



**Engagement des Restaurants McDonald du Canada Limitée
dans le cadre du projet de publicité sur les aliments et sur les boissons
destinée aux enfants canadiens**

Entité touchée par le projet : Les Restaurants McDonald du Canada Limitée
(« McDonald's »)
1, Place McDonald's
Toronto, Ontario
M3C 3L4

Nom de la responsable de la mise en place du projet :
Hope Bagozzi – directrice en chef du Marketing national, création et média

Marque/gamme de produits touchées par le projet : Aliments et boissons de McDonald's

Chez McDonald's, nous croyons que nous pouvons jouer un rôle pour aider nos clients à atteindre un mode de vie équilibré et actif. Chez McDonald's, nous sommes fiers d'offrir une variété de choix à notre menu. À cette fin, nous évaluons régulièrement notre menu, à la recherche de nouvelles façons de servir à nos clients des produits qui conviennent à leur mode de vie. Cela signifie que nous offrons des produits aussi variés que des hamburgers, du poulet, des tranches de pomme, des parfaits au yogourt et aux petits fruits et des salades ainsi que de l'eau, du jus de pomme, du lait, du jus d'orange et du thé glacé.

Nous fournissons également à nos clients des renseignements pour les aider à atteindre leurs buts de bien-être. Par notre site Web, nos napperons, notre service à la clientèle et certains de nos emballages, nous divulguons des renseignements nutritionnels sur nos produits. De temps à autre, nos emballages de Joyeux festin^{MD} comprennent également des messages et des activités sur le bien-être.

Chez McDonald's, nous sommes fiers de notre riche héritage de communication responsable avec nos clients, surtout auprès des enfants, et nous continuons de jouer un rôle de pionnier dans l'établissement de normes qui régissent la publicité destinée aux enfants et aux adultes. McDonald's est un membre actif des Annonceurs responsables en publicité pour enfants et participe activement au programme d'autorégulation des Normes canadiennes de la publicité (« NCP »).

En mai 2007, McDonald's a annoncé son appui au projet de publicité sur les aliments et sur les boissons destinée aux enfants canadiens, conçu par un groupe de travail de l'industrie, dont McDonald's et d'autres entreprises alimentaires font partie.

McDonald's est fière de présenter son engagement dans le cadre de ce projet. Puisque nous mettons régulièrement à jour nos pratiques d'affaires, il est possible que nous apportions, de temps à autre, des changements à notre engagement, en collaboration avec les NCP, avec un préavis écrit de 30 jours aux NCP.

Engagement de McDonald's

Message publicitaire

Toute la publicité de McDonald's à l'échelle nationale¹ principalement destinée aux enfants de moins de 12 ans² favorisera des choix alimentaires sains en faisant la promotion de produits qui constituent des choix alimentaires sains (produits meilleurs pour vous). McDonald's atteindra cet objectif en mettant en vedette dans sa publicité nationale³ principalement destinée aux enfants de moins de 12 ans des repas qui répondent aux critères nutritionnels suivants : le repas annoncé ne doit pas contenir plus de 600 calories dont au plus 35 % provenant des lipides, au plus 10 % des gras saturés et au plus 25 % de l'énergie totale du sucre ajouté (« repas annoncé »). Le repas annoncé sera : un Joyeux festin^{MD} Poulet McCroquettes^{MD}, 4 morceaux, avec lait nature 1% faible en gras, sauce aigre-douce et tranches de pomme avec trempette au caramel faible en gras; un Joyeux festin^{MD} Hamburger avec lait nature 1 % faible en gras et tranches de pomme avec trempette au caramel faible en gras, ou un Joyeux festin^{MD} Wrap-éclair^{MD} au poulet grillé avec lait nature 1 % faible en gras et tranches de pomme avec trempette au caramel faible en gras. Les repas et les renseignements nutritionnels de ces repas sont fournis en Annexe A.

