



**Les Restaurants McDonald du Canada Limitée
Engagement dans le cadre du projet de publicité sur
les aliments et les boissons destinée aux enfants canadiens**

Entité touchée par le projet : Les Restaurants McDonald du Canada Limitée
(« McDonald's »)
1, Place McDonald's
Toronto (Ontario)
M3C 3L4

Nom des responsables de la mise en place du projet :
Brad Gamble – directeur senior en chef du Marketing
Hope Bagozzi – directrice de la Publicité nationale

Marque/gamme de produits concernées par le projet : Aliments et boissons de McDonald's

Chez McDonald's, nous croyons que nous pouvons jouer un rôle pour aider nos clients à atteindre un mode de vie équilibré et actif. Chez McDonald's, nous sommes fiers d'offrir une variété de choix à notre menu. À cette fin, nous évaluons régulièrement notre menu, à la recherche de nouvelles façons de servir à nos clients des produits qui conviennent à leur mode de vie. Ainsi, cela signifie que nous offrons des produits aussi variés que des hamburgers, du poulet, des tranches de pomme, des parfaits au yogourt et aux petits fruits et des salades ainsi que de l'eau, du jus de pomme, du lait, du jus d'orange et du thé glacé.

Nous fournissons également à nos clients des renseignements pour les aider à atteindre leurs buts de bien-être, par notre site Web, nos napperons, notre service à la clientèle et certains de nos emballages, nous divulguons des renseignements nutritionnels sur nos produits.

Chez McDonald's, nous sommes fiers de notre riche héritage de communication responsable avec nos clients, surtout auprès des enfants et nous continuons de jouer un rôle de chef de file dans l'établissement de normes qui régissent la publicité destinée aux enfants et aux adultes. McDonald's est un membre actif des Annonceurs responsables en publicité pour enfants participe activement au programme d'autorégulation des Normes canadiennes de la publicité (« NCP »).

En mai 2007, McDonald's a annoncé son appui au projet de publicité sur les aliments et les boissons destinée aux enfants canadiens des Normes canadiennes de la publicité (« PPABEC »), conçu par un groupe de travail de l'industrie, dont McDonald's et d'autres entreprises alimentaires font partie.

McDonald's est fière de présenter son engagement dans le cadre de ce projet. Puisque nous mettons régulièrement à jour nos pratiques d'affaires, il est possible que nous apportions, de temps à autre, des changements à notre engagement, en collaboration avec les NCP, avec un préavis écrit de 30 jours aux NCP.

Engagement de McDonald's

Message publicitaire

Toute la publicité de McDonald's à l'échelle nationale¹ principalement adressée aux enfants de moins de 12 ans² favorisera les choix alimentaires sains en faisant la promotion de produits qui constituent des choix alimentaires sains. McDonald's atteindra cet objectif en mettant en vedette dans sa publicité nationale³ principalement adressée aux enfants de moins de 12 ans des repas qui répondent aux critères nutritionnels suivants : le repas annoncé ne doit pas contenir plus de 600 calories dont au plus 35 % doivent provenir des lipides, au plus 10 % des gras saturés, et le sucre doit représenter au plus 25 % du poids total (« repas annoncé »). Le repas annoncé sera soit un Joyeux festin^{MD} Poulet McCroquettes^{MD}, 4 morceaux, avec un berlingot de lait 1 %, sauce aigre-douce et des tranches de pomme avec trempette au caramel ou un Joyeux festin^{MD} Hamburger avec berlingot de lait 1 % et tranches de pomme avec trempette au caramel. Actuellement, le repas annoncé est le repas Poulet McCroquettes^{MD}, 4 morceaux. Les renseignements nutritionnels de ces repas se trouvent à l'Annexe A.

De plus, McDonald's concevra de la publicité qui mettra principalement en vedette des « messages de mode de vie sain » conçus pour plaire aux enfants.

Par type de média, McDonald's appuiera le projet de publicité sur les aliments et les boissons destinée aux enfants canadiens, comme suit :

- Télévision. Toute la publicité de McDonald's diffusée à l'échelle nationale à la télévision principalement adressée aux enfants de moins de 12 ans mettra en vedette le repas annoncé. De plus, une partie de la publicité nationale de McDonald's fera la promotion des « messages de mode de vie sain ».
- Radio. McDonald's n'a généralement pas recours à la radio dans sa publicité nationale principalement adressée aux enfants de moins de 12 ans, mais si elle doit le faire elle mettra en vedette le repas annoncé ou des « messages de mode de vie sain ».
- Médias imprimés. McDonald's n'a généralement pas recours aux médias imprimés dans sa publicité nationale principalement adressée aux enfants de moins de 12 ans, mais si elle doit le faire, elle mettra en vedette le repas annoncé ou des « messages de mode de vie sain ».

