



# Réduction des calories : bilan décennal

Étude de l'initiative Équilibre en calories sur les boissons non alcoolisées

# Table des matières

3

Principales conclusions

4

Objectif atteint deux ans en avance

6

Moins de calories grâce à une densité calorique réduite

10

Les boissons moins caloriques dominent le marché

12

Perspectives

13

Annexe A: Méthodologie

13

Annexe B: Bibliographie

# Principales conclusions

- Entre 2014 et 2024, les calories ingérées par personne au quotidien provenant des boissons non alcoolisées ont diminué de 23,0 % au Canada, dépassant ainsi l'objectif de réduction de 20,0 % avec deux ans d'avance. Cette baisse s'explique par une réduction tant du nombre moyen de calories par portion (-20,3 %) que du volume de boissons achetées par personne (-3,3 %).
- Le recul le plus important, à raison de 5,0 % par an en moyenne, s'est produit entre 2014 et 2017, puis s'est poursuivi à un rythme annuel plus modéré de 1,5 % jusqu'en 2024.
- Les formulations à teneur réduite en sucre et la baisse des achats de jus et de boissons gazeuses ont contribué à plus des deux tiers de la réduction totale des calories.
- L'augmentation des calories liée à la hausse des achats par personne de boissons fonctionnelles, notamment les boissons énergétiques et les boissons pour sportifs, a compensé en partie cette baisse globale.
- Au cours de la dernière décennie, la demande pour des solutions d'hydratation alliant praticité et performance s'est nettement accrue. Depuis 2014, les volumes d'achat de boissons prêtes à boire à base de café ont bondi de 624,0 % et ceux des eaux énergisantes et aromatisées ont progressé d'environ 146,0 %.
- L'eau pure embouteillée est désormais le segment dominant (environ 36,0 % du volume total acheté en 2024), dépassant les boissons gazeuses comme principal choix des Canadiens en matière d'hydratation.
- L'évolution de la densité calorique n'a pas été uniforme d'une catégorie à l'autre. Les boissons pour sportifs et les eaux énergisantes ont enregistré les plus fortes diminutions, tandis que la densité calorique moyenne des boissons plates a augmenté.
- Les jus demeurent riches en calories en raison de leur teneur en sucres naturels, tandis que les boissons prêtes à boire à base de café répondent aux attentes des consommateurs, qui souhaitent des ingrédients riches en calories pour équilibrer le goût.
- Les boissons hypocaloriques dominent désormais le marché. Entre 2014 et 2024, la part des boissons hypocaloriques est passée de 43,0 % à 53,0 % du volume total des boissons, enregistrant une hausse approximative de 38,0 % en volume depuis 2014, tandis que celle des boissons à forte teneur en calories a diminué d'environ 6,0 %.

# Objectif atteint deux ans en avance



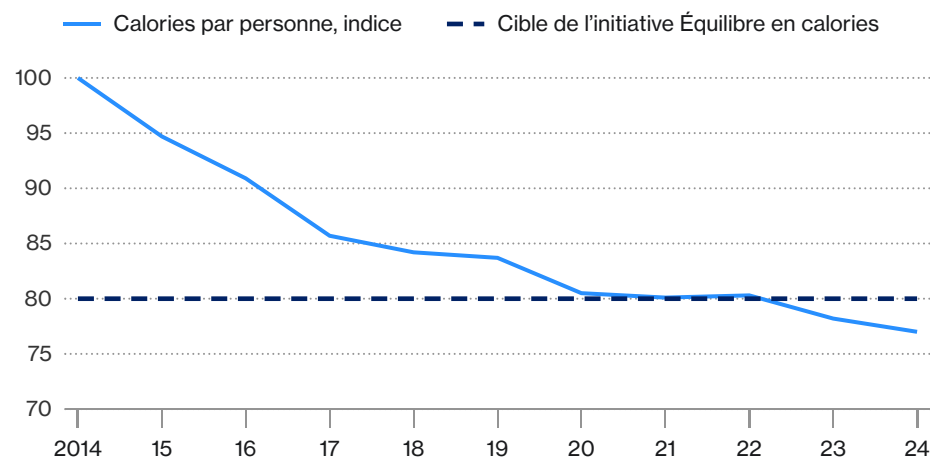
## Qu'est-ce que l'initiative Équilibre en calories?

Lancée en 2015 par l'Association canadienne des boissons (ACB), l'initiative Équilibre en calories se voulait un engagement volontaire à l'échelle du secteur visant à réduire de 20,0 % la quantité de calories que les Canadiens consommaient sous forme de boissons d'ici 2025.

