



Initiative pour la publicité sur les aliments et les boissons destinés aux enfants
Engagement de Danone Inc.

Danone Inc. est une filiale du Groupe Danone, un des chefs de file mondiaux de l'industrie agroalimentaire. Offrant des produits de haute qualité, savoureux et bons pour la santé, Danone est le plus grand producteur canadien de yogourt et autres produits laitiers frais. Son siège social et son usine se trouvent à Boucherville et Danone emploie plus de 600 personnes dévouées, assurant un approvisionnement de produits de qualité supérieure aux consommateurs.

Chez Danone, nous croyons fermement que nos activités doivent être directement reliées à l'amélioration de la vie de tous les Canadiens, aujourd'hui et demain. Notre mission demeure de contribuer à la santé de tous par l'alimentation.

Forte de son engagement à fournir des produits de haute qualité, sains, nutritifs, savoureux et novateurs, Danone a toujours encouragé une alimentation équilibrée et un mode de vie sain. Cet engagement se reflète aussi par le soutien de Danone à l'Institut Danone du Canada, un organisme sans but lucratif administré par un conseil scientifique indépendant et un conseil d'administration. Sa mission est de contribuer à la santé du plus grand nombre de Canadiens par le biais d'une meilleure alimentation.

« Nous croyons, au sein du Groupe DANONE, que l'alimentation joue un rôle primordial pour favoriser le bien-être et la santé de chacun. Pour nous, l'industrie agroalimentaire fait donc partie des acteurs qui ont un rôle en matière de santé publique. C'est cette certitude qui nous conduit à rechercher en permanence l'amélioration de la qualité nutritionnelle de nos produits, à investir dans la recherche et à développer des programmes d'information et d'éducation pour promouvoir l'activité physique et une alimentation équilibrée. » Frank Riboud, Président-directeur général du Groupe Danone

Danone Inc. est fière de soumettre son Engagement à l'Initiative canadienne pour la publicité sur les aliments et les boissons destinée aux enfants. Cet organisme, avec ce programme d'autoréglementation, se porte à l'avant-plan en réunissant les compagnies les plus avant-gardistes dans un engagement à encourager de meilleurs choix nutritionnels et un mode de vie sain dans leur campagne publicitaire visant les enfants de moins de douze ans.

Ce document fournit une description détaillée de l'engagement de Danone.



A. Renseignement de base

1. Nom et adresse de la société.

Danone Inc.
100, rue de Lauzon Boucherville,
Québec, Canada J4B 1E6
450-655-7331
Télec. : 450-655-0079
Site Web : <http://www.danone.ca/>

2. Nom et coordonnées de la personne responsable ou des personnes responsables de la mise en oeuvre de l'Engagement.

- a. Louis Frenette, Président et chef de la direction
- b. Carole Thibault, Chef Service Affaires Réglementaires

3. Nom de l'entité visée ou des entités visées par l'Engagement :

Danone Inc.

4. Nom de chaque gamme de produits visée par l'Engagement :

Danone Danino
Danone Danino go
Danone Crush
Danone Coolision
Mis en marché et annoncés par Danone Inc.

B. Principes de base

1 – Message publicitaire et contenu

a- Enfants de moins de 12 ans

Danone Inc. s'engage à consacrer la totalité (100 %) de sa couverture publicitaire visant surtout les enfants de moins de 12 ans à des produits représentant des choix nutritionnels sains conformément aux critères nutritionnels stipulés à l'Annexe A. « Couverture publicitaire » est définie comme étant la publicité visant surtout les enfants de moins de 12 ans dans les médias suivants :

Médias mesurés.

- Télévision
- Presse écrite
- Radio
- Internet (site Web appartenant à des tiers)



Jeux interactifs et films.

- Vidéo et jeux d'ordinateur classé « Jeune enfants » (EC) principalement adressés aux enfants de moins de 12 ans et autres jeux dont l'âge indiqué sur l'étiquette ou l'emballage spécifie qu'ils sont destinés principalement aux enfants de moins de 12 ans.
- DVD de films classés « G » dont le contenu est destiné principalement aux enfants de moins de 12 ans ou tout autre DVD dont le contenu est destiné principalement aux enfants de moins de 12 ans.