¹ La « publicité nationale » comprend toutes les publicités payées par McDonald's du Canada et ses sociétés affiliées et approuvées par ces dernières à la télévision, à la radio, dans les médias imprimés et dans Internet et qui sont diffusées dans tout le Canada ou dans une partie importante du Canada La publicité nationale n'inclut pas le matériel aux points de vente (p. ex. menus, napperions, présentoirs, affiches, feuilles d'emballage, boîtes, sacs, emballages).

² La publicité principalement adressée aux enfants de moins de 12 ans signifie : médias achetés selon la norme démographique de Nielsen pour un public âgé de moins de 12 ans. La publicité adressée aux enfants de moins de 12 ans dans Internet est basée sur les estimations de comScore pour les sites Web évalués ou par les données d'inscription au site.

³ Mesurée en points d'exposition bruts au moment de l'achat de la publicité pour une période consécutive d'une année civile commençant le 1er janvier 2008

□ Site Internet de tiers. Tous les aliments dans la publicité nationale de McDonald's sur les sites Internet de tiers principalement adressés aux enfants de moins de 12 ans seront ceux du repas annoncé.

□ Sites Web de McDonald's. Tous les aliments sur les pages de sites Web appartenant à McDonald's principalement adressés aux enfants de moins de 12 ans seront ceux du repas annoncé. De plus, McDonald's distribuera sur ses sites Web du matériel mettant principalement l'accent sur les « messages de mode de vie sain ».

CALENDRIER DE MISE EN PLACE : L'engagement de McDonald's entrera en vigueur le 1^{er} janvier 2008.

* * * * *

Utilisation des personnages sous licence. McDonald's limitera son recours à des personnages sous licence de tiers dans la publicité payée principalement adressée aux enfants de moins de 12 ans à la promotion des « choix alimentaires sains ». ⁴ McDonald's limitera son recours à des personnages sous licence de tiers sur les sites Web appartenant à McDonald's principalement adressés aux enfants de moins de 12 ans à la promotion des « choix alimentaires sains ». McDonald's entend atteindre cet objectif en ayant recours à des personnages sous licence principalement dans les publicités du repas annoncé ou des composantes de ce repas.

CALENDRIER DE MISE EN PLACE : L'engagement de McDonald's entrera en vigueur le 1^{er} janvier 2008.

* * * * *

Placement de produit. McDonald's ne paiera pas pour placer ses aliments ou ses boissons dans le programme ou le contenu éditorial de tout média principalement adressé aux enfants de moins de 12 ans dans le but de promouvoir la vente de ces produits et ne recherchera pas activement à le faire.

CALENDRIER DE MISE EN PLACE : L'engagement de McDonald's entrera en vigueur le 1^{er} janvier 2008.

* * * * *

Utilisation des produits dans les jeux interactifs. Dans tout jeu interactif principalement adressé aux enfants de moins de 12 ans où les aliments et les boissons de McDonald's y sont intégrés, le jeu interactif comprendra ou sera accompagné de produits représentant les « choix alimentaires sains » ou les « messages de mode de vie sain », comme ils sont définis dans le projet de publicité sur les aliments et les boissons destinée aux enfants canadiens.

⁴ Comme énoncé dans le document des principes du projet de publicité des aliments et des boissons à l'intention des enfants canadiens, cela ne s'applique pas à l'utilisation des personnages sous licence sur les emballages si les emballages n'apparaissent pas dans la publicité adressée aux enfants de moins de 12 ans. Cette restriction ne s'applique pas aux personnages créés ni appartenant à l'entreprise.

CALENDRIER DE MISE EN PLACE : L'engagement de McDonald's entrera en vigueur le 1^{er} janvier 2008.

* * * * *

Publicité dans les écoles. McDonald's ne fera pas de publicité sur les aliments ou sur les boissons dans les écoles primaires. Cependant, McDonald's fournit aux éducateurs⁵ du matériel de cours et des activités qui traitent du bien-être des enfants.

