



Directives nutritionnelles internationales de Burger King sur la publicité destinée aux enfants

Nous comprenons les inquiétudes quant à la hausse des taux d'obésité infantile partout dans le monde et le rôle essentiel que les restaurants peuvent jouer en élaborant des menus nutritifs et des publicités responsables. À l'échelle internationale, la marque Burger King® est prête à faire sa juste part en veillant à offrir aux jeunes des options aussi nutritives que délicieuses.

Depuis plusieurs années, la Burger King Corporation aux États-Unis, plusieurs de nos sociétés affiliées européennes et certains propriétaires de restaurant Burger King® participent volontairement à des programmes d'engagement publicitaire nationaux et régionaux qui ont changé leur approche publicitaire envers les jeunes et amélioré la qualité nutritive de leurs menus pour enfants. En plus de ces mesures volontaires, nous exigeons, à l'échelle internationale, que les repas pour enfants de Burger King® qui font l'objet de publicités respectent nos propres critères nutritionnels, qui sont très stricts, ainsi que nos directives nutritionnelles clés, tels que décrits ci-dessous :

- Moins de 500 calories
- Moins de 10 % des calories provenant des gras saturés
- Aucun gras trans ajouté
- Moins de 650 milligrammes de sodium
- Moins de 15 grammes de sucres ajoutés
- Chaque repas contient au moins deux portions de fruits, et/ou légumes, et/ou produits laitiers, et/ou grains entiers.

Là où s'appliquent des réglementations ou des critères nutritionnels plus stricts en raison de la loi ou de la participation aux programmes mentionnés ci-haut, ces réglementations ou critères prévalent sur les directives nutritionnelles de Burger King®. Le réexamen régulier des critères ci-dessus par la marque Burger King® garantira que les normes encadrant nos publicités pour enfants tiendront toujours compte des recommandations et des directives les plus pertinentes en la matière.