De plus, McDonald's distribuera de la publicité qui mettra principalement en vedette des « messages de mode de vie sain » conçus pour plaire aux enfants. Des exemples sont fournis en Annexe B.

Par type de média, McDonald's appuiera le projet de publicité sur les aliments et sur les boissons destinée aux enfants canadiens, comme suit :

Télévision. Toute la publicité de McDonald's diffusée à l'échelle nationale à la télévision principalement destinée aux enfants de moins de 12 ans mettra en vedette les repas annoncés. De plus, une partie de la publicité nationale de McDonald's fera la promotion des « messages de mode de vie sain ».

Radio. McDonald's n'a généralement pas recours à la radio dans sa publicité nationale principalement destinée aux enfants de moins de 12 ans, mais si elle doit le faire, elle mettra en vedette les repas annoncés ou des « messages de mode de vie sain ».

¹ La « publicité nationale » comprend toutes les publicités payées par McDonald's du Canada et ses sociétés affiliées et approuvées par ces dernières à la télévision, à la radio, dans les médias imprimés et dans Internet, les jeux vidéo et informatiques, les DVD, les téléphones cellulaires, les assistants numériques ou par le biais du bouche-à-oreille qui sont diffusées partout au Canada ou sur un vaste territoire du Canada. La publicité nationale n'inclut pas le matériel aux points de vente (p. ex. menus, napperons, présentoirs, affiches, feuilles d'emballage, boîtes, sacs, emballages).

² La publicité principalement destinée aux enfants de moins de 12 ans signifie : 1) médias achetés selon la norme démographique de Nielsen pour un public âgé de moins de 12 ans. La publicité destinée aux enfants de moins de 12 ans dans Internet est basée sur les estimations de comScore pour les sites Web évalués ou par les données d'inscription au site; ou 2) le média acheté pour tout programme ou site Web dont l'auditoire est généralement composé de 35 % ou plus d'enfants de moins de 12 ans.

³ Mesurée en points d'exposition bruts au moment de l'achat de la publicité pour une période consécutive d'une année civile commençant le 1^{er} janvier 2008

Médias imprimés. McDonald's n'a généralement pas recours aux médias imprimés dans sa publicité nationale principalement destinée aux enfants de moins de 12 ans, mais si elle doit le faire, elle mettra en vedette les repas annoncés ou des « messages de mode de vie sain ».

Site Internet de tiers. Tous les aliments représentés dans la publicité nationale de McDonald's sur les sites Internet de tiers principalement destinés aux enfants de moins de 12 ans seront ceux des repas annoncés ou des composantes de ces repas.

Publicité extérieure. McDonald's n'utilisera que les personnages sous licence qui plaisent aux enfants de moins de 12 ans pour promouvoir les repas annoncés ou les composantes de ces repas.

Site Web de McDonald's. Tous les aliments représentés sur les pages de sites Web appartenant à McDonald's principalement destinés aux enfants de moins de 12 ans seront ceux des repas annoncés ou des composantes de ces repas. De plus, McDonald's distribuera sur ses sites Web du matériel comprenant des « messages de mode de vie sain ».

Jeux vidéo et informatiques. Tous les aliments représentés dans la publicité nationale dans les jeux vidéo et informatiques s'adressant à de jeunes enfants « Early Childhood » ou « EC » dans des jeux vidéo ou informatiques indiquant un âge sur l'étiquette ou l'emballage principalement destinés aux enfants de moins de 12 ans seront ceux des repas annoncés ou des composantes de ces repas.

DVD. Tous les aliments représentés dans la publicité nationale dans les DVD s'adressant à un public de tous âges « G » principalement destinés à des enfants de moins de 12 ans et autres DVD dont le contenu est principalement destiné à des enfants de moins de 12 ans seront ceux des repas annoncés ou des composantes de ces repas.

Téléphones cellulaires et assistants numériques. Toute publicité nationale sur les téléphones cellulaires et assistants numériques principalement destinée à des enfants de moins de 12 ans comprendra les repas annoncés ou des composantes de ces repas.

