



**Initiative canadienne pour la publicité sur les aliments et les boissons destinée
aux enfants :
Engagement de Mondelēz Canada**

Mondelēz Canada

Mondelēz Canada (Mondelēz) a depuis longtemps manifesté son engagement envers le marketing responsable comme le témoigne [l'approche mondiale en matière de marketing auprès des enfants](#). En 2005, nous avons été la première entreprise à annoncer des politiques mondiales volontaires concernant la publicité s'adressant aux enfants. Nous avons également été l'un des premiers membres fondateurs de l'Initiative canadienne pour la publicité sur les aliments et les boissons destinée aux enfants et sommes membre des Entreprises pour l'essor des enfants.

À partir du 1^{er} janvier 2016, Mondelēz Canada ne fera la publicité d'aucun produit dans tout média s'adressant principalement aux enfants âgés de moins de 12 ans, indépendamment du profil nutritionnel du produit. Notre marketing familial s'adresse aux personnes responsables (adultes, parents, tuteurs), de même qu'aux individus âgés de 12 ans et plus, à qui nous offrons l'information et le choix de produits afin de prendre des décisions éclairées en matière de goûters. Notre politique de marketing s'adressant aux enfants est mondiale et s'applique à tous les marchés où nous exerçons nos activités.

A. Données d'identification

Mondelēz Canada inc.
3300, rue Bloor Ouest, bureau 1801
Toronto, ON M8X 2X2

Personne-ressource :

Responsable des affaires nationales et gouvernementales
Téléphone : 647 243-5400

B. Principes fondamentaux :

Mondelēz Canada ne fait la publicité d'aucun produit dans tout média s'adressant principalement aux enfants âgés de moins de 12 ans, indépendamment du profil nutritionnel du produit. Cela s'applique à *tous* les médias, incluant : la télévision, la presse imprimée, l'Internet, les sites Web de la marque et de tiers (y compris les jeux en ligne), les médias numériques et mobiles, les médias sociaux, les projections cinématographiques, dans les vidéos ou les DVD, et les applications pour les téléphones intelligents et les tablettes.

- 1) **Télévision** : Mondelēz ne fera la publicité d'aucun produit durant la programmation s'adressant principalement aux enfants âgés de moins de 12 ans. Cela s'applique à la publicité où 35 % ou plus de l'ensemble des téléspectateurs sont âgés de moins de 12 ans. Nous ne ferons aucune publicité durant la programmation d'émissions s'adressant principalement aux enfants âgés de moins de 12 ans.
- 2) **Magazines, documents imprimés et radio** : Nous ne placerons aucune publicité dans les publications ou programmations d'émissions radiophoniques s'adressant principalement aux enfants de moins de 12 ans.
- 3) **Publicité Internet, en ligne, et des médias numériques (y compris les sites Web appartenant à l'entreprise, les sites Web de tiers, et les applications en ligne de la marque)** : Mondelēz Canada ne fera la publicité d'aucun produit sur les sites Web et les sites numériques dont les enfants âgés de moins de 13 ans constituent la démographie du public cible, conformément à la réglementation locale. De plus, nous ne permettrons pas aux enfants âgés de moins de 12 ans de s'inscrire sur les sites Web des marques de Mondelēz International.
- 4) **Jeux interactifs et publidivertissements** : Mondelēz Canada ne participera pas à la création de jeux interactifs ou numériques de marque s'adressant aux enfants âgés de moins de 12 ans, même si le jeu est destiné à être téléchargé et joué en compagnie d'un parent ou d'un adulte.
- 5) **Média mobile pour téléphones intelligents et tablettes, incluant les applications et jeux mobiles** : Mondelēz Canada n'orientera pas le marketing des médias mobiles ou des téléphones intelligents vers les enfants âgés de moins de 12 ans. Nous ne participerons pas à la création d'applications de jeux de marque s'adressant aux enfants âgés de moins de 12 ans, même si le jeu est destiné à être téléchargé et joué en compagnie d'un parent ou d'un adulte.
- 6) **Médias sociaux, bouche-à-oreille et publicité virale** : Mondelēz Canada ne lancera aucune campagne de publicité virale/de bouche à oreille ou dans les médias sociaux s'adressant aux enfants de moins de 12 ans.
- 7) **Publicité durant les projections cinématographiques, services de cinéma en continu et disques DVD et Blu-ray** : Nous ferons l'achat de publicité dans les projections cinématographiques, sur les disques DVD et Blu-ray et au sein des services de cinéma en continu (par exemple Hulu, Netflix) seulement pour les films et les émissions s'adressant principalement aux enfants âgés de plus de 12 ans et dont la classification est de 13+ ou supérieure.
- 8) **Utilisation des personnages sous licence** : Mondelēz Canada ne fait l'utilisation de personnages sous licence de tiers dans aucune de ses publicités de produit dans les médias

s'adressant principalement aux enfants âgés de moins de 12 ans. De plus, les publicités sur les lieux de vente (PLV), sur les emballages externes et en magasin, de même que les communications sur les emballages concernant les liens avec les films et les commandites, s'adresseront aux parents ou aux adultes.

9) Placement de produits : Mondelēz Canada ne paie pas pour le placement de produits Mondelēz, ou ne cherche pas activement à le faire, dans le contenu d'émissions ou rédactionnel de tout média s'adressant principalement aux enfants âgés de moins de 12 ans dans le but de faire la promotion des ventes de ces produits.

10) Marketing dans les écoles : Mondelēz Canada ne fait aucune publicité ou mise en marché dans les écoles primaires et secondaires (de la prématernelle jusqu'au secondaire 5).

C. Données complémentaires

Pour déterminer si la publicité s'adresse principalement aux enfants âgés de moins de 12 ans, Mondelēz Canada se basera sur les critères suivants :

- Pour la télévision, Mondelēz Canada n'achètera aucun temps d'antenne où il est prévu que plus de 35 % de l'ensemble des téléspectateurs sont des enfants de moins de 12 ans sur une base annualisée, où les points de vente sont commercialisés en tant que « médias pour enfants » (par exemple Disney, Teletoon, Nickelodeon), ou toute programmation d'émissions comprise durant les heures d'écoute traditionnellement considérées comme étant les « heures d'écoute des enfants » (selon les fournisseurs des médias). Lorsque les données sur les téléspectateurs ne sont pas disponibles, nous ferons preuve de notre meilleur jugement afin d'éviter les émissions s'adressant vraisemblablement aux enfants âgés de moins de 12 ans.
- En ce qui concerne la presse imprimée, Mondelēz Canada n'achètera pas d'espace publicitaire dans les publications qui sont classées comme « magazines pour enfants » par les éditeurs selon la *Canadian Advertising Rates and Data (CARD)*.
- En ce qui concerne les médias numériques, Internet et en ligne, nous ne ferons aucune publicité ou ne placerons aucun publidivertissement de marque ou de téléchargements sur les sites Web ou numériques où plus de 35 % des visiteurs sont des enfants âgés de moins de 12 ans, tel que déterminé par Nielsen Net Ratings, ComScore ou par les données d'inscriptions du site. Lorsque les données ne sont pas disponibles, nous ferons preuve de notre meilleur jugement pour éviter les sites qui s'adressent vraisemblablement aux enfants âgés de moins de 12 ans.

En plus de notre propre engagement, Mondelēz Canada se conformera à toutes les lois et tous les règlements canadiens et provinciaux, s'ils diffèrent de ceux susmentionnés.

