



### Au sujet de l'Initiative pour la publicité destinée aux enfants

En vertu de l'Initiative pour la publicité destinée aux enfants, des entreprises canadiennes de premier plan (les participants) de l'industrie des aliments et des boissons, dont la publicité représente la plus grande proportion de publicités sur les aliments et les boissons présentées dans le cadre d'émissions pour enfants, se sont engagées à transformer leur publicité destinée aux enfants de moins de 12 ans en la promotion de choix alimentaires plus sains ou encore, à ne plus annoncer auprès des enfants.

### Les engagements des participants

En vertu de l'Initiative pour la publicité destinée aux enfants :

- Six participants orientent désormais la totalité (soit 100 %) de leur publicité destinée principalement aux enfants de moins de 12 ans vers des choix alimentaires plus sains, conformément aux critères nutritionnels du programme. (Compagnie Campbell du Canada, Corporation General Mills du Canada, Danone Inc., Kellogg Canada Inc., Restaurants McDonald's du Canada Limitée, et Parmalat Canada Inc.)
- Dix participants ne ciblent plus les enfants de moins de 12 ans dans leur publicité. (Coca-Cola Ltée, Ferrero Canada Ltée, Hershey Canada, Kraft Heinz Canada, Les Aliments Maple Leaf Inc., Mars Canada Inc., Mondelēz Canada, Nestlé Canada Inc., PepsiCo Canada ULC, et Unilever Canada Inc.)

Le programme couvre la publicité télévisée, radio, imprimée, Web, ainsi que :

- les jeux vidéo et les jeux informatiques classés « Jeunes enfants » ou « EC » qui, par définition, s'adressent principalement aux enfants de moins de 12 ans, et tout autre jeu qui propose un groupe d'âge sur son étiquette et sur son emballage à l'effet qu'il est destiné principalement aux enfants de moins de 12 ans;
- les films en DVD classés « G », dont le contenu est destiné principalement aux enfants de moins de 12 ans, et autres DVD dont le contenu est destiné principalement aux enfants de moins de 12 ans, et
- les médias mobiles tels que les téléphones cellulaires et autres appareils numériques personnels ainsi que le bouche-à-oreille lorsque la publicité dans ces médias est destinée principalement aux enfants de moins de 12 ans.

Les participants se sont également engagés à :

- incorporer, dans les jeux interactifs destinés principalement aux enfants de moins de 12 ans, uniquement des produits qui satisfont aux critères nutritionnels de l'Initiative pour la publicité destinée aux enfants visant à promouvoir des choix alimentaires plus sains;
- réduire l'utilisation de personnages sous licence appartenant à des tiers dans la publicité destinée principalement aux enfants de moins de 12 ans, pour des produits qui ne satisfont pas aux critères de l'Initiative pour la publicité destinée aux enfants visant à promouvoir des produits alimentaires plus sains;
- ne pas payer pour faire placer leurs produits alimentaires ou leurs boissons, ou ne pas chercher activement à le faire, dans le contenu d'émissions/rédactionnel de tout média s'adressant principalement aux enfants, et
- ne pas annoncer de produits alimentaires ni de boissons dans les écoles élémentaires – de la pré-maternelle à la 6<sup>e</sup> année.

### Administration du programme

Afin d'assurer la transparence du programme et la responsabilisation de chaque participant, les Normes de la publicité – organisme indépendant d'autoréglementation de la publicité – sont chargées de l'administration de ce programme, notamment de :

- l'approbation de l'engagement de chaque participant,
- la publication des engagements des participants dans une section dédiée de leur site Web,
- la tenue d'un audit annuel visant à évaluer le degré de conformité de chaque participant avec ses engagements, et
- la publication, à l'intention du public, des résultats de l'audit.

### Information complémentaire

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