



## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

---

### Un nouvel allié de poids pour Swiss Pledge

## Coop adhère au programme Swiss Pledge

**Berne, 11 décembre 2013 – Avec Coop, pour la première fois, un acteur de la grande distribution rejoint les rangs des engagés volontaires d'une organisation telle que Swiss Pledge. Coop s'engage désormais à restreindre ses pratiques publicitaires visant les enfants de moins de 12 ans, conformément aux critères du programme. La liste des membres de Swiss Pledge comprend dès lors 13 fabricants de produits alimentaires et entreprises gastronomiques suisses à vocation nationale et internationale. Ces sociétés représentent plus d'un tiers des dépenses publicitaires consacrées à des spots télévisés pour des produits alimentaires et des boissons en Suisse (124 millions de francs). L'Office fédéral de la santé publique (OFSP) salue cette démarche spontanée du secteur. L'initiative, qui reste ouverte aux autres fabricants de boissons et de produits alimentaires du marché suisse, s'inspire de programmes similaires déjà en place au sein de l'UE et dans 19 autres pays à la date de décembre 2013.**

Coop rejoindra le système d'autorégulation Swiss Pledge au 1<sup>er</sup> janvier 2014. Cet acteur de la grande distribution souligne ainsi son engagement en faveur de pratiques publicitaires responsables vis-à-vis des enfants de moins de 12 ans. Le nombre de membres de Swiss Pledge a doublé depuis le début de l'initiative, en 2010. Les rangs des engagés volontaires comprennent désormais 13 fabricants de produits alimentaires et entreprises gastronomiques suisses à vocation nationale et internationale. Ces sociétés représentent plus d'un tiers des dépenses publicitaires brutes consacrées à des spots télévisés pour des produits alimentaires et des boissons en Suisse (124 millions de francs sur un total de 357 millions de janvier à octobre 2013).

Swiss Pledge est une démarche d'entreprises suisses majeures, qui se sont clairement et volontairement engagées à limiter leurs pratiques publicitaires visant des enfants de moins de 12 ans, lorsque les produits concernés ne répondent pas à des critères nutritionnels scientifiquement établis. Dans le cadre de l'élargissement du programme, des critères nutritionnels homogènes devraient être instaurés d'ici fin 2014 pour chaque catégorie de produits. A l'heure actuelle, la liste des membres actifs comprend Coca-Cola, Danone, Intersnack, Kellogg, Mondelez, Mars, McDonald's, Nestlé, PepsiCo, Procter & Gamble, Unilever et Zweifel Pomy-Chips. Cette initiative volontaire reste ouverte aux autres acteurs du marché qui s'engagent à respecter les critères minimaux prescrits. Sur recommandation d'un groupe d'experts indépendants, en janvier 2011, l'OFSP a ajouté les entreprises membres de