Publicité de bouche-à-oreille. Toute publicité nationale de bouche-à-oreille principalement destinée à des enfants de moins de 12 ans comprendra les repas annoncés ou des composantes de ces repas.

CALENDRIER DE MISE EN PLACE : L'engagement de McDonald's en ce qui a trait à la télévision, à la radio, aux médias imprimés, aux sites Internet de tiers et au site Web de McDonald's est entré en vigueur le 1^{er} janvier 2008. L'engagement de McDonald's en ce qui a trait aux jeux vidéo et informatiques, aux DVD, aux téléphones cellulaires, aux assistants numériques et à la publicité de bouche-à-oreille est entré en vigueur le 1^{er} janvier 2010. L'engagement de McDonald's en ce qui a trait à la publicité extérieure est entré en vigueur le 1^{er} janvier 2011.

* * * * *

Utilisation des personnages sous licence. McDonald's limitera son recours à des personnages sous licence de tiers dans la publicité payée principalement destinée aux enfants de moins de 12 ans à la promotion des « choix alimentaires sains » (produits meilleurs pour vous) .⁴ McDonald's limitera son utilisation de personnages sous licence de tierces parties sur les sites Web appartenant à McDonald's principalement destinés aux enfants de moins de 12 ans à la promotion des « choix alimentaires sains » (produits meilleurs pour vous) ou des « messages de mode de vie sain ». McDonald's entend atteindre cet objectif en ayant recours à des personnages sous licence principalement dans les publicités des repas annoncés ou des composantes de ces repas.

CALENDRIER DE MISE EN PLACE : L'engagement de McDonald's entrera en vigueur le 1^{er} janvier 2008.

* * * * *

Placement de produit. McDonald's ne paiera pas pour placer ses aliments ou ses boissons dans le programme ou le contenu éditorial de tout média principalement destiné aux enfants de moins de 12 ans dans le but de promouvoir la vente de ces produits.

CALENDRIER DE MISE EN PLACE : L'engagement de McDonald's entrera en vigueur le 1^{er} janvier 2008.

* * * * *

Utilisation des produits dans les jeux interactifs. Dans tout jeu interactif principalement destiné aux enfants de moins de 12 ans (quel que soit le format : en ligne, disque ou cartouche) où les aliments et les boissons de McDonald's y sont intégrés, le jeu interactif comprendra ou sera accompagné de produits représentant les « choix alimentaires sains » (produits meilleurs pour vous) ou les « messages de mode de vie sain », comme ils sont définis dans le projet de publicité sur les aliments et sur les boissons destinée aux enfants canadiens.

CALENDRIER DE MISE EN PLACE : L'engagement de McDonald's entrera en vigueur le 1^{er} janvier 2008.

* * * * *

Publicité dans les écoles. McDonald's ne fera pas de publicité sur les aliments ou sur les boissons dans les écoles primaires. Cependant, McDonald's fournit aux éducateurs du matériel de cours et des activités qui traitent du bien-être des enfants.⁵

CALENDRIER DE MISE EN PLACE : L'engagement de McDonald's entrera en vigueur le 1^{er} janvier 2008.

⁴ Comme énoncé dans le document des principes du projet de publicité sur les aliments et sur les boissons à l'intention des enfants canadiens, cela ne s'applique pas à l'utilisation des personnages sous licence sur les emballages si les emballages n'apparaissent pas dans la publicité destinée aux enfants de moins de 12 ans. Cette restriction ne s'applique pas aux personnages créés ni appartenant à l'entreprise.

⁵ Comme énoncé dans le projet de publicité sur les aliments et sur les boissons destinée aux enfants canadiens, cette restriction ne s'applique pas aux présentoirs d'aliments ou de boissons, aux activités de bienfaisance ou à but non lucratif, incluant les collectes de fonds, les messages d'intérêt public, les programmes éducatifs ou les produits offerts aux administrateurs d'école.