Entre 2014 et 2024, les Canadiens ont réduit de 23,0 % les calories provenant des boissons qu'ils achetaient, dépassant ainsi l'objectif de 20,0 % fixé dans le cadre de l'initiative Équilibre en calories avec deux ans d'avance. En 2024, les Canadiens achetaient des boissons contenant un quart de calories en moins par rapport à dix ans auparavant. (Voir le Graphique 1.)

## Graphique 1

Objectif de réduction des calories de l'initiative Équilibre en calories atteint en avance  
(indice, 2014 = 100)



Sources : Signal49 Recherche, GlobalData; Statistique Canada.

La baisse de calories la plus importante s'est produite entre 2014 et 2017. (Voir le Graphique 1.) Ces progrès initiaux ont été rendus possibles grâce à la réduction de la teneur en calories des boissons gazeuses, qui constituaient à l'époque la catégorie la plus consommée. Dans le cadre de cet engagement, les fabricants de boissons ont intensifié leurs efforts de reformulation, élargi leur gamme de produits en proposant des formats plus petits et accru l'offre d'options moins caloriques.

Ces mesures visaient à répondre aux préférences évolutives des consommateurs et s'appuyaient sur une plus grande transparence concernant la teneur en calories indiquée sur les emballages des boissons, renforcée par les initiatives volontaires de l'industrie en matière d'étiquetage sur le devant des emballages<sup>1</sup> et par les modifications apportées par Santé Canada à l'étiquetage nutritionnel<sup>2</sup>.

À partir de 2018, le rythme de la baisse des calories a ralenti, en partie en raison de la demande croissante des consommateurs pour certaines catégories de produits plus caloriques (boissons énergétiques et prêtes à boire à base de café) ainsi que des possibilités limitées de réduire davantage la teneur en sucre, de nombreuses boissons gazeuses ayant déjà été reformulées en versions hypocaloriques.

## Qu'entend-on par boisson non alcoolisée?

Dans le présent rapport, le terme « boissons non alcoolisées » désigne les catégories de boissons en emballage suivantes :

**Boissons gazeuses :** Boissons sucrées non alcoolisées contenant du dioxyde de carbone.

**Jus :** Jus de fruits ou de légumes purs à 100 %, sans aucun ingrédient ajouté, à l'exception des minéraux et vitamines autorisés à des fins d'enrichissement, ainsi que des additifs acceptables. Les jus concentrés surgelés font partie de cette catégorie.

**Jus et boissons aux fruits (ou boissons plates) :** Produits aromatisés prêts à boire, non gazeux, pouvant être aromatisés aux fruits ou non, et dont la teneur en jus varie de 0 à 24,9 %. Du sucre, des arômes artificiels et des colorants peuvent être ajoutés.

**Nectars :** Jus et pulpe de fruits ou de légumes dilués, auxquels des édulcorants (par exemple, du sucre, du miel, des sirops ou des édulcorants) doivent être ajoutés aux fins de production; des minéraux et des vitamines autorisés à des fins d'enrichissement ainsi que des additifs acceptables peuvent être ajoutés. Le jus doit représenter de 25 à 99 % du volume de la boisson.

**Eau pure embouteillée :** Eau non aromatisée embouteillée (gazeuse ou plate).

**Eau aromatisée et énergisante :** Eau embouteillée qui a été aromatisée par l'ajout d'essences ou de substances aromatiques, mais qui peut contenir ou non des édulcorants.

**Boissons énergétiques :** Boissons présentées comme augmentant l'énergie et améliorant la vivacité d'esprit et la performance physique. Généralement gazéifiées, elles contiennent des stimulants tels que la caféine, la taurine, le guarana (dont les graines ont une teneur en caféine supérieure à celle du café), le glucuronolactone et le maté, ainsi que du sirop de glucose (sirop de maïs) et de la maltodextrine. Contient des combinaisons de vitamines du groupe B.

**Boissons pour sportifs :** Boissons conçues pour améliorer les performances sportives en compensant les pertes en glucose, en liquides et en électrolytes (sodium, potassium, magnésium) liées à l'activité physique. Certains produits contiennent des vitamines du groupe B.

**Thé prêt à boire :** Boissons prêtes à boire à base de thé, gazeuses ou non, en emballage.

**Café prêt à boire :** Boissons prêtes à boire à base de café.

Source : GlobalData

1 En 2011, le secteur a lancé « Les calories, nous en faisons une chose claire! », une initiative volontaire d'étiquetage sur le devant des emballages visant à communiquer de façon plus transparente la teneur en calories des boissons et à aider les Canadiens à prendre des décisions d'achat et de consommation plus éclairées.