Médias sociaux (mobiles) et bouche à oreille

- Téléphones cellulaires intelligents (publicité mobile)
- Assistants numériques (PDA)
- Par bouche à oreille

b – Conformité avec le principe de message publicitaire :

Danone Inc. limitera sa publicité télévisée, radiodiffusée, imprimée ou sur des sites Internet de tiers, à des produits se conformant aux critères nutritionnels décrits à l'Annexe A lorsque les enfants de moins de 12 ans représenteront 35 % ou plus de l'auditoire.

Toutes les communications télévisées, radiodiffusées, imprimées et sur des sites Internet subissent un examen approfondi de la conformité réglementaire de Danone afin de s'assurer que toutes les lois applicables, les réglementations ainsi que les principes qu'elle s'est elle-même donnés soient respectés. Les détails de son Engagement seront dès son implantation inclus dans cette conformité réglementaire.

c – Mesures et calculs

Pour tous les médias : Tout programme dans lesquels les enfants de moins de 12 ans constituent 35 % ou plus de l'auditoire sera considéré « publicité pour enfants ».

Le calcul démographique de l'auditoire sera mesuré dans l'impression média qui cible un groupe démographique spécifique au moment de l'achat de la publicité tel que déterminé par BBM-NMR (Bureau of Broadcast Measurement – Nielsen Media Research) pour la télévision, par comScore Media Metrix pour Internet et par Print Measurement Bureau (PMB) pour les publications imprimées.

Nous suivons de près, grâce à notre agence, les cotes et statistiques démographiques de notre auditoire sur une base régulière afin de nous informer de tout changement à la programmation et/ou à l'auditoire. Notre agence publicitaire est informée de notre Engagement et nous aidera à ajuster le tir afin que nous puissions nous conformer à celui-ci.



2 - Principe relatif aux personnages sous licence

Danone Inc. n'utilisera des personnages sous licence, des célébrités (y compris des athlètes) ou des produits dérivés de films dans ses publicités destinées aux enfants de 12 ans et moins, que pour des produits répondant aux critères nutritionnels décrits à l'Annexe A.

3 – Principe relatif au placement de produits.

Danone Inc. entend se conformer au principe de base relatif au placement de produits de l'Initiative canadienne pour la publicité sur les aliments et les boissons destinée aux enfants en ne payant pas pour faire placer ses produits et en ne cherchant pas à placer ses produits (c.-à-d. placer ses produits dans le contenu des émissions ou dans le contenu rédactionnel, que l'on doit distinguer de la commande de programmation) dans les médias s'adressant principalement à des enfants de moins de 12 ans.

4 – Principe relatif aux jeux interactifs.

Danone Inc. s'engage, lorsque ses produits seront intégrés dans tout jeu interactif et site Web destinés aux enfants de 12 ans et moins, à illustrer uniquement les produits qui répondent aux critères nutritionnels tels que décrit à l'Annexe A.

Danone Inc. s'engage à ne pas intégrer de produit, peu importe son profil nutritionnel, dans tout jeu interactif destiné aux enfants de 6 ans ou moins sur son site Web

5 – Principe relatif à la publicité dans les écoles.

Danone Inc. s'engage à ne pas faire de publicité dans les écoles primaires. Ceci ne s'applique pas à l'étalage de produits alimentaires, aux activités de levée de fonds, aux messages d'intérêt public ou à des items fournis aux administrateurs de l'école, aux professeurs et à tout autre personnel de l'école.

6 – Calendrier d'implantation

Les principes énoncés dans cet Engagement entreront en vigueur le 1^{er} janvier 2012.



C. Données de conformité

Produits répondant aux critères nutritionnels énoncés à l'Annexe A.

L'Annexe B comprend une liste des produits répondant aux critères nutritionnels qui sont à la base de cet Engagement, y compris les informations nutritionnelles pertinentes pour chacun des produits. (Valeur nutritive)

ⁱ Annexe A – Critères nutritionnels relatifs à son engagement pour l'Initiative pour la publicité sur les aliments et les boissons destinés aux enfants – 8 sept. 2011

ⁱⁱ Annexe B – Produits de Danone répondant aux critères nutritionnels pour Initiative pour la publicité sur les aliments et les boissons destinés aux enfants – 6 sept. 2011



Annexe A

Critère nutritionnel de Danone

Compagnie Danone Inc
Localisation: Canada
Produits: Danino, Danino go, Crush, Coolision

Danone continuera à évaluer d'autres profils nutritionnels au fur et à mesure qu'ils seront disponibles et reconnus scientifiquement.