Annexe A
Données connexes pour les choix alimentaires sains
(produits meilleurs pour vous)

A) LE REPAS ANNONCÉ

- Le Joyeux festin Poulet McCroquettes, 4 morceaux, incluant des tranches de pomme avec trempette au caramel faible en gras, sauce aigre-douce et une bouteille de lait nature 1 % faible en gras
- Le Joyeux festin Hamburger, incluant des tranches de pomme avec trempette au caramel faible en gras, et une bouteille de lait nature 1 % faible en gras
- Le Joyeux festin *Wrap-éclair* au poulet grillé, incluant des tranches de pomme avec trempette au caramel faible en gras, et une bouteille de lait nature 1 % faible en gras

B) LISTE DES INGRÉDIENTS

Poulet McCroquettes^{MD} de viande blanche : Chair de poulet, eau, amidon de maïs modifié, sel, poudre de bouillon de poulet (bouillon de poulet, sel et aromatisant de poulet naturel), assaisonnement [huile végétale (soja et/ou canola), extraits de romarin, mono, di et triglycérides (provenant de l'huile de tournesol) et lécithine de soja]. Panure : eau, farine de blé, farine de maïs jaune, amidon de maïs modifié, sel, levure chimique, épices (poivre blanc et noir, graines de céleri), amidon de blé, poudre de lactosérum, phosphate d'aluminium et de sodium, amidon de maïs, huile de soja partiellement hydrogénée (agent de fabrication). Cuit dans de l'huile végétale pure à 100 % (huile de canola, huile de maïs, huile de soja, huile de soja hydrogénée additionnée de HQBT, acide citrique et diméthylpolysiloxane).

Tranches de pomme : Pommes, ascorbate de calcium (ajouté pour garder la couleur).

Trempette au caramel faible en gras : Glucose-fructose, lait entier condensé sucré (lait, sucre), eau, beurre, sucre, sel, phosphate disodique, pectine, colorant, arôme artificiel, sorbate de potassium, phosphate de sodium.

Sauce aigre-douce : Glucose-fructose, eau, concentré de purée de pêche, vinaigre, assaisonnements (contient blé, soja, poudre d'ail, poudre d'oignon), sel, huile de canola et/ou de soja, amidon de maïs modifié, gomme de xanthane, épices, benzoate de sodium, arôme naturel d'abricot, colorant.

Lait nature 1 % faible en gras : Lait partiellement écrémé, palmitate de vitamine A, vitamine D3.

Hamburger :

Pâté de bœuf : Bœuf pur à 100 %. Préparé au gril avec assaisonnement (sel, poivre noir).

Petit pain à ordinaire : Farine de blé enrichie, eau, sucre et/ou glucose-fructose, levure, huile végétale (soja et/ou canola), sel, sulfate de calcium ET PEUT CONTENIR LES INGRÉDIENTS SUIVANTS EN QUANTITÉS VARIABLES : esters d'acides tartriques diacétylés des mono et diglycérides, mono et diglycérides d'origine végétale, propionate de calcium, stéaroyl-2-lactylate de sodium, farine de maïs, phosphate de calcium, farine de soja, huile de tournesol, amidon de blé, phosphate d'ammonium, peroxyde de calcium, gluten du blé, alcool éthylique, sorbitol, polysorbate 20, propionate de sodium, enzymes, fécule

soluble, amidon de maïs, amidon de blé, carboxyméthylcellulose, sulfate d'ammonium, malt, carbonate de calcium, graines de sésame

Ketchup : Pâte de tomate (faite de tomates mûres fraîches), sucre liquide, vinaigre blanc, sel, poudre d'oignon, épices.

Moutarde : Eau, vinaigre blanc, graines de moutarde, sel, curcuma, son de moutarde, épices (paprika, clou de girofle).

Tranches de cornichon : Concombres, eau, vinaigre blanc, sel, chlorure de calcium, sulfate d'aluminium, épices, polysorbate 80, curcuma et benzoate de sodium. Peut contenir du sorbate de potassium.