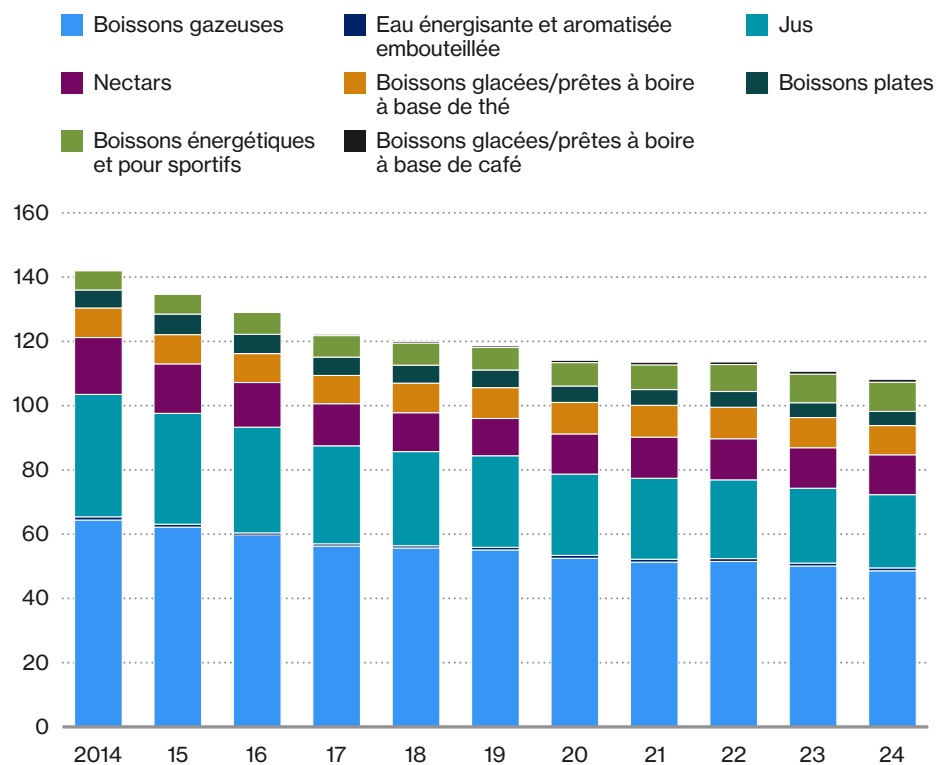
2 En décembre 2016, Santé Canada a introduit une nouvelle mention « % valeur quotidienne » pour les sucres totaux dans le tableau de valeur nutritive et a imposé le regroupement des sucres dans la liste d'ingrédients par l'intermédiaire de ses *Modifications au Règlement sur les aliments et drogues – Étiquetage nutritionnel*, dont la mise en œuvre complète est entrée en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2022.

De 2014 à 2024, les plus fortes diminutions de l'apport calorique quotidien par personne ont été observées dans les jus (chute de 40,2 %), suivis des nectars (baisse de 29,8 %), des boissons gazeuses (déclin de 24,6 %) et des boissons plates (baisse de 21,4 %). (Voir le Graphique 2.)

**Graphique 2**

Jus, nectars et boissons gazeuses : moteurs de la transition vers des boissons moins caloriques au Canada, de 2014 à 2024

(apport calorique quotidien par personne)



Sources : Signal49 Recherche, GlobalData; Statistique Canada.

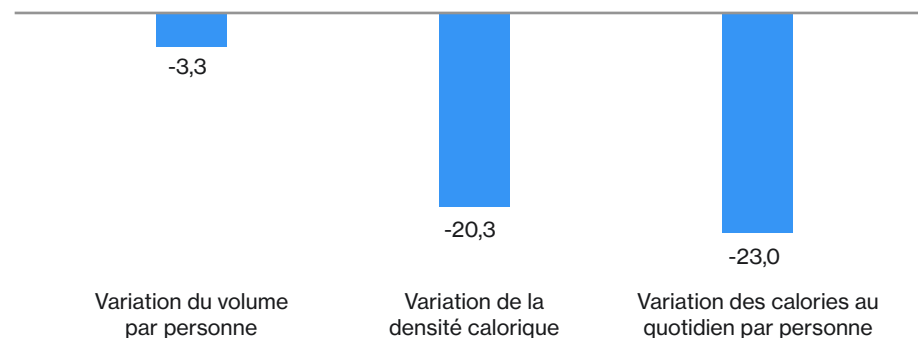
# Moins de calories grâce à une densité calorique réduite

Au cours de la dernière décennie, les calories provenant des achats de boissons non alcoolisées ont diminué de 23,0 %, une baisse attribuable à la réduction de la densité calorique et soutenue par une légère diminution des volumes de boissons par personne. (Voir le Graphique 3.)

Les Canadiens optent de plus en plus pour des produits moins caloriques, ce qui témoigne d'une prise de conscience grandissante en matière de santé et d'une offre de plus en plus vaste d'options à faible teneur en sucre ou sans sucre. Entre 2014 et 2024, la teneur moyenne en calories par portion des boissons achetées a diminué de 20,3 %, tandis que le volume moyen de boissons achetées par personne n'a baissé que de 3,3 %.

