



Sommaire des définitions des participants de la publicité destinée principalement aux enfants de moins de 12 ans

Compagnie	% de l'auditoire seuil	Statut
Compagnie Campbell du Canada	Au moins 35 % de l'auditoire	Annonce uniquement des produits approuvés
Coca-Cola Ltée	Au moins 35 % de l'auditoire	Aucune publicité
Danone Inc.	Au moins 35 % de l'auditoire	Annonce uniquement des produits approuvés
Ferrero Canada Ltd.	Au moins 30 % de l'auditoire	Aucune publicité
Corporation General Mills Canada	Au moins 35 % de l'auditoire	Annonce uniquement des produits approuvés
Hershey Canada Inc.	Au moins 30 % de l'auditoire	Aucune publicité
Kellogg Canada Inc.	Au moins 35 % de l'auditoire	Annonce uniquement des produits approuvés
Kraft Heinz Canada	Au moins 35 % de l'auditoire	Aucune publicité
Les Aliments Maple Leaf Inc.	Au moins 35 % de l'auditoire	Aucune publicité
Mars Canada Inc.	Au moins 25 % de l'auditoire	Aucune publicité
Restaurants McDonald's du Canada Limitée	Au moins 35 % de l'auditoire	Annonce uniquement des produits approuvés
Mondelēz Canada	Au moins 35 % de l'auditoire	Aucune publicité
Nestlé Canada Inc.	Au moins 25 % de l'auditoire	Aucune publicité
Parmalat Canada Inc.	Au moins 35 % de l'auditoire	Annonce uniquement des produits approuvés
PepsiCo Canada ULC	Au moins 35 % de l'auditoire	Aucune publicité
Unilever Canada Inc.	Au moins 35 % de l'auditoire	Aucune publicité

De plus amples renseignements sur l'Initiative pour la publicité destinée aux enfants de même que le détail des engagements de chaque société participante sont disponibles à l'adresse suivante : www.normespub.ca/initiativeenfants