



Advertising Standards Canada
Les normes canadiennes de la publicité

175 Bloor Street East
South Tower, Suite 1801
Toronto, Ontario M4W 3R8

☎ 416 961-6311
📠 416 961-7904
www.adstandards.com

175, rue Bloor Est
Tour Sud, bureau 1801
Toronto (Ontario) M4W 3R8

☎ 416 961-6311
📠 416 961-7904
www.normespub.com

Les Restaurants Burger King du Canada, Inc. se joignent à l'Initiative canadienne pour la publicité sur les aliments et les boissons destinée aux enfants

Toronto, le 4 décembre 2008 – Les normes canadiennes de la publicité (NCP) annonçaient aujourd'hui l'adhésion des Restaurants Burger King du Canada, Inc. (RBKC) à l'*Initiative canadienne pour la publicité sur les aliments et les boissons destinée aux enfants* (l'Initiative pour la publicité destinée aux enfants). L'ajout de RBKC porte le nombre de sociétés participantes à cette Initiative à 17. Toutes sont des entreprises canadiennes de premier plan de l'industrie des aliments et des boissons.

Rappelons qu'en vertu de l'Initiative pour la publicité destinée aux enfants, les sociétés participantes ont accepté de ne pas annoncer auprès d'enfants de moins de 12 ans ou d'orienter leur publicité vers des aliments et des boissons qui sont conformes aux principes d'une saine alimentation – soit des aliments faibles en calories, en matières grasses, en sel et en sucres ajoutés et riches en nutriments essentiels pour la santé publique. De plus amples détails sur les engagements des 16 premières sociétés participantes ont été publiés le 6 février 2008. La transparence et la responsabilisation étant des principes clés de cette Initiative, NCP publiera en 2009, à l'intention du public, un rapport qui rendra compte du degré de conformité de chaque entreprise face à ses propres engagements.

RBKC s'est engagée à annoncer – auprès d'enfants de moins de 12 ans – uniquement des repas pour enfants qui répondent à des critères nutritionnels spécifiques favorisant des portions responsables et limitant les quantités totales de matières grasses, de gras saturés, de gras trans ajoutés et de sucres ajoutés. (De plus amples renseignements figurent dans l'engagement de RBKC qui a été approuvé par NCP, administrateur de l'Initiative.)

« Nous sommes heureux d'accueillir Les Restaurants Burger King du Canada, Inc. au sein de l'Initiative pour la publicité destinée aux enfants. Grâce à leur adhésion, les sociétés participantes ont démontré leur leadership de même qu'un engagement collectif à changer le paysage de la publicité destinée aux enfants au Canada », d'affirmer Linda Nagel, présidente et chef de la direction de NCP. « L'ajout de RBKC à la liste des membres démontre l'impulsion que connaît cette initiative menée par des sociétés dont la publicité représente la plus grande part de publicités présentées dans le cadre d'émissions pour enfants », de conclure M^{me} Nagel.

« Les Restaurants Burger King du Canada, Inc. sont fiers de se joindre à l'Initiative pour la publicité destinée aux enfants », déclare Jason Keown, directeur principal du Service du marketing des Restaurants Burger King du Canada, Inc.

« Nous nous engageons à offrir une variété d'aliments et de boissons qui sont synonymes de qualité, de valeur et de bon goût afin d'aider nos clients à faire des choix nutritionnels éclairés », poursuit-il.

Les 17 sociétés participantes sont : Les Restaurants Burger King du Canada, Inc., Cadbury Adams Canada Inc., Compagnie Campbell du Canada, Coca-Cola Canada, Corporation General Mills du Canada, Hershey Canada Inc., Janes Family Foods Ltd., Kellogg Canada Inc., Kraft Canada Inc., Mars Canada Inc, McCain Foods (Canada), Restaurants McDonald's du Canada Limitée, Nestlé Canada Inc., Parmalat Canada Inc., PepsiCo Canada, Unilever Canada Inc. et Boulangeries Weston Limitée.

Les normes canadiennes de la publicité (NCP) – organisme indépendant d'autoréglementation de la publicité – sont responsables de l'administration du programme, notamment :

- d'approuver les engagements de chaque société participante;
- de publier les engagements des sociétés participantes;
- de procéder à une vérification de conformité annuel de chaque société, et
- de publier, à l'intention du public, les résultats des vérifications.

De l'information complémentaire sur l'Initiative pour la publicité destinée aux enfants, y compris le détail des engagements de chaque société participante, figure à :

<http://www.normespub.com/initiativeenfants>

Les normes canadiennes de la publicité (NCP)

Les normes canadiennes de la publicité (NCP) – organisme national d'autoréglementation de l'industrie de la publicité – ont pour mission de favoriser et de maintenir la confiance du public dans la publicité. Les membres de NCP comprennent des annonceurs, des agences de publicité, des médias et des fournisseurs de l'industrie de premier plan, qui sont déterminés à soutenir une autoréglementation responsable et efficace de la publicité. Organisme sans but lucratif, NCP administre le *Code canadien des normes de la publicité*, principal outil d'autoréglementation de la publicité au Canada, de même qu'une procédure nationale de traitement des plaintes de consommateurs contre la publicité. Les plaintes sont jugées par des Conseils des normes indépendants, composés de bénévoles, et NCP rend compte chaque trimestre des plaintes retenues dans son *Rapport des plaintes contre la publicité*. Par ailleurs, grâce à ses Services d'approbation, NCP fournit un service d'examen des textes publicitaires dans cinq catégories réglementées.

-30-

Pour plus d'information :

David Rodier

Cabinet de relations publiques NATIONAL

drodier@national.ca

613 233-1699 (poste 243)