
Pour diffusion immédiate

COMMUNIQUÉ

Le code de Bière Canada illustre les pratiques exemplaires en publicité responsable

OTTAWA (ONTARIO) – 4 octobre 2018 – Bière Canada a lancé son *Code de la publicité et du marketing responsables*, un nouvel énoncé de principes et de pratiques exemplaires qui démontre l'engagement continu de nos membres envers la responsabilité.

La bière est une boisson pour adultes et un élément célébré de la culture canadienne. À titre de brasseurs responsables, les membres de Bière Canada veulent s'assurer que toute communication commerciale soit dirigée uniquement vers les personnes ayant atteint l'âge légal d'achat et qu'elle soit réalisée de façon socialement responsable, tant dans les médias traditionnels que numériques.

Le *Code* s'applique à toutes les activités des membres de Bière Canada entreprises pour publiciser et commercialiser leurs produits. On s'attend à ce que les membres respectent les principes directeurs, notamment le placement des produits, la commandite et la promotion de marques de façon éthique.

Le *Code* indique également les pratiques exemplaires dans les médias numériques. Son lancement survient au même moment que l'annonce par l'International Alliance for Responsible Drinking et diverses plateformes de médias sociaux, y compris Facebook et Snapchat, de la création d'un nouveau partenariat pour aider à établir et à mettre en œuvre de nouvelles normes en matière de publicité responsable. Bière Canada est membre du Conseil des partenaires de l'IARD.

« Les brasseurs sont déterminés à agir de façon responsable dans le cadre de toutes nos pratiques commerciales », déclare George Croft, président du conseil de Bière Canada, parlant au nom de tous les membres, grands et petits, qui représentent 90 pour cent de toute la bière vendue au Canada. « La publicité et le marketing sont l'un des éléments les plus visibles de ce que nous faisons et les brasseurs peuvent continuer de s'autoréglementer grâce au Code pour toutes les communications commerciales. Le respect du Code est maintenant une condition d'adhésion. »

« Le gouvernement et l'industrie partagent un même but, soit de s'assurer que la publicité et le marketing de tous les produits alcoolisés se font de façon responsable », dit le président de Bière Canada, Luke Harford. Le *Code* a pour but de compléter, d'appuyer et d'améliorer les règles fédérales et provinciales/territoriales en matière de publicité et de marketing des produits alcoolisés du Canada ainsi que les codes administrés par Normes de la publicité, l'organisme d'autoréglementation à but non lucratif de l'industrie de la publicité.

Bière Canada et ses membres continueront de collaborer avec leurs partenaires de l'industrie afin de s'assurer que des activités socialement responsables comme le *Code* aident à appuyer la culture de modération du Canada et à réduire la consommation nocive d'alcool.

RESSOURCES

- On peut télécharger le *Code de la publicité et du marketing responsables* [ici](#).

AU SUJET DE BIÈRE CANADA

Bière Canada est l'association commerciale nationale qui défend les intérêts des brasseurs du Canada afin qu'ils puissent évoluer dans un contexte réglementaire sain et que la bière demeure un élément célébré de la culture canadienne. En tant que la voix nationale de la bière, Bière Canada représente plus de 50 entreprises brassicoles canadiennes qui comptent pour 90 % de toute la bière fabriquée au Canada et une catégorie qui soutient 149 000 emplois canadiens, un produit intérieur brut réel de 13,6 milliards de dollars et des recettes fiscales de 5,7 milliards de dollars pour le gouvernement fédéral, les gouvernements provinciaux et les administrations municipales.

POUR DE PLUS AMPLES RENSEIGNEMENTS

Brittany Burden
Gestionnaire, Services aux membres et Communications
Bière Canada
613-232-9601, poste 225
bburden@beercanada.com