	Par portion déterminée ¹	Raison/Argument
Calories	Non spécifié	Les calories sont automatiquement limitées par la limitation des lipides et des sucres ajoutés.
Lipides	<3 g	
Gras saturés	< 2 g	Un maximum de 2 g d'acides gras saturés et d'acides gras <i>trans</i> combinés a été établi basé sur les critères canadiens pour les allégations « faible en gras saturés » et « sans gras trans » qui reconnaît les risques pour la santé liés à la sur consommation d'acides gras saturés et trans.
Gras trans	0 g déclaré	
Sucres ajoutés	< 12.5 g	
Sodium	< 140 mg	Faible en sodium tel que défini par le Guide d'étiquetage et de publicité sur les aliments.
Vitamines & Minéraux	≥ 5% DV	Être "source de" au moins une vitamine ou un minéral.

¹ Le critère est établi "par portion déterminée" afin que la taille de la portion soit reconnue et également afin de s'assurer que le critère soit approprié à l'usage et à l'âge.



Annexe B

Valeur nutritive

par 60 g : Calories 50

Lipides 1 g (1 %), Lipides saturés 0,5 g + Lipides trans 0 g, (Total 3 %), Cholestérol 5 mg, Sodium 35 mg (2 %), Glucides 7 g (3 %), Fibres 0 g (0 %), Sucres 6 g, Protéines 2 g, Vit A (0 %), Vit C (0 %), Calcium (15 %), Fer (0 %), Vit D (8 %), Vit B₂ (6 %), Vit B₁₂ (8 %), Phosphore (4 %), Magnésium (2 %).

% = % valeur quotidienne



Nutrition Facts Valeur nutritive

Per 93 mL / par 93 mL

Amount Teneur	% Daily Value % valeur quotidienne
------------------	---------------------------------------

Calories / Calories 80

Fat / Lipides 1.5 g 2 %

Saturated / saturés 1.0 g 5 %
+ Trans / trans 0 g

Cholesterol / Cholestérol 10 mg

Sodium / Sodium 50 mg 2 %

Carbohydrate / Glucides 11 g 5 %

Fibre / Fibres 0 g 0 %

Sugars / Sucres 11 g

Protein / Protéines 3 g

Vitamin A / Vitamine A 2 %

Vitamin C / Vitamine C 0 %



Nutrition Facts Valeur nutritive

Per 100 g / par 100 g

Amount Teneur	% Daily Value % valeur quotidienne
------------------	---------------------------------------

Calories / Calories 80

Fat / Lipides 1.5 g 2 %

Saturated / saturés 1 g 5 %
+ Trans / trans 0 g

Cholesterol / Cholestérol 10 mg

Sodium / Sodium 60 mg 3 %

Carbohydrate / Glucides 12 g 5 %

Fibre / Fibres 0 g 0 %

Sugars / Sucres 10 g

Protein / Protéines 4 g

Vitamin A / Vitamine A 2 %

Vitamin C / Vitamine C 0 %

Calcium / Calcium 25 %

Iron / Fer 2 %

Vitamin D / Vitamine D 15 %

Vitamin B2 / Vitamine B2 10 %

Vitamin B12 / Vitamine B12 15 %

Phosphorus / Phosphore 8 %

Magnesium / Magnésium 4 %



Nutrition Facts Valeur nutritive

Per 60 g / par 60 g

Amount Teneur	% Daily Value % valeur quotidienne
------------------	---------------------------------------

Calories / Calories 50

Fat / Lipides 1.0 g **1 %**

Saturated / saturés 0.5 g **3 %**
+ Trans / trans 0 g

Cholesterol / Cholestérol 5 mg

Sodium / Sodium 25 mg **1 %**

Carbohydrate / Glucides 8 g **3 %**

Fibre / Fibres 0 g **0 %**

Sugars / Sucres 6 g

Protein / Protéines 2 g

Vitamin A / Vitamine A 0 %

Vitamin C / Vitamine C 0 %

Calcium / Calcium 8 %

Iron / Fer 0 %

Vitamin D / Vitamine D 8 %

Vitamin B₂ / Vitamine B₂ 6 %

Vitamin B₁₂ / Vitamine B₁₂ 8 %

Phosphorous / Phosphore 4 %

Magnesium / Magnésium 2 %