



ประกาศ SAPPE ที่ HR- 031 /2568

เรื่อง นโยบายด้านโภชนาการ การสื่อสาร และการทำการตลาดอย่างมีความรับผิดชอบ

บริษัท ซีพีแฉี จำกัด (มหาชน) (ต่อไปในนโยบายฉบับนี้จะเรียกว่า “บริษัท”) ประกอบกิจการผลิตเครื่องดื่มและอาหารที่มีคุณภาพ ด้วยพันธกิจ “เราจะเป็นองค์กรแห่งแรงบันดาลใจที่ส่งมอบอาหารและเครื่องดื่มที่อร่อยสุดเจ๋ง เพื่อทำให้ชีวิตของผู้คนดีขึ้นผ่านจิตวิญญาณที่สร้างสรรคของเรา” มุ่งมั่นในการส่งเสริมสุขภาพ และความเป็นอยู่ที่ดีของผู้บริโภคผ่านสินค้านวัตกรรม ตลอดจนการสื่อสารการตลาดไปสู่กลุ่มเป้าหมายที่มีความชัดเจนโปร่งใส เพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัท ตอบสนองต่อความต้องการด้านสุขภาพและโภชนาการของผู้บริโภคในปัจจุบันและอนาคต จึงกำหนดนโยบายด้านโภชนาการ การสื่อสาร และการทำการตลาดอย่างมีความรับผิดชอบ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. มุ่งมั่นพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มคุณภาพ มีความหลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง ส่งเสริมการใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติที่มีคุณค่าทางโภชนาการ นำเทคโนโลยีและวิธีการที่ทันสมัยมาปรับใช้ใช้กระบวนการผลิต เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและปลอดภัยต่อผู้บริโภค

2. ค้นหา ตรวจสอบ คัดเลือกส่วนประกอบใหม่ ๆ ที่ทันสมัย มีประโยชน์และมีคุณค่าทางโภชนาการ รวมทั้งติดตามข้อกำหนดกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ ให้ผู้บริโภคได้รับสินค้าที่มีคุณภาพอย่างสูงสุด อาทิ เครื่องดื่มไม่เติมน้ำตาล หรือคิดค้นสูตรที่ไม่มีน้ำตาล

3. สื่อสารข้อมูลทางโภชนาการของผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคอย่างถูกต้อง ชัดเจน ครบถ้วน ผ่านการแสดงผลโภชนาการบนบรรจุภัณฑ์ตามมาตรฐานและข้อกำหนดต่าง ๆ อย่างถูกต้อง รวมทั้งมุ่งมั่นในการสื่อสารการตลาดอย่างมีความรับผิดชอบ ผ่านการโฆษณา ให้ความรู้ การจัดทำแคมเปญหรือกิจกรรม ทั้งในรูปแบบ Online และ Offline เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย

4. ไม่สื่อสารหรือโฆษณาข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่เกินความจริง เพื่อลดผลกระทบเชิงลบต่อสุขภาพของผู้บริโภค รวมทั้งการให้ข้อมูลสำหรับผู้แพ้อาหารบางกลุ่ม เช่น การแจ้งเตือนว่ามีส่วนผสมของนม ไข่ ถั่วลิสง แป้งสาลี หรือส่วนผสมอื่น ๆ เป็นต้น

5. ขยาย ปรับปรุง ช่องทางการเข้าถึงสินค้า ทั้งในรูปแบบ Online และ Offline อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าคุณภาพของเราได้มากที่สุด

6. ให้ความร่วมมือ และสนับสนุนช่วยเหลือในด้านอาหารและโภชนาการในพื้นที่ต้องการ หรือขาดแคลน ทั้งในยามปกติ และภาวะวิกฤตในสังคม