CALENDRIER DE MISE EN PLACE : L'engagement de McDonald's entrera en vigueur le 1^{er} janvier 2008.

⁵ Comme énoncé dans le projet de publicité sur les aliments et les boissons destinée aux enfants canadiens, cette restriction ne s'applique pas aux présentoirs d'aliments ou de boissons, aux activités de bienfaisance ou à but non lucratif, incluant les collectes de fonds, les messages de service et les programmes éducatifs.

Annexe A
Données connexes pour les choix alimentaires sains

A) LE REPAS ANNONCÉ

Le Joyeux festin Poulet McCroquettes, 4 morceaux, incluant des tranches de pomme avec trempette au caramel, sauce aigre-douce et un berlingot de lait 1 % ou le Joyeux festin Hamburger, incluant des tranches de pomme avec trempette au caramel et un berlingot de lait 1 %.

B) LISTE DES INGRÉDIENTS

Poulet McCroquettes^{MD} de viande blanche : Chair de poulet, eau, amidon de maïs modifié, sel, poudre de bouillon de poulet (bouillon de poulet, sel et aromatisant de poulet naturel), assaisonnement (huile végétale [soja et/ou canola], extraits de romarin, mono, di et triglycérides [provenant de l'huile de tournesol] et lécithine de soja). Pané avec : Eau, farine de blé, farine de maïs jaune, amidon de maïs modifié, sel, levure chimique, épices (poivre blanc et noir, graines de céleri), amidon de blé, poudre de lactosérum, phosphate d'aluminium et de sodium, amidon de maïs, huile de soja partiellement hydrogénée (agent de fabrication). Cuit dans de l'huile végétale pure à 100 % (huile de canola, huile de maïs, huile de soja, huile de soja hydrogénée additionnée de HQBT, acide citrique et diméthylpolysiloxane).

Tranches de pomme : Pommes, ascorbate de calcium (ajouté pour garder la couleur).

Trempette au caramel : Glucose-fructose, lait entier condensé sucré (lait, sucre), eau, beurre, sucre, sel, phosphate disodique, pectine, colorant, arôme artificiel, sorbate de potassium, phosphate de sodium.

Sauce aigre-douce : Glucose-fructose, eau, purée de pêche concentrée, vinaigre, assaisonnements (contiennent blé, soja, poudre d'ail, poudre d'oignon), sel, huiles de canola et/ou de soja, amidon de maïs modifié, gomme de xanthane, épices, benzoate de sodium, arôme naturel d'abricot, colorant.

Lait partiellement écrémé 1 % : Lait partiellement écrémé, palmitate de vitamine A, vitamine D3.

Hamburger :

Pâté de bœuf : Bœuf pur à 100 %. Préparé au grill avec assaisonnement (sel, poivre noir).

Petit pain à ordinaire : Farine de blé enrichie, eau, sucre et/ou glucose-fructose, levure, huile végétale (soja et/ou canola), sel, sulfate de calcium ET PEUT CONTENIR LES INGRÉDIENTS SUIVANTS EN QUANTITÉS VARIABLES : esters d'acides tartriques diacétylés des mono et diglycérides, mono et diglycérides d'origine végétale, propionate de calcium, stéaroyl-2-lactylate de sodium, farine de maïs, phosphate de calcium, farine de soja, huile de tournesol, amidon de blé, phosphate d'ammonium, peroxyde de calcium, gluten du blé, alcool éthylique, sorbitol, polysorbate 20, propionate de sodium, enzymes, fécule soluble, amidon de maïs, amidon de blé, carboxyméthylcellulose, sulfate d'ammonium, malt, carbonate de calcium, graines de sésame

Ketchup : Pâte de tomate (faite de tomates mûres fraîches), sucre liquide, vinaigre blanc, sel, poudre d'oignon, épices.

Moutarde : Eau, vinaigre blanc, graines de moutarde, sel, curcuma, son de moutarde, épices (paprika, clou de girofle).

Tranches de cornichon : Concombres, eau, vinaigre blanc, sel, chlorure de calcium, sulfate d'aluminium, épices, polysorbate 80, curcuma et benzoate de sodium. Peut contenir du sorbate de potassium.

Oignons : Oignons en dés.