**Graphique 3**

La baisse de la densité calorique entraîne une diminution des achats quotidiens de produits caloriques, de 2014 à 2024 (réduction des calories, variation en %)



Sources : Signal49 Recherche, GlobalData; Statistique Canada.

## Les boissons à faible densité calorique de plus en plus présentes sur le marché

Au cours de la dernière décennie, la densité calorique a diminué dans la plupart des catégories de boissons non alcoolisées, mais les progrès restent inégaux. (Voir le Graphique 4.)

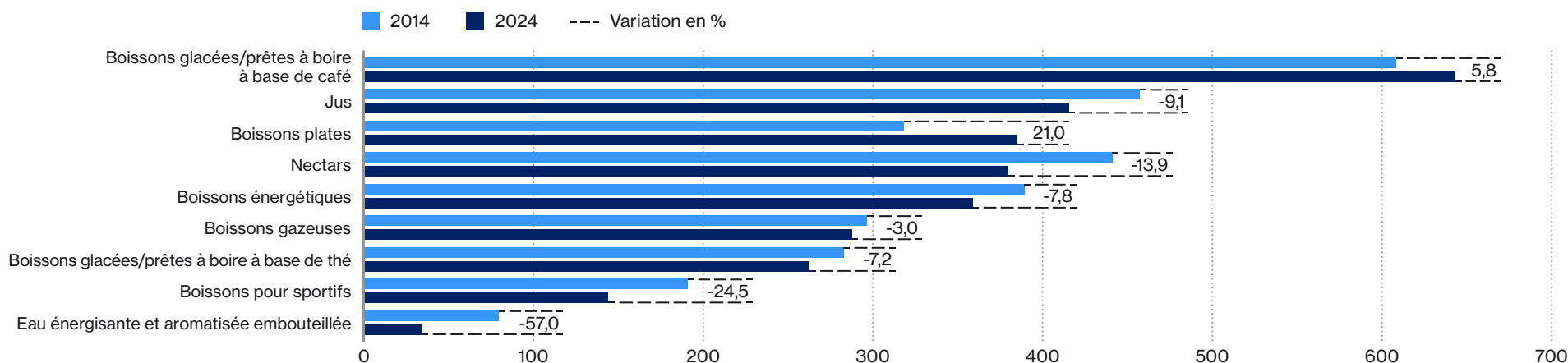
- Les boissons pour sportifs et les eaux énergisantes ont enregistré les baisses de volume les plus importantes, en raison de la reformulation de leurs produits et de l'introduction de variantes à faible teneur en calories ou sans calories.
- Les boissons gazeuses ont également continué d'afficher une tendance à la baisse progressive de leur teneur en calories, les fabricants ayant élargi leur gamme de produits allégés et sans sucre.
- La densité calorique des boissons plates a augmenté de 21,0 %, une hausse alimentée par une progression de 21,4 % enregistrée en 2015. La densité calorique est restée globalement stable depuis 2015, ce qui reflète probablement davantage l'introduction de produits précis plus riches en calories qu'un changement progressif des habitudes des consommateurs.

Les jus restent riches en calories en raison de leur composition intrinsèque, tandis que la haute teneur en calories des boissons prêtes à boire à base de café semble attribuable aux attentes des consommateurs en matière de goût (il faut souvent ajouter du sucre, du lait ou de la crème pour atténuer l'amertume). Les boissons prêtes à boire à base de café arrivaient en tête de toutes les catégories avec 643 calories par litre (kcal/L) et se sont maintenues au-dessus de 600 kcal/L tout au long de la décennie<sup>3</sup>. Les jus de fruits suivent avec 415 kcal/L et n'ont enregistré qu'une légère baisse depuis 2014.

Malgré ces contraintes, des pistes d'innovation émergent grâce aux formulations mixtes, au contrôle des portions et aux ingrédients de substitution. À mesure que la technologie et les préférences évoluent, ces segments constituent la prochaine étape en matière de réduction des calories.

### Graphique 4

Boissons glacées/prêtes à boire à base de café, jus et boissons plates : les plus denses en calories  
(densité calorique, calories par litre; variation entre 2014 et 2024, en %)



Sources : Signal49 Recherche, GlobalData.

<sup>3</sup> Conformément aux pratiques courantes en matière d'étiquetage nutritionnel, le terme « calories » désigne les kilocalories (kcal). Pour des raisons de lisibilité, le rapport utilise le terme « calories ».

