



Advertising Standards Canada
Les normes canadiennes de la publicité

175 Bloor Street East
South Tower, Suite 1801
Toronto, Ontario M4W 3R8

☎ 416 961-6311
📠 416 961-7904
www.adstandards.com

175, rue Bloor Est
Tour Sud, bureau 1801
Toronto (Ontario) M4W 3R8

☎ 416 961-6311
📠 416 961-7904
www.normespub.com

Les normes canadiennes de la publicité publient leur premier Rapport de conformité sur l'Initiative canadienne pour la publicité sur les aliments et les boissons destinée aux enfants

Des sociétés de l'industrie des aliments et des boissons surpassent les exigences initiales

Toronto, le 14 juillet 2009 – Les normes canadiennes de la publicité (NCP) publiaient aujourd'hui leur premier Rapport de conformité annuel sur *l'Initiative canadienne pour la publicité sur les aliments et les boissons destinée aux enfants* (IPE). Ce Rapport présente en détail les progrès réalisés par les chefs de file de l'industrie des aliments et des boissons qui participent à ce programme en vue de modifier le paysage de la publicité sur les aliments et les boissons destinée aux enfants. Ce Rapport de conformité couvre l'année 2008 – année inaugurale du programme – et conclut que toutes les sociétés participantes ont rempli leurs engagements en vertu du programme. NCP n'a relevé que deux problèmes de conformité mineurs. Attribuables à une erreur, ceux-ci ont été corrigés sur-le-champ par les participants en cause.

« La participation à l'IPE étant volontaire, nous nous attendions à un très haut niveau de conformité. Ce premier Rapport démontre que les sociétés participantes ont rempli avec succès les engagements qu'elles se sont fixés. Elles ont même surpassé les exigences initiales du programme », précise M^{me} Linda Nagel, présidente et chef de la direction de NCP. « Il s'agit là d'importantes réalisations, et nous tenons à féliciter ces sociétés qui ont fait de cette Initiative une priorité. »

Des 16 sociétés participantes, huit n'ont pas annoncé auprès des enfants de moins de 12 ans. Les huit autres ont toutes surpasser les exigences de base de l'IPE en s'engageant à ce que la totalité (100 %) de leur publicité destinée aux enfants de moins de 12 ans, porte sur des produits qui satisfont aux critères nutritionnels de l'IPE (plutôt que le minimum de 50 % requis pour pouvoir participer à l'Initiative). De plus, alors que l'IPE exigeait que les produits satisfassent à au moins un de ses critères nutritionnels, tous les produits annoncés ont satisfait à au moins deux d'entre eux.

L'Initiative canadienne pour la publicité sur les aliments et les boissons destinée aux enfants (IPE)

En vertu de l'IPE, 18 entreprises canadiennes figurant parmi les chefs de file de l'industrie des aliments et des boissons se sont engagées soit à ne pas faire de publicité qui s'adresse principalement aux enfants de moins de 12 ans, soit à centrer leur publicité sur des produits qui sont conformes aux principes d'une saine nutrition.

Le Rapport de conformité évalue les engagements respectifs des 16 sociétés qui ont adhéré à l'Initiative lorsque celle-ci a été annoncée en 2007. Les participants qui font l'objet de ce rapport sont les suivants : Cadbury Adams Canada Inc., Compagnie Campbell du Canada, Coca-Cola Ltée., Corporation General Mills du Canada, Hershey Canada Inc., Janes Family Foods Ltd., Kellogg Canada Inc., Kraft Canada Inc., Mars Canada Inc., McCain Foods (Canada), Restaurants McDonald's du Canada Limitée, Nestlé Canada Inc., Parmalat Canada, PepsiCo Canada ULC, Unilever Canada Inc. et Boulangeries Weston Limitée.

Depuis le lancement en 2007, deux autres sociétés se sont jointes au programme. Il s'agit de Restaurants Burger King du Canada Inc. et de Ferrero Canada Ltée, ce qui porte le nombre de participants à 18. La transparence et la responsabilisation sont des éléments clés de l'IPE. Aussi, en tant qu'administrateur du programme, NCP assure une surveillance indépendante de l'IPE de la façon suivante :

- en approuvant et en publiant les engagements des participants ;
- en procédant à un audit de conformité des participants, et
- en publiant des rapports de conformité annuels.

Au sujet des Normes canadiennes de la publicité (NCP)

Créé en 1957, NCP constitue l'organisme national indépendant d'autoréglementation de l'industrie de la publicité. Il a pour mission de susciter et de maintenir la confiance du public dans la publicité.

Figurent parmi ses membres des annonceurs, des agences de publicité, des médias et des fournisseurs de l'industrie de premier plan qui sont déterminés à soutenir une autoréglementation responsable et efficace de la publicité. Organisme sans but lucratif, NCP administre le *Code canadien des normes de la publicité* – principal outil d'autoréglementation de la publicité au Canada –, de même qu'une procédure nationale de traitement des plaintes des consommateurs contre la publicité. Ces plaintes sont évaluées par des conseils bénévoles indépendants, composés de représentants chevronnés de l'industrie et du public. NCP rend publiques les plaintes retenues dans ses *Rapports des plaintes contre la publicité* en ligne. À l'aide des Services d'approbation de NPC, l'organisme offre des services d'examen de textes publicitaires dans cinq catégories réglementées afin d'assurer la conformité de ces derniers avec les lois, règlements, codes et lignes directrices en vigueur.

Vous trouverez le Rapport de conformité pour l'année 1 du programme de même que plus de détails sur l'IPE à l'adresse suivante : www.normespub.com/fr/initiativeenfants .

-30-

Pour plus d'information, communiquez avec :

David Rodier

Cabinet de relations publiques NATIONAL

Tél. : 613 233-1699, poste 243

drodier@national.ca