

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



L'Initiative canadienne pour la publicité sur les aliments et les boissons destinée aux enfants (IPE) est un programme mis sur pied par 18 entreprises canadiennes de premier plan de l'industrie des aliments et des boissons (sociétés participantes) en vue de modifier le paysage de la publicité sur les aliments et les boissons destinée aux enfants. En vertu de l'IPE, les sociétés participantes se sont engagées à n'annoncer auprès des enfants de moins de 12 ans que des produits qui satisfont aux critères nutritionnels de l'IPE, ou à ne plus cibler les enfants de moins de 12 ans dans leur publicité.

Engagements des sociétés participantes

- Neuf sociétés participantes orientent désormais la totalité (100 %) de leur publicité de manière à promouvoir des produits qui répondent aux critères nutritionnels de l'IPE. (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. et Boulangeries Weston Limitée)
- Neuf sociétés participantes ne ciblent plus les enfants de moins de 12 ans dans leur publicité. (Cadbury Adams Canada Inc., Coca-Cola Ltée, Ferrero Canada Ltée, Hershey Canada Inc., Janes Family Foods Ltd., Mars Canada Inc, McCain Foods (Canada), PepsiCo Canada ULC et Unilever Canada Inc.)

Les sociétés participantes se sont également engagées à :

- incorporer uniquement des produits qui satisfont aux critères nutritionnels de l'IPE dans les jeux interactifs destinés principalement aux enfants de moins de 12 ans;
- 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 nutritionnels de l'IPE;
- 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 primaires.

Critères nutritionnels de l'IPE

- Aliments qui reflètent les principaux messages du *Guide alimentaire canadien*
- Aliments qui satisfont aux critères se rapportant aux allégations relatives à la santé reliée au régime alimentaire, aux allégations relatives au rôle biologique et aux allégations relatives à une saine alimentation, tels qu'énoncés dans la *Loi sur les aliments et drogues et son Règlement* et/ou dans le *Guide d'étiquetage et de publicité sur les aliments* de l'Agence canadienne d'inspection des aliments
- Aliments répondant aux normes fixées pour participer au programme *Visez santé*^{MC} de la Fondation des maladies du coeur

Administration du programme

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

- d'approuver l'engagement de chaque société participante;
- de publier les engagements des sociétés participantes dans une section dédiée de son site Web;
- de tenir des audits annuels visant à établir le degré de conformité de chaque société avec son engagement, et
- de rendre publics les résultats de ces audits.

Information complémentaire

Pour de plus amples renseignements sur l'IPE, visitez le www.normespub.com/initiativeenfants.