

Extension du champ de l'initiative Swiss Pledge en 2017

Swiss Pledge désigne l'engagement spontané de plusieurs fabricants de produits alimentaires et de boissons, d'entreprises de restauration et de détaillants de premier plan suisses en faveur de pratiques publicitaires responsables vis-à-vis des enfants.

Les entreprises membres du programme Swiss Pledge s'engagent à respecter les critères minimaux suivants:

- Restriction des campagnes publicitaires destinées aux enfants de moins de 12 ans. Limitation de la publicité aux produits qui remplissent des critères nutritionnels précis.
- Aucune communication axée sur un produit spécifique dans les écoles primaires (enfants de moins de 12 ans), excepté à des fins pédagogiques, sur demande ou avec l'accord exprès de la direction de l'école.

L'initiative Swiss Pledge englobe les spots télévisés depuis 2010, ainsi que la presse jeunesse et les sites Internet des marques des entreprises membres depuis 2012.

A partir de 2017, l'engagement pris concernera également les campagnes publicitaires diffusées via les canaux suivants:

- Radio
- Cinéma et DVD/CD-ROM
- Jeux interactifs et applis
- Marketing direct (e-mails publicitaires, marketing mobile, téléphonique et par SMS)
- Placement de produits (dans les productions cinématographiques et télévisées)
- Marketing urbain (affichage dans les lieux publics, sur les bus, les trains, les camions, les façades d'immeubles et les environnements scolaires)

Le programme n'englobe pas les éléments suivants: emballages de produits, marketing de commerce (PLV et vitrines), actions sur le lieu de vente/au point d'achat et formes de publicité échappant au contrôle direct de l'entreprise.

Publicité destinée aux enfants de moins de 12 ans

La restriction ci-dessus concerne les campagnes publicitaires dont le public visé se compose au minimum de 35 % d'enfants de moins de 12 ans (public de télévision, par exemple).

En l'absence de données fiables sur l'utilisation du média concerné par les enfants de moins de 12 ans (cas de la radio, du cinéma, des DVD/CD-ROM, du marketing direct, du placement de produits, des jeux interactifs, du marketing urbain, mobile et par SMS), l'impression générale produite par la publicité sera évaluée sur la base de critères précis (ton employé et iconographie, conception et réalisation, limites d'âge, par exemple) pour déterminer si la restriction doit s'appliquer ou non.

Audit externe

L'institut d'études de marché indépendant Media Focus est chargé de vérifier si les entreprises participantes du programme Swiss Pledge respectent les engagements pris. Cet audit externe consiste à évaluer et analyser les campagnes publicitaires s'adressant aux enfants et diffusées via les canaux suivants:

- Spots télévisés
- Presse jeunesse
- Sites Internet des marques des entreprises membres

Les résultats sont publiés sur swiss-pledge.ch.