## L'hydratation et les bienfaits fonctionnels dictent les achats de boissons des Canadiens

En 2024, l'eau pure embouteillée avait dépassé les boissons gazeuses pour devenir le premier segment du marché des boissons en volume (environ 36,0 % du volume total des boissons non alcoolisées). (Voir le Graphique 5.)

De 2014 à 2024, les choix des Canadiens en matière de boissons se sont orientés vers les catégories axées sur l'hydratation et les bienfaits fonctionnels, tandis que la consommation des boissons sucrées traditionnelles a continué sa descente. (Voir le Graphique 5.)

La plus forte croissance en volume (par personne) :

- **Les boissons prêtes à boire à base de café** ont grimpé de 624,0 % (passant de 0,07 à 0,51 litre par personne), illustrant l'essor des boissons caféinées pratiques. Malgré une croissance rapide, ce segment reste émergent et ne représentera que 0,2 % du total des boissons non alcoolisées achetées au Canada jusqu'en 2024.
- **Le segment des eaux énergisantes et aromatisées embouteillées** a bondi de 145,6 %, les consommateurs s'étant tournés vers l'hydratation fonctionnelle et les options d'eau aromatisée.
- **Les boissons pour sportifs** ont progressé de 65,2 %. Ces catégories fonctionnelles, combinées aux eaux énergisantes et aromatisées embouteillées et autres boissons fonctionnelles, ont représenté 12,1 % du volume total des boissons non alcoolisées achetées en 2024, s'imposant comme des moteurs de croissance d'envergure sur ce marché.

Croissance modérée (par personne) :

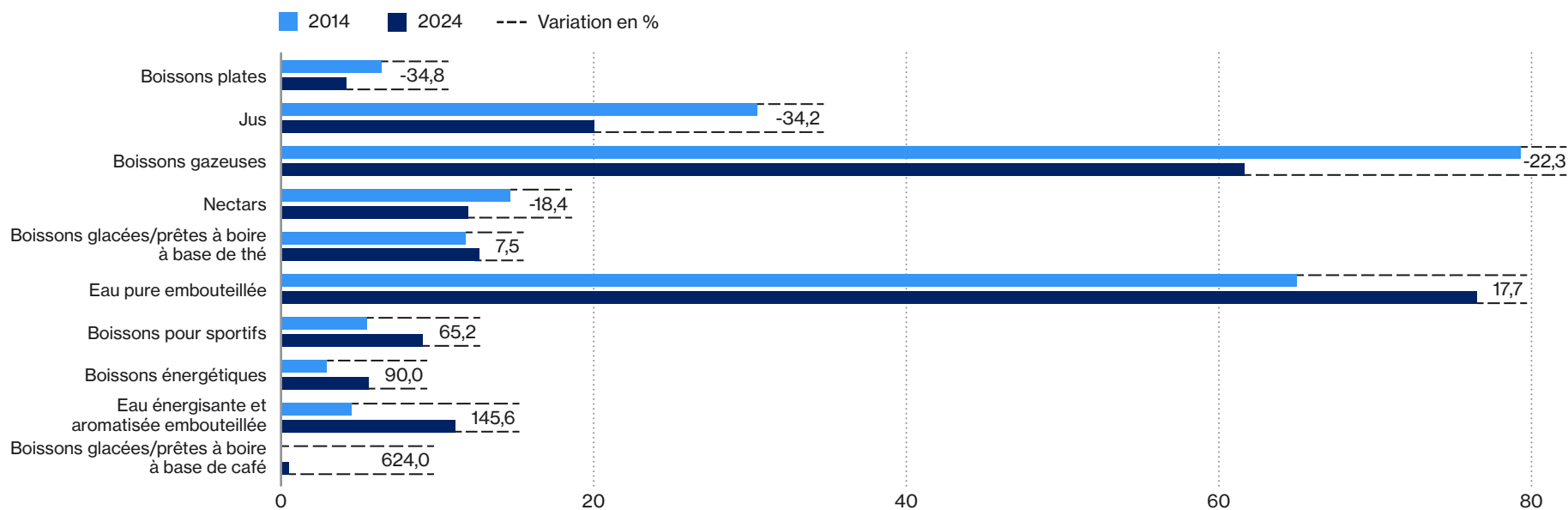
- **L'eau pure embouteillée** a progressé de 17,7 %, confirmant ainsi son statut de produit de base pour l'hydratation sans calories.
- **Les boissons prêtes à boire à base de thé** ont progressé de 7,5 %, reflétant un segment stable, mais arrivé à maturité.

Baisses les plus importantes (par personne) :

- **Les boissons plates** ont chuté de 34,8 %, la plus forte baisse parmi toutes les catégories.
- **Les jus** ont reculé de 34,2 %, ce qui reflète la baisse de la consommation de sucre chez les Canadiens.
- **Les boissons gazeuses** ont diminué de 22,3 %, poursuivant ainsi une tendance à la baisse de long terme. Malgré ce recul, elles restent un segment historique important, bien qu'en difficulté, représentant 28,9 % du volume total des boissons non alcoolisées achetées au Canada en 2024.
- **Les nectars** ont diminué de 18,4 %, les consommateurs s'éloignant des boissons fruitées riches en calories.