Oignons : Oignons en dés.

Wrap-éclair au poulet grillé :

Laitue : Laitue Iceberg en lanières.

Mélange de fromage Monterey Jack et de cheddar léger : Lait pasteurisé, ingrédients du lait modifiés, culture bactérienne, sel, chlorure de calcium, enzyme microbienne, colorant, cellulose, natamycine.

Poulet grillé : Chair de poitrine de poulet désossée, eau, assaisonnement (sel, chlorure de potassium, tréhalose, sucre, amidon de riz, protéine de maïs hydrolysée, saveur (extrait de levure autolysée, sel, inosinate disodique et guanylate disodique), épices, dextrose, poudre d'ail, extrait de levure autolysée, carraghénane, gras de poulet, bouillon de poulet cuit déshydraté, dioxyde de silicium, caramel, oignon en poudre, maltodextrine de maïs), amidon de riz modifié, phosphate de sodium.

Sauce Ranch de choix : Eau, huile végétale, (soja et/ou canola), matière sèche de glucose, poudre de babeurre, vinaigre, jaune d'œuf congelé, sucre, sel, amidon de maïs modifié, poudre d'ail, ciboulette, fécule de manioc modifiée, saveur (cotient du lait), poudre d'oignon, persil, acide lactique, gluconate de sodium, gomme xanthane, chlorure de potassium, sorbate de potassium, benzoate de sodium, alginate de propylène glycol, concentré de jus de citron, EDTA de calcium disodique.

Tortilla : Farine de blé blanchie enrichie (farine, niacine, fer réduit, mononitrate de thiamine, riboflavine, acide folique), eau, shortening végétal (huile de soja interestérifiée, huile de soja entièrement hydrogénée), contient 2 % ou moins des ingrédients suivants : sucre, chlorure de potassium, tréhalose, préparation aromatisante, sel, extrait de levure autolysée, poudre à pâte, bicarbonate de sodium, amidon de maïs, sulfate d'aluminium et de sodium, sulfate de calcium, phosphate monocalcique, gluten de froment élastique, monoglycérides, agent de conditionnement de la pâte (métabisulfite de sodium, amidon de maïs, cellulose microcristalline, phosphate bicalcique).

C) PRINCIPES RÉGISSANT LES PRODUITS DE McDONALD'S ANNONCÉS AUX ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS

Dans le cadre de son engagement envers le projet de publicité sur les aliments et sur les boissons destinée aux enfants canadiens, McDonald's promet de limiter sa publicité

nationale destinée aux enfants de moins de 12 ans sur les produits alimentaires de McDonald's à des repas de portion raisonnable à teneur limitée en lipides, en gras saturés et en sucre, ce qui signifie que le repas annoncé contiendra :

- un maximum de 600 calories par repas
- un maximum de 35 % des calories provenant des lipides
- un maximum de 10 % des calories provenant des gras saturés, et
- un maximum de 25 % de l'énergie totale provenant des sucres ajoutés

1) Les principes de McDonald's sont conformes aux directives alimentaires.

Santé Canada fait la promotion d'une alimentation saine et de l'activité physique et offre des lignes directrices et des renseignements sur la santé nutritionnelle et le bien-être. Les valeurs de nos repas Joyeux festin recommandés sont basées sur le tableau des besoins énergétiques estimatifs de Santé Canada et les tableaux des valeurs nutritionnelles de référence relatives aux macronutriments du site Web de Santé Canada⁶.

Par exemple, pour les jeunes âgés de 4 à 18 ans, Santé Canada recommande que la consommation totale de lipides représente entre 25 et 35 % de l'énergie totale. Santé Canada recommande également que la consommation de gras saturés soit la plus basse possible tout en suivant un régime nutritionnellement adéquat et que les sucres ajoutés ne représentent pas plus de 25 % de l'énergie totale.

