



Au sujet de l'Initiative pour la publicité destinée aux enfants

En vertu de l'Initiative pour la publicité destinée aux enfants, 19 entreprises canadiennes de premier plan (participants) de l'industrie des aliments et des boissons, dont la publicité représente la plus grande proportion de publicités sur les aliments et les boissons présentées dans le cadre d'émissions pour enfants, se sont engagées à orienter leur publicité destinée aux enfants de moins de 12 ans de manière à promouvoir des choix alimentaires plus sains ou à ne plus cibler les enfants dans leur publicité.

Les engagements des participants

En vertu de l'Initiative pour la publicité destinée aux enfants :

- Dix participants orientent désormais la totalité (soit 100 %) de leur publicité destinée principalement aux enfants de moins de 12 ans vers des choix alimentaires plus sains, conformément à des normes qui sont compatibles avec les critères scientifiques et gouvernementaux déjà établis en matière de nutrition. (Il s'agit de Les Restaurants Burger King du Canada, Inc., Compagnie Campbell du Canada, Corporation General Mills du Canada, Kellogg Canada Inc., Kraft Canada Inc., Restaurants McDonald's du Canada Limitée, Nestlé Canada Inc., Parmalat Canada Inc., Post Foods Canada Corp. et Boulangeries Weston Limitée.)
- Neuf participants ne ciblent plus les enfants de moins de 12 ans dans leur publicité. (Il s'agit de Cadbury Adams Canada Inc., Coca-Cola Canada, Ferrero Canada Ltée., Hershey Canada Inc., Janes Family Foods Ltd., Mars Canada Inc, McCain Foods (Canada), PepsiCo Canada et Unilever Canada Inc.)

Les participants se sont également engagés à consacrer la totalité (100 %) de leur publicité destinée principalement aux enfants de moins de 12 ans à des produits qui représentent des choix alimentaires plus sains ou à ne plus cibler principalement les enfants de moins de 12 ans dans leur publicité dans :

- des jeux vidéo et des jeux électroniques classés « Jeunes enfants » ou « EC » qui, par définition, s'adressent principalement aux enfants de moins de 12 ans, et tout autre jeu qui propose un groupe d'âge sur son étiquette et sur son emballage à l'effet qu'il est destiné principalement aux enfants de moins de 12 ans;
- des films en DVD classés « G » et dont le contenu est destiné principalement aux enfants de moins de 12 ans, et autres DVD dont le contenu est destiné principalement aux enfants de moins de 12 ans, et
- des médias mobiles tels que les téléphones cellulaires, les assistants numériques (PDA) et le bouche-à-oreille lorsque la publicité dans ces médias est destinée principalement aux enfants de moins de 12 ans.

Les participants se sont également engagés à :

- incorporer, dans les jeux interactifs destinés principalement aux enfants de moins de 12 ans, uniquement des produits qui représentent des choix alimentaires sains;
- limiter l'utilisation de personnages sous licence appartenant à des tiers dans la publicité destinée principalement aux enfants de moins de 12 ans, qui ne satisfait pas aux critères de l'Initiative pour la publicité destinée aux enfants visant à promouvoir des choix alimentaires sains;
- ne pas payer pour faire placer leurs produits alimentaires ou leurs boissons, ou ne pas chercher activement à le faire, dans le contenu d'émissions/rédactionnel de tout média s'adressant principalement à des enfants, et
- ne pas annoncer de produits alimentaires ni de boissons dans les écoles élémentaires, de la pré-maternelle à la 6^e année.

INITIATIVE CANADIENNE POUR LA PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS ET LES BOISSONS DESTINÉE AUX ENFANTS



Administration du programme

Afin d'assurer la transparence du programme et la responsabilisation de chaque participant, Les normes canadiennes de la publicité (NCP) – organisme indépendant d'autoréglementation de la publicité – sont chargées de l'administration de ce programme, notamment de :

- l'approbation de l'engagement de chaque participant,
- la publication des engagements des participants dans une section dédiée du site Web de NCP,
- la tenue d'un audit annuel visant à évaluer le degré de conformité de chaque participant avec ses engagements, et
- la publication, à l'intention du public, des résultats de l'audit.

Information complémentaire

De plus amples renseignements sur l'Initiative pour la publicité destinée aux enfants de même que le détail des engagements de chaque participant sont disponibles à l'adresse suivante :

www.normespub.com/initiativeenfants.