



## ➤ Les normes canadiennes de la publicité publient le Rapport de conformité 2015 de l'Initiative canadienne pour la publicité sur les aliments et les boissons destinée aux enfants

(Toronto – le 21 septembre 2016) – Les normes canadiennes de la publicité (NCP) publiaient plus tôt aujourd'hui *L'Initiative canadienne pour la publicité sur les aliments et les boissons destinée aux enfants : Rapport de conformité 2015*. Ce rapport confirme encore une fois le haut degré de conformité des sociétés qui participent à l'IPE (participants) avec l'engagement qu'elles ont pris dans le cadre du programme et qui couvre la période du 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre 2015. En tant qu'organisme d'autoréglementation national et indépendant de l'industrie canadienne de la publicité, NCP administre le programme de *L'Initiative canadienne pour la publicité sur les aliments et les boissons destinée aux enfants* (IPE).

Les participants qui sont évalués dans le Rapport sont : Compagnie Campbell du Canada, Coca-Cola Ltée, Danone Inc.; Ferrero Canada Ltd, Corporation General Mills Canada, Hershey Canada Inc., Kellogg Canada Inc., Kraft Canada Inc., Mars Canada Inc., Restaurants McDonald's du Canada Limitée, Mondelēz Canada, Nestlé Canada Inc., Parmalat Canada Inc., PepsiCo Canada ULC, Post Foods Canada Inc., Unilever Canada Inc. et Boulangeries Weston Limitée.

« Les critères nutritionnels uniformes propres à chaque catégorie de produit – qui sont entrés en vigueur à la fin de 2015 – ont donné lieu à des améliorations de nombreux produits alimentaires annoncés auprès des enfants, comme par exemple la réduction de la teneur en sodium, en sucre et en gras saturés », de commenter M<sup>me</sup> Jani Yates, présidente et chef de la direction des Normes canadiennes de la publicité. « En respectant des critères plus rigoureux ainsi que toutes les autres exigences du programme, les participants continuent de démontrer leur engagement envers l'IPE et l'autoréglementation responsable de la publicité. »

L'IPE est un programme évolutif qui a beaucoup changé depuis sa création en 2007. En effet, les participants adoptaient récemment des critères nutritionnels uniformes propres à chaque catégorie de produit visant à remplacer les critères nutritionnels de chaque société participante qui étaient alors utilisés. Ces critères nutritionnels plus rigoureux sont entrés en vigueur le

31 décembre 2015. Les participants se sont employés tout au long de l'année à reformuler leurs produits afin qu'ils satisfassent à ces nouveaux critères.

La version intégrale du Rapport 2015 est disponible à [normespub.com/initiativeenfants](http://normespub.com/initiativeenfants)

-30-

### L'Initiative canadienne pour la publicité sur les aliments et les boissons destinée aux enfants (IPE)

L'IPE a été lancée par l'industrie canadienne des aliments et des boissons en avril 2007, dans le but de mettre l'accent sur la promotion de produits meilleurs pour la santé dans la publicité destinée aux enfants. L'IPE vient compléter le cadre canadien rigoureux en place qui sert actuellement à réglementer la publicité destinée aux enfants. En vertu du programme, des annonceurs canadiens d'aliments et de boissons de premier plan se sont engagés soit à ne pas faire de publicité auprès d'enfants de moins de 12 ans, soit à annoncer uniquement des produits qui sont conformes aux principes d'une saine alimentation, tel que le Guide alimentaire canadien. Le programme couvre la publicité d'aliments et de boissons destinée aux enfants dans les médias traditionnels et dans les nouveaux médias, y compris la télévision, la radio, les imprimés, Internet, les films en DVD classés « G », les jeux vidéo et électroniques et les médias mobiles.

### Les normes canadiennes de la publicité (NCP)

NCP constitue l'organisme d'autoréglementation national, indépendant et sans but lucratif de l'industrie de la publicité, dont la mission est de favoriser et de maintenir la confiance du public dans la publicité. Les membres de NCP – des annonceurs, des agences de publicité, des médias et des fournisseurs de premier plan – sont déterminés à soutenir une autoréglementation efficace et responsable de la publicité.

#### Pour plus d'information, veuillez communiquer avec:

Danielle Lefrançois  
Directrice, Communications  
Tel: (514) 931-8060, ext. 260  
[danielle.lefrancois@normespub.com](mailto:danielle.lefrancois@normespub.com)