Les principes de McDonald's concernant le repas annoncé se retrouvent dans un écart conforme aux recommandations de Santé Canada. Chacun de nos repas annoncés ne contient pas plus de 35 % des calories provenant des lipides, pas plus de 10 % des calories provenant des gras saturés et pas plus de 25 % de l'énergie totale provenant des sucres ajoutés.

2) Les principes de McDonald's sont conformes au contrôle des portions.

La limite de 600 calories imposée par les principes de McDonald's assure que les repas annoncés ne contribuent pas à plus d'un tiers du total moyen de calories qu'un enfant devrait consommer par jour.

Les repas annoncés constituent une portion normalisée parce qu'il offre les trois éléments d'un repas dans un format uniforme assujéti à une limite du nombre de calories. En limitant le nombre de calories des repas annoncés à 600 calories, on s'assure que chaque repas ne contribue pas à plus d'un tiers du total de calories qu'un enfant devrait consommer par jour.

⁶ Pour obtenir de plus amples renseignements, visitez le site Web de Santé Canada : www.hc-sc.gc.ca, besoins énergétiques estimatifs et tableaux des valeurs nutritionnelles de référence relatives aux macronutriments

D) CHAQUE REPAS ANNONCÉ EST CONFORME AUX CRITÈRES ET PRINCIPES NUTRITIONNELS.

Les repas annoncés ne contiennent pas plus de 35 % des calories provenant des lipides, pas plus de 10 % des calories provenant des gras saturés et pas plus de 25 % de l'énergie totale provenant des sucres ajoutés.

Le tableau suivant établit les valeurs nutritives* du repas annoncé **Poulet McCroquettes** :

ALIMENT	POIDS	CALORIES	M.G./CALORIES PROVENANT DES M.G.	GRAS SAT./ CALORIES PROVENANT DES GRAS SAT.	AJOUTÉ	SUCRE AJOUTÉ
POULET McCROQUETTES^{MD}, 4 morceaux	76 g	210	14 g 126 cal	2 g 18 cal	0 g	0 g 0 cal
Sauce aigre-douce	30 g	50	0 g 0 cal	0 g 0 g	11 g 44 cal	11 g 44 cal
TRANCHES DE POMME	68 g	41	0 g 0 cal	0 g 0 cal	8 g 32 cal	S.O.
TREMPETTE AU CAMEL faible en gras	21 g	65	0,8 8 cal	0 g 0 cal	5,5 g 22 cal	5,5 g 22 cal
LAIT NATURE 1 % faible en gras	250 ml	110	2,5 g 22,5 cal	1,5 g 13,5 cal	12 g 48 cal	S.O.
TOTAL	445 g	476	17,3 g 156 cal	4,0 g 31,5 cal	37 g 148 cal	16,5 g 66 cal

Le repas annoncé Poulet McCroquettes respecte les exigences des principes nutritionnels soulignés dans la promesse de McDonald's. Plus particulièrement :

- environ 33 % du total des calories provient des lipides;
- environ 7 % du total des calories provient des gras saturés;
- environ 14 % du total de l'énergie du produit provient des sucres ajoutés.

Le total de calories contenues dans le repas est de 476.

Donc, le repas annoncé Poulet McCroquettes répond à la norme « 35-10-25 » et se trouve bien en deçà de 600 calories.

* Les valeurs ne sont pas arrondies. Seule la valeur totale du repas est arrondie selon les règlements d'étiquetage nutritionnel de Santé Canada.