C) PRINCIPES RÉGISSANT LES PRODUITS DE McDONALD'S ANNONCÉS AUX ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS

Dans le cadre de son engagement envers le projet de publicité des aliments et des boissons à l'intention des enfants canadiens des NPC, McDonald's promet de limiter sa publicité nationale à l'intention des enfants de moins de 12 ans des produits alimentaires de McDonald's à des repas de portion raisonnable à teneur limitée en lipides, en gras saturés et en sucre, ce qui signifie que le repas annoncé contiendra :

- un maximum de 600 calories par repas
- un maximum de 35 % de calories provenant des lipides
- un maximum de 10 % de calories provenant des gras saturés, et
- un maximum de 25 % de l'énergie totale provenant des sucres ajoutés

1) Les principes de McDonald's sont conformes aux directives alimentaires.

Santé Canada fait la promotion d'une alimentation saine et de l'activité physique et offre des lignes directrices et des renseignements sur la santé nutritionnelle et le bien-être. Les valeurs de nos repas Joyeux festin recommandés sont basées sur le tableau des besoins énergétiques estimatifs de Santé Canada et les tableaux des valeurs nutritionnelles de référence relatives aux macronutriments du site Web de Santé Canada⁶.

Par exemple, pour les jeunes âgés de 4 à 18 ans, Santé Canada recommande que la consommation totale de lipides représente entre 25 et 35 % de l'énergie totale. Santé Canada recommande également que la consommation de gras saturés soit la plus basse possible tout en suivant une diète nutritionnellement adéquate et que les sucres ajoutés ne représentent pas plus de 25 % de l'énergie totale.

Les principes de McDonald's concernant le repas annoncé se retrouvent dans un écart conforme aux recommandations de Santé Canada. Notre repas annoncé actuel ne contient pas plus de 35 % de calories provenant des lipides, pas plus de 10 % de calories provenant des gras saturés et pas plus de 25 % de l'énergie totale provenant des sucres ajoutés.

2) Les principes de McDonald's sont conformes au contrôle des portions.

La limite de 600 calories imposée par les principes de McDonald's assure que le repas annoncé ne contribue pas à plus d'un tiers du total moyen de calories qu'un enfant doit consommer par jour.

Le repas annoncé constitue une portion normalisée parce qu'il offre les trois éléments d'un repas dans un format uniforme assujéti à une limite du nombre de calories. En limitant le nombre de calories du repas annoncé à 600 calories, on s'assure que le repas annoncé ne contribue pas à plus d'un tiers du total de calories qu'un enfant doit consommer par jour.

6 Pour obtenir de plus amples détails, visitez le site Web de Santé Canada : www.hc-sc.gc.ca, Besoins énergétiques estimatifs et tableaux des valeurs nutritionnelles de référence relatives aux macronutriments.

D) LE REPAS ANNONCÉ RESPECTE LES PRINCIPES.

Le repas annoncé est un Joyeux festin Poulet McCroquettes^{MD}, 4 morceaux, incluant des tranches de pomme avec trempette au caramel, sauce aigre-douce et un berlingot de 250 ml de lait 1 % ou un Joyeux festin Hamburger, incluant des tranches de pomme avec trempette au caramel et un berlingot de 250 ml de lait 1 %.

Le tableau suivant établit les valeurs nutritives* du repas annoncé Poulet McCroquettes :

ALIMENT	POIDS	CALORIES	M.G./ CALORIES DES M.G.	GRAS SAT./ CALORIES DES GRAS SAT.	SUCRE	SUCRE ajouté
POULET McCROQUETTES^{MD} de viande blanche, 4 morceaux	76 g	207	12,5 g 113 cal	2,4 g 21,5 cal	0 g	0 g 0 cal
Sauce aigre-douce	30 g	50	0 g 0 cal	0 g 0 cal	11 g 44 cal	11 g 44 cal
Tranches de POMME	68 g	41	0 g 0 cal	0 g 0 cal	8 g 32 cal	S.O.
TREMPETTE AU CAMEL	21 g	65	0,8 8 cal	0 g 0 cal	5,5 g 22 cal	5,5 g 22 cal
LAIT partiellement écrémé 1 %	250 ml	110	2,5 g 22,5 cal	1,5 g 13,5 cal	12 g 48 cal	S.O.
TOTAL	415 g	420	16 g 140 cal	4,0 g 35 cal	26 g 104 cal	5,5 g 22 cal

Le repas annoncé Poulet McCroquettes respecte les exigences des principes nutritionnels soulignés dans la promesse de McDonald's. Plus particulièrement :

- Environ 33 % du total des calories provient des lipides;
- Environ 8 % du total des calories provient des gras saturés;
- Environ 5 % du total de l'énergie du produit provient des sucres ajoutés;

Le total de calories contenues dans le repas est de 420.

