Capri-Sun Multivitamin en France, veuillez noter que cette pétition s'adresse aux deux entreprises.

En effet, nous considérons que le produit Capri-Sun et sa communication sont de nature à induire les consommateurs en erreur. Pas moins de 7 fruits sont représentés avantageusement sur l'emballage, alors que la boisson ne contient que 12% de jus de fruits à base de concentré. En revanche, les 19 grammes de sucre que contient une poche de Capri-Sun Multivitamin ne sont aucunement représentés sur le paquet.

Par ailleurs, avec ses personnages de dessin animé Rio 2 à l'avant de l'emballage, ses goûters d'anniversaire, goodies, coloriage, il saute aux yeux à travers le packaging de Capri-Sun Multivitamin, la communication sur le net, les réseaux sociaux et autres publicités, que les enfants sont bel et bien ciblés. Des pratiques en complète contradiction avec le dernier rapport sur la « Responsabilité sociétale et environnementale » de Coca-Cola, qui prétend que le groupe s'interdit toute action marketing auprès des enfants de moins de 12 ans.

Rappelons que l'OMS recommande l'interdiction pure et simple du marketing pour des produits aussi sucrés. Ainsi, nous demandons à Capri-Sun AG et à Coca-Cola European Partners d'être plus transparent sur l'emballage de Capri-Sun AG et de cesser toute activité marketing ciblant les enfants.

Dans l'attente de votre réponse, nous vous prions de croire, Monsieur Ouanounou, en l'expression de nos salutations respectueuses,



Karine Jacquemart, Directrice générale, foodwatch France
Tél. 01 43 22 23 63

Coca-Cola France

9, Chemin de Bretagne
92130 ISSY LES MOULINEAUX

Tél. : 01 41 08 42 00

Karine Jacquemart
Directrice Générale
Foodwatch
53, rue Meslay
75003 Paris

Issy les Moulineaux, 10 février 2017

Madame la Directrice Générale,

Nous accusons réception de votre courrier adressé à Coca-Cola France / Monsieur Imad Benmoussa en date du 7 février dernier, dans lequel vous soulevez plusieurs questions sur le produit « Capri-Sun ».

En France, l'activité concernant les produits de The Coca-Cola Company repose sur une collaboration entre deux entités bien distinctes :

- Coca-Cola France (CCF) d'un côté, qui assure la promotion des marques de The Coca-Cola Company et met en œuvre la stratégie de communication et les relations avec les consommateurs ;
- et Coca-Cola European Partners France (CCEP) qui assure indépendamment la fabrication, la commercialisation et/ou la distribution de boissons de The Coca-Cola Company, mais aussi de boissons sous les marques de tiers.

La marque « Capri-Sun », bien que distribuée en France par la société Coca-Cola European Partners France, n'est pas une marque du portefeuille de The Coca-Cola Company. Aussi la société Coca-Cola France n'est pas en mesure de répondre à vos questions.

Nous avons cependant transmis votre courrier à Coca-Cola European Partners afin qu'ils prennent connaissance de votre demande, pour éventuellement l'orienter vers la société détentrice de la marque « Capri-Sun ».

Je vous prie d'agréer, Madame la Directrice Générale, l'expression de mes salutations distinguées.

Laurent Turpault
*Directeur de la Communication et des
Affaires publiques*
Coca-Cola France



Coca-Cola European Partners France
9, Chemin de Bretagne - CS 80050, 92784 ISSY LES MOULINEAUX CEDEX 9
TEL : 01.58.00.26.00 - FAX 01.58.00.28.19

FOODWATCH
53 rue Meslay
75003 PARIS

À l'attention de
Madame Karine JACQUEMART
Directrice générale

Issy-les-Moulineaux, le 10 février 2017

Chère Madame la Directrice générale,

The Coca-Cola Company nous a transmis ce jour le courrier daté du 7 février 2017 qui leur a été adressé par erreur concernant le produit Capri-Sun Multivitamin. Cette marque et ce produit n'appartiennent pas à The Coca-Cola Company mais à la société Capri-Sun AG.

C'est notre entreprise, Coca-Cola European Partners, en tant qu'embouteilleur indépendant qui distribue en France différentes gammes de la marque Capri-Sun produites par Capri-Sun AG, en complément par ailleurs de certaines marques appartenant à The Coca-Cola Company.

Nous avons bien pris note de vos questions concernant Capri-Sun Multivitamin qui fait partie de la gamme Capri-Sun que nous distribuons en France.

Nous prenons contact avec Capri-Sun AG afin de pouvoir y apporter une réponse dans les plus brefs délais.

Je vous prie, d'agréer, Chère Madame la Directrice générale, l'expression de nos meilleures salutations.

Emmanuelle de Kerleau
VP, Affaires publiques & Communication
Coca-Cola European Partners France

Coca-Cola France
A l'attention de Imad Benmoussa
Président
9 chemin de Bretagne
92789 Cedex 09 Issy-les-Moulineaux

Paris, le 7 février 2017.

Monsieur Benmoussa,

foodwatch est une organisation indépendante de défense des consommateurs présente en France, en Allemagne et aux Pays-Bas, qui milite pour plus de transparence dans le secteur alimentaire et un accès pour tous à une alimentation saine.

Nous avons quelques questions à vous poser au sujet de votre produit « Capri-Sun Multivitamin » de la gamme *classique* :

- Pourquoi la face avant de l'emballage montre-t-elle des fruits, alors que le produit contient seulement 12% de jus de fruits à base de concentré ?
- Que contiennent précisément les arômes naturels présents dans le produit ?
- Ce produit contient 19g de sucre par poche de 200ml. Considérez-vous que ce dosage soit adapté aux enfants ?
- Pourquoi ajoutez-vous des vitamines ?
- Pourquoi Capri-Sun Multivitamin contient-il des sucres ajoutés ?
- Qu'est-ce que la « saveur de l'année 2016 », mentionnée sur le carton d'emballage, indique précisément à propos de ce produit ?

Pour assurer la transparence de l'étiquetage, et simplifier sa compréhension par tous, les informations essentielles des aliments doivent être indiquées de façon bien lisible sur la face principale de l'emballage. Elles ne doivent ni occulter la véritable nature des produits alimentaires, ni risquer d'induire en erreur les consommateurs.

Nous vous remercions par avance de bien vouloir nous répondre d'ici le 14 février. Notez que, par souci de transparence, foodwatch se réserve le droit de rendre publiques notre lettre de ce jour ainsi que les réponses que vous voudrez bien y apporter.

Dans cette attente, nous vous prions de croire, Monsieur Benmoussa, en l'expression de nos salutations respectueuses,



Karine Jacquemart, Directrice générale, foodwatch France
Tél. 01 43 22 23 63