Le tableau suivant établit les valeurs nutritives* du repas annoncé **Hamburger** :

ALIMENT	POIDS	CALORIES	M.G./CALORIES PROVENANT DES M.G.	GRAS SAT./ CALORIES PROVENANT DES GRAS SAT.	AJOUTÉ	SUCRE AJOUTÉ
HAMBURGER	101g	250	8 g 72 cal	3 g 27 cal	7 g 28 cal	7 g 28 cal
TRANCHES DE POMME	68 g	41	0 g 0 cal	0 g 0 cal	8 g 32 cal	S.O.
TREMPETTE AU CAMEL faible en gras	21 g	65	0,8 8 cal	0 g 0 cal	5,5 g 22 cal	5,5 g 22 cal
LAIT NATURE 1 % faible en gras	250 ml	110	2,5 g 22,5 cal	1,5 g 13,5 cal	12 g 48 cal	S.O.
TOTAL	440 g	470	11 g 100 cal	4,5 g 40 cal	33 g 132 cal	12,5 g 50 cal

Le repas annoncé Hamburger respecte les exigences des principes nutritionnels soulignés dans la promesse de McDonald's. Plus particulièrement :

- environ 22 % du total des calories provient des lipides;
- environ 9 % du total des calories provient des gras saturés;
- environ 11 % du total de l'énergie du produit provient des sucres ajoutés.

Le total de calories contenues dans le repas est de 470.

Donc, le repas annoncé Hamburger répond à la norme « 35-10-25 » et se trouve bien en deçà de 600 calories.

* Les valeurs ne sont pas arrondies. Seule la valeur totale du repas est arrondie selon les règlements d'étiquetage nutritionnel de Santé Canada.

Le tableau suivant établit les valeurs nutritives* du repas annoncé **Wrap-Éclair au poulet grillé** :

ALIMENT	POIDS	CALORIES	M.G./CALORIES PROVENANT DES M.G.	GRAS SAT./ CALORIES PROVENANT DES GRAS SAT.	AJOUTÉ	SUCRE AJOUTÉ
Wrap-éclair ^{MD} au poulet grillé	113 g	240	8 g 72 cal	3 g 27 cal	2 g 8 cal	2 g 8 cal
TRANCHES DE POMME	68 g	41	0 g 0 cal	0 g 0 cal	8 g 32 cal	S.O.
TREMPETTE AU CAMEL faible en gras	21 g	65	0,8 8 cal	0 g 0 cal	5,5 g 22 cal	5,5 g 22 cal
LAIT NATURE 1 % faible en gras	250 ml	110	2,5 g 22,5 cal	1,5 g 13,5 cal	12 g 48 cal	S.O.
TOTAL	452 g	450	11 g 100 cal	4,5 g 40 cal	27,5 g 110 cal	7,5 g 30 cal

Le repas annoncé *Wrap-éclair* au poulet grillé respecte les exigences des principes nutritionnels soulignés dans la promesse de McDonald's. Plus particulièrement :

- environ 23 % du total des calories provient des lipides;
- environ 9 % du total des calories provient des gras saturés;
- environ 9,7 % du total de l'énergie du produit provient des sucres ajoutés.

Le total de calories contenues dans le repas est de 450.

Donc, le repas annoncé *Wrap-éclair* au poulet grillé répond à la norme « 35-10-25 » et se trouve bien en deçà de 600 calories.

* Les valeurs ne sont pas arrondies. Seule la valeur totale du repas est arrondie selon les règlements d'étiquetage nutritionnel de Santé Canada.

Annexe B

Exemples de messages de mode de vie sain

Vous trouverez ci-dessous des exemples actuels de publicités de McDonald's incluant principalement des « messages de mode de vie sain » conçus pour plaire aux enfants. Puisque la publicité de McDonald's change avec le temps, ces messages changeront, eux aussi.

MODES DE VIE SAINS ET ACTIFS À LA TÉLÉVISION

McDonald's a conçu huit panneaux-réclames de 10 secondes mettant en vedette des activités saisonnières que les enfants peuvent faire pour demeurer actifs. Toutes les activités peuvent avoir lieu dans l'environnement de l'enfant, sans trop de coût pour l'équipement (marelle, patinage) afin que les activités soient accessibles à tous les enfants. Les panneaux-réclames sont affichés tout au long de l'année afin de promouvoir un mode de vie sain et actif tout au long de l'année.