Donc, le repas annoncé répond à la norme « 35-10-25 » et se trouve bien au-dessus des 600 calories.

* Les valeurs ne sont pas arrondies. Seule la valeur totale du repas est arrondie selon les règlements d'étiquetage nutritionnel de Santé Canada.

Le tableau suivant établit les valeurs nutritives* du repas annoncé Hamburger :

Le repas annoncé Hamburger respecte les exigences des principes nutritionnels soulignés dans la promesse de McDonald's. Plus particulièrement :

ALIMENT	POIDS	CALORIES	M.G./ CALORIES DES M.G.	GRAS SAT./ CALORIES DES GRAS SAT.	SUCRE	SUCRE ajouté
HAMBURGER	101 g	250	8 g 72 cal	3 g 27 cal	7 g 28 cal	7 g 28 cal
Tranches de POMME	68 g	41	0 g 0 cal	0 g 0 cal	8 g 32 cal	S.O.
TREMPETTE AU CAMEL	21 g	65	0,8 8 cal	0 g 0 cal	5,5 g 22 cal	5,5 g 22 cal
LAIT partiellement écrémé 1 %	250 ml	110	2,5 g 22,5 cal	1,5 g 13,5 cal	12 g 48 cal	S.O.
TOTAL	440 g	470	11 g 100 cal	4,5 g 40 cal	33 g 132 cal	12,5 g 50 cal

Le repas annoncé Hamburger respecte les exigences des principes nutritionnels soulignés dans la promesse de McDonald's. Plus particulièrement :

- Environ 22 % du total des calories provient des lipides;
- Environ 9 % du total des calories provient des gras saturés;
- Environ 11 % du total de l'énergie du produit provient des sucres ajoutés;

Le total de calories contenues dans le repas est de 470.

Donc, le repas annoncé répond à la norme « 35-10-25 » et se trouve bien au-dessus des 600 calories.

* Les valeurs ne sont pas arrondies. Seule la valeur totale du repas est arrondie selon les règlements d'étiquetage nutritionnel de Santé Canada.

Annexe B

Exemples de messages de mode de vie sain

Vous trouverez ci-dessous des exemples actuels de publicités de McDonald's incluant principalement des « messages de mode de vie sain » conçus pour attirer les enfants. Puisque la publicité de McDonald's change avec le temps, ces messages changeront, eux aussi.

A) SITE WEB INNOVATEUR

Les É.-U. ont récemment renouvelé leur site Web pour les enfants () en lien avec diverses promotions (p. ex. Drôle d'abeille). Axé sur l'éducation des enfants à reconnaître l'importance du bien-être et sur les moyens qui leur permettent d'être actifs, le site Web utilise une technologie innovatrice qui encourage les enfants à faire de l'activité physique en les récompensant par du contenu amusant en ligne. Le site permet aux enfants d'inscrire leurs activités physiques, de faire le suivi de leur progrès en compagnie d'enfants de partout dans le monde et de gagner des points d'énergie échangeables contre des téléchargements d'animations uniques par exemple. Visitez le www.happymeal.com (en anglais seulement) pour voir le contenu du site.

B) VIGNETTES RONALD McDONALD

McDonald's a créé trois vignettes mettant en vedette Ronald McDonald qui encourage les enfants à pratiquer une activité physique. Ces vignettes s'intitulent : 1) « Soccer »; 2) « You and I » et 3) « Birthday Boogie ». Ces vignettes sont présentées lors d'émissions destinées aux enfants de 12 ans et moins.

C) MODES DE VIE SAINS ET ACTIFS EN LIGNE

McDonald's s'est jointe à YTV pour la conception de six vignettes mettant en vedette des enfants vivant une aventure dans leur quartier et encourageant les participants en ligne à rechercher aussi des façons de faire de l'activité physique (et à soumettre leur propre vignette).

* Nous fournissons aux NCP des copies du matériel ci-dessus.