



Initiative canadienne pour la publicité sur les aliments et les boissons destinée aux enfants

Engagement des Boulangeries Weston Ltée

30 octobre 2007

C'est avec plaisir que Boulangeries Weston Ltée soumet son Engagement à l'Initiative canadienne pour la publicité sur les aliments et les boissons destinée aux enfants. Boulangeries Weston est fière de compter parmi les sociétés participantes à cette Initiative et d'en soutenir les objectifs. Boulangeries Weston est tout aussi fière d'appuyer la cause des Annonceurs responsables en publicité pour enfants (AREPE). Établi en 1990, l'AREPE appuie et collabore à l'élaboration de normes élevées et de codes de conduite en matière de publicité pour enfants. De plus, l'AREPE joue un rôle important dans les efforts déployés pour enseigner aux enfants comment comprendre les médias et les messages d'intérêt public qui les aideront à développer des modes de vie sains. www.cca-kids.ca (en anglais seulement).

Fiche signalétique

Boulangeries Weston Ltée
1425 The Queensway
Etobicoke, Ontario
M8Z 1T3
416-252-7323

Nom et coordonnées de la personne responsable de la mise en œuvre de l'Engagement

Darren Mahaffy
Vice-président, Marketing
darren.mahaffy@westonbakeries.com
416-252-7323 X 2251

Nom de la ou les entités concernées par cet Engagement :
Boulangeries Weston Ltée

Nom de chaque marque et / ou produit concerné par cet Engagement :
Gamme Wonder — Wonder +

Principes de base

Survol des moyens adoptés par la société participante pour se conformer aux principes en matière de message et de contenu publicitaire, soit :

Boulangeries Weston consacrera 100 % de sa publicité destinée principalement aux enfants de moins de 12 ans à la télévision, à la radio, dans les imprimés, en affichage et sur Internet (tel que déterminé par les diffuseurs/organismes de mesure pour chaque média) à promouvoir des choix alimentaires et un style de vie sains.

Boulangeries Weston s'engage à appliquer ces normes pour la marque Wonder+. Le pain blanc Wonder+ se positionne comme un produit supérieur offrant le bon goût du pain blanc combiné aux bienfaits du blé entier. Les pains de blé entier à 100 % Wonder+ contiennent des grains entiers à 100 %. De plus, en 2008, Wonder+ se consacrera au lancement d'un nouveau produit faisant de Wonder+ le pain avec les bienfaits des oméga-3 ADH — allégation biologique approuvée selon laquelle l'ADH contribue/favorise le développement normal du cerveau, des yeux et des nerfs.

Wonder+ prend très au sérieux son apport à la promotion d'un style de vie sain et actif auprès des enfants canadiens, comme en fait foi notre signature : « Dreams begin with Play / Les rêves commencent par le jeu ». Wonder+ prévoit des publicités axées sur un message pro-santé et vie active pour promouvoir les Jeux olympiques d'été de Beijing en 2008 et les Jeux olympiques d'hiver de Vancouver en 2010. L'un des commanditaires-fondateurs de Participaction, Wonder+ parachève le plus important programme d'activité physique dans les écoles.

Boulangeries Weston utilisera :

- 1) Système de postvérification du poids média réel pour calculer les impressions et d'audience : télévision, radio, affichage.
- 2) Imprimé : mesures de vérification réelle des publicités.
- 3) Internet : cueillette des données des sites Web.

Boulangeries Weston appliquera plusieurs normes élevées pour établir des choix sains.

Wonder+ adhère aux recommandations du *Guide alimentaire canadien*, alors que Wonder+ avec ADH fera valoir son apport biologique par le biais d'une allégation respectant le *Guide d'étiquetage et de publicité sur les aliments* de l'ACIA.

- 3) Boulangeries Weston/Wonder+ n'utiliseront pas de personnages sous licence appartenant à des tiers en 2008.

- 4) Boulangeries Weston/Wonder+ s'engagent à ne pas payer pour placer leurs produits ni à chercher activement à placer leurs produits dans le contenu des émissions ou dans le contenu rédactionnel de tout support s'adressant à des enfants de moins de 12 ans.
- 5) Boulangeries Weston/Wonder+ s'engagent à ce que tout jeu interactif visant principalement des enfants de moins de 12 ans contienne des produits Wonder+ représentant des choix alimentaires sains (tel qu'il est expliqué plus haut) ou des messages sur un style de vie sain et actif.
- 6) Boulangeries Weston/Wonder+ s'engageront à suivre les normes établies par chaque école et par l'ensemble des commissions scolaires. Wonder+ peut se vanter de son programme de quatre ans, le « Wonder+ Fitness Challenge ». En 2007, à travers le Canada anglais, 700 000 élèves du primaire peuvent être fiers d'avoir consacré l'équivalent de 300+ années à des étirements, des exercices et des sauts au son de la musique. Ce programme n'est axé sur aucun produit Wonder+ en particulier et n'encourage aucunement l'achat. De plus, il s'agit d'un programme offert aux écoles gratuitement, la participation étant à leur entière discrétion.
- 7) Boulangeries Weston/Wonder+ s'engagent à mettre en œuvre tous ces Engagements d'ici mars 2008, voire plus tôt.
- 8) Pour tous les produits susmentionnés, Boulangeries Weston/Wonder+ fourniront toutes les informations détaillées requises : étiquetage nutritionnel, ingrédients... Toutes ces informations sont clairement indiquées sur les emballages.

Si Boulangeries Weston décidait de faire la publicité de tout autre produit destiné aux enfants à l'avenir, elle s'engage à aviser le NCP et à présenter un Engagement révisé.