7. ให้ความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคอุตสาหกรรม และสถาบันศึกษา ในการส่งเสริมการมีสุขภาพที่ดีให้ผู้บริโภคผ่านอุตสาหกรรมเครื่องดื่มและอาหาร อาทิ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา สมาคมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มไทย IPHA ของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย กระทรวงสาธารณสุข และกระทรวงอุตสาหกรรม ตลอดจนสนับสนุนสถาบันการศึกษา ในการให้ความรู้เกี่ยวกับการคิดค้นอาหารเครื่องดื่มที่มีคุณภาพและปลอดภัยแก่ผู้บริโภคออกสู่ตลาดในอนาคต



8. ติดตามและปรับปรุงนโยบายด้านโภชนาการ การสื่อสาร และการทำการตลาดอย่างมีความรับผิดชอบอย่างต่อเนื่อง รับฟังความคิดเห็นจากผู้บริโภคและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสม พร้อมทั้งสื่อสาร เผยแพร่ ให้ความรู้ ทำความเข้าใจ นโยบายฉบับนี้ต่อพนักงานและผู้มีส่วนได้เสีย อีกทั้งส่งเสริมให้มีกระบวนการตรวจสอบการ ปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพตามมาตรฐานสากลเพิ่มมากยิ่งขึ้น โดยนโยบายนี้จะได้รับการทบทวนทุกปี หรือทบทวนตามสถานการณ์ ที่เหมาะสม

นโยบายฉบับนี้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 11 เมษายน 2568 เป็นต้นไป

(นายที อ่อนอิน)

ประธานกรรมการ บริษัท ซีพีแรม จำกัด (มหาชน)



SAPPE's Announcement No. HR- 031 /2025

Nutrition, Communication, and Responsible Marketing Policy

Sappe Public Company Limited (hereinafter referred to as the "Company") is engaged in the production of high-quality beverages and food products with the mission: "To be an inspiring Thai model organization delivering superior choices of food & beverages to better people's lives." The Company is committed to promoting the health and well-being of consumers through innovative products, as well as clear and transparent marketing communications to ensure that the Company's products meet the current and future health and nutritional needs of consumers. The following policy on nutrition, communication, and responsible marketing has been established:

1. Committed to continuously developing high-quality and diverse food and beverage products to meet consumer demand, promoting the use of natural ingredients with nutritional value, and applying modern technologies and methods in the production process to ensure the quality and safety of the products for consumers.

2. Actively seek, evaluate, and select new, modern, and beneficial ingredients with nutritional value, while also staying up to date with relevant regulations and laws to continuously improve products. This will ensure consumers receive products of the highest quality, such as sugar-free beverages or developing sugar-free formulas.

3. Communicate accurate, clear, and complete nutritional information to consumers through proper labeling of nutrition facts on packaging according to standards and regulations, and will commit to responsible marketing communications. This will include advertising, educational campaigns, and activities both online and offline, to ensure that consumers have easy access to the information.

4. Avoid communicating or advertising product information that is misleading, to minimize the negative health impacts on consumers. Additionally, allergen information will be provided, such as indicating the presence of milk or powdered coffee additives, on product labels.

5. Continuously expand and improve the accessibility of its products through both online and offline channels, ensuring that consumers can access the Company's high-quality products as widely as possible.

6. Cooperate and support food and nutrition initiatives in areas of need or scarcity, both in normal times and during social crises.



7. Collaborate with government agencies, the industry sector, and educational institutions to promote consumer health through the food and beverage industry. This includes organizations such as the Food and Drug Administration, the Thai Beverage Industry Association, Industrial and Production Hygiene Administration (IPHA) of the Federation of Thai Industries, the Ministry of Public Health, and the Ministry of Industry, as well as supporting educational institutions in the development of safe and high-quality food and beverage products for future markets.

8. Continuously monitor and improve the policy on nutrition, communication, and responsible marketing, listening to feedback from consumers and stakeholders to improve products and marketing strategies. The policy will be communicated, promoted, and explained to employees and stakeholders, as well as encouraging processes to monitor compliance with international standards. The policy will be reviewed annually or as needed based on the situation.

This policy is effective from 11 April 2025 onwards.

(Mr. Natee Onin)

Chairman of the Board of Directors
Sappe Public Company Limited