### Graphique 5

Les cafés prêts à boire et les eaux aromatisées en tête de la croissance en popularité, de 2014 à 2024  
(volume annuel par personne, litres; évolution de 2014 à 2024, en %)



Sources : Signal49 Recherche, GlobalData.



# Les boissons moins caloriques dominant le marché

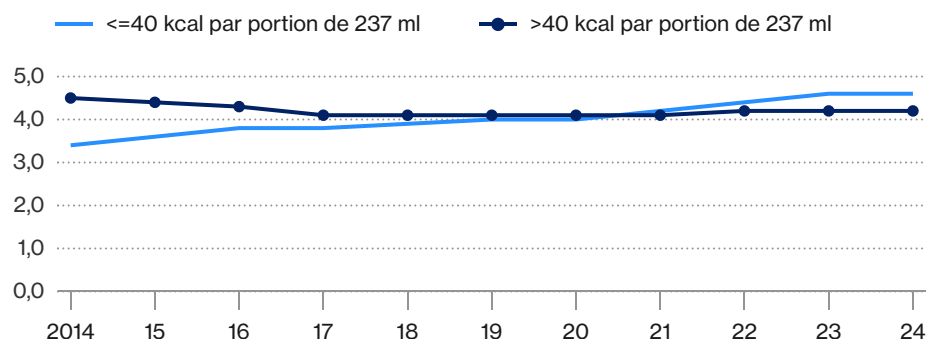
Les boissons à plus faible teneur en calories ne sont plus une niche. En 2024, ces produits représentaient 52,5 % du volume total des boissons, contre 42,9 % en 2014<sup>4</sup>. Il s'agit d'un tournant décisif dans le secteur canadien des boissons, puisque plus de la moitié des boissons non alcoolisées achetées par les Canadiens sont désormais à faible teneur en calories ou sans calories.

Au cours de la dernière décennie, le volume des boissons hypocaloriques a bondi d'environ 38,0 % (passant de 3 354 millions de litres à 4 624 millions de litres), tandis que celui des boissons hypercaloriques<sup>5</sup> a diminué de 6,3 % (passant de 4 466 millions de litres à 4 184 millions de litres). (Voir le Graphique 6.)

## Graphique 6

Les boissons hypocaloriques progressent plus que les boissons hypercaloriques, de 2014 à 2024

(volume total acheté, en milliards de litres)



Sources : Signal49 Recherche, GlobalData.

<sup>4</sup> Selon GlobalData, on entend par « portions hypocaloriques » les boissons contenant 40 kcal ou moins par portion de 237 ml.

<sup>5</sup> Selon GlobalData, on entend par « portions hypercaloriques » les boissons contenant plus de 40 kcal par portion de 237 ml.

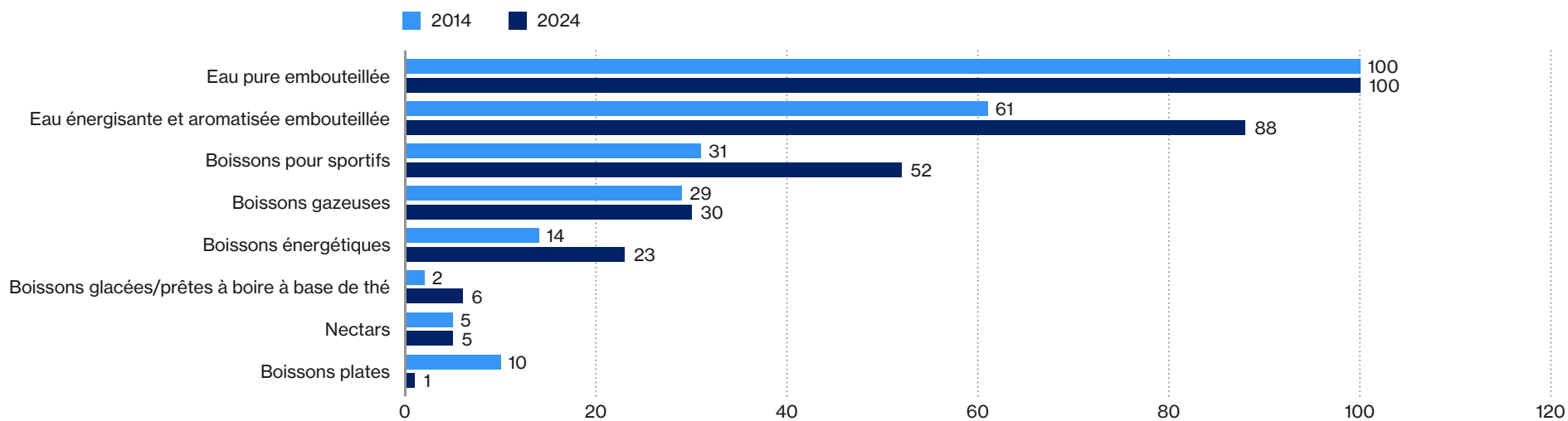
## Les options moins caloriques se multiplient

La diversification de l'offre de produits à faible teneur en calories reflète à la fois la demande des consommateurs pour des options « plus saines » et les innovations du secteur dans de nombreuses catégories de boissons. (Voir le Graphique 7.)

- L'eau pure embouteillée a consolidé son rôle de pilier de l'hydratation sans calories.
- La part des variantes hypocaloriques en eaux énergisantes et aromatisées a bondi d'environ 61,0 % en 2014 à quelque 88,0 % du volume total en 2024, stimulée par les innovations en matière de boissons hydratantes légèrement aromatisées.
- Les boissons pour sportifs ont également connu une évolution notable : les produits à faible teneur en calories représentent désormais plus de la moitié (plus ou moins 52 %) des volumes totaux, contre environ 31,0 % il y a 10 ans.
- Les jus et les boissons prêtes à boire à base de café restent plus caloriques que les autres catégories. Cela s'explique par la présence de sucres naturels dans les jus de fruits et par les sucres ajoutés au café pour atténuer son amertume naturelle.

**Graphique 7**

Croissance des boissons faibles en calories dans toutes les catégories, de 2014 à 2024  
(parts des portions faibles en calories achetées par segment, en %)



Sources : Signal49 Recherche, GlobalData.

**Redéfinir ce que signifie « faible en calories »**

Entre 2014 et 2024, la plupart des catégories de boissons non alcoolisées ont vu leur offre de produits à faible teneur en calories se diversifier, ce qui a contribué à une baisse générale de la densité calorique. Il est toutefois intéressant de noter que la teneur moyenne en calories par litre dans le segment des produits à faible teneur en calories a légèrement augmenté de 2,0 kcal en 2014 à 3,8 kcal en 2024. Ce petit bond témoigne de la popularité croissante des options d'eau légèrement sucrée ou aromatisée qui offrent saveur et rafraîchissement tout en restant bien en deçà des teneurs en calories habituelles.

Malgré cette légère hausse, ces nouvelles boissons plus faibles en calories demeurent nettement moins caloriques que les catégories traditionnelles telles que les jus, les boissons gazeuses et les cafés prêts à boire. Ensemble, ces transformations offrent de nouveaux choix aux consommateurs, qui recherchent de plus en plus un équilibre entre le goût, les bienfaits fonctionnels et la teneur en calories.

# Perspectives

Au cours de la dernière décennie, le secteur canadien des boissons non alcoolisées a réalisé des progrès notables en matière de réduction des calories consommées grâce à son offre de produits, dépassant son objectif de réduction de 20,0 % des calories deux ans avant la date prévue. Cette baisse s'explique en grande partie par l'introduction d'options moins caloriques destinées aux consommateurs, plutôt que par une diminution de la consommation.

Alors que la prise de conscience des risques liés à la consommation d'alcool ne cesse de croître et que le marché des boissons non alcoolisées devient plus fragmenté, une réduction plus marquée des calories nécessitera des innovations supplémentaires. Les fabricants pourraient se tourner vers des segments plus riches en calories, tels que les cafés prêts à boire, les jus et les boissons plates, où la présence de sucres naturels, de produits laitiers et d'arômes complique la reformulation de produits à faible teneur en calories.

Plus récemment, les exigences fédérales en matière d'étiquetage nutritionnel – notamment la réglementation de Santé Canada

concernant le symbole nutritionnel figurant sur le devant de l'emballage – devraient inciter à réduire encore la teneur en calories des boissons. Ces mesures devraient continuer à influencer sur les stratégies de développement de produits, de commercialisation et de mise en conformité dans l'ensemble du secteur, renforçant ainsi les efforts déployés par celui-ci pour adapter son offre aux attentes des consommateurs en matière de santé.

Les gains rapides liés à la reformulation des produits et au redimensionnement des emballages étant en grande partie épuisés, la prochaine étape de réduction des calories nécessitera le développement continu de nouvelles options faibles en calories ou sans calories axées sur la santé et sur les bienfaits fonctionnels, et adaptées aux préférences évolutives des consommateurs. L'avantage concurrentiel des entreprises de boissons non alcoolisées – ainsi que leur rentabilité – dépendra de plus en plus de la diversité de leur gamme de produits et de communications ciblant différents styles de vie.

## Annexe A

# Méthodologie

Cette analyse examine les progrès accomplis à l'égard de l'objectif fixé par l'initiative Équilibre en calories du secteur des boissons non alcoolisées, qui vise à réduire de 20,0 % la teneur en calories des boissons non alcoolisées entre 2014 et 2025. Les volumes de ventes proviennent des données du marché des boissons gazeuses de GlobalData et ont été combinés à des estimations de densité calorique par catégorie pour calculer le total annuel des calories contenues dans les boissons. Les calories consommées par personne au quotidien ont été calculées en ajustant le total des calories aux estimations démographiques de Statistique Canada.

Cette analyse repose sur les données relatives aux achats au détail, et non sur celles concernant la consommation directe ou la production des fabricants. Les résultats représentent donc les calories achetées par personne plutôt que les calories consommées. Ce jeu de données, produit par GlobalData et fourni par l'Association canadienne des boissons, couvre l'ensemble des provinces et territoires canadiens et tient compte à la fois des canaux de vente sur place et hors établissement, y compris du commerce en ligne.

Afin de cibler les facteurs de changement, Signal49 Recherche a ventilé la réduction totale des calories entre 2014 et 2024 en deux composantes : les variations de la densité calorique (reflétant à la fois l'orientation des calories par unité de volume et celle de la composition des produits) et les changements dans le volume de boissons par personne (traduisant l'évolution du volume total acheté par habitant), chacune de ces composantes ayant ensuite été analysée par catégorie de boissons non alcoolisées. Des moyennes pondérées par volume selon le niveau de calories ont été utilisées pour évaluer l'évolution de la composition des catégories et l'augmentation de l'offre de produits à faible teneur en calories au fil du temps.

## Annexe B

# Bibliographie

Le Conference Board du Canada. « L'économie des boissons rafraîchissantes : Explorer l'empreinte économique du secteur des boissons non alcoolisées au Canada ». Ottawa : CBoC, 25 novembre 2025. [https://www.signal49.ca/product/empreinte-economique-des-boissons-non-alcoolisees\\_nov2025/](https://www.signal49.ca/product/empreinte-economique-des-boissons-non-alcoolisees_nov2025/).

Le Conference Board du Canada. « Trouver l'équilibre : Initiative Équilibre en calories de l'Association canadienne des boissons ». Ottawa : CBoC, 11 décembre 2020. [https://balancecalories.ca/wp-content/uploads/2020/12/V7-24837\\_Issue-Briefing\\_Finding-Balance\\_Balance-Calories-Initiative.pdf](https://balancecalories.ca/wp-content/uploads/2020/12/V7-24837_Issue-Briefing_Finding-Balance_Balance-Calories-Initiative.pdf).

## Remerciements

Cette recherche a été réalisée grâce au soutien financier de l'Association canadienne des boissons.

De nombreux collègues de Signal49 Recherche ont contribué à la réalisation de cette recherche. Junyi Feng, M.A., directrice principale, Recherche économique, a conçu cette recherche et en a assuré la supervision tout au long du processus. Alishba Rasheed, M. Sc., économiste, a mené à bien ce projet. Tony Bonen, Ph. D., directeur général, Recherche économique, et Bryan Gormley, M.A., économiste principal, ont apporté leurs commentaires sur les premières versions du document. Ce rapport de données a été conçu par l'équipe des services de conception de Signal49 Recherche.

## Réduction des calories : bilan décennal : Étude de l'initiative Équilibre en calories sur les boissons non alcoolisées

Signal49 Recherche

Pour citer ce rapport : Recherche, Signal49. *Réduction des calories : bilan décennal : Étude de l'initiative Équilibre en calories sur les boissons non alcoolisées*, Ottawa, Signal49 Recherche, 2026.

Nos prévisions et travaux de recherche reposent souvent sur de nombreuses hypothèses et sources de données et présentent ainsi des risques et incertitudes. Ces renseignements ne doivent donc pas être perçus comme une source de conseils spécifiques en matière de placement, de comptabilité, de droit ou de fiscalité. Signal49 Recherche assume l'entière responsabilité des résultats et conclusions de cette recherche.

Ce document est disponible sur demande dans un format accessible aux personnes ayant une déficience visuelle.

Agent d'accessibilité, Signal49 Recherche

Tél. : 613-526-3280 ou 1-866-711-2262 | Courriel : [accessibility@signal49.ca](mailto:accessibility@signal49.ca)

Publié au Canada | Tous droits réservés | Entente n° 40063028

AERIC Inc. est un organisme de bienfaisance indépendant enregistré au Canada qui exerce ses activités sous le nom de Signal49 Recherche.



Où le savoir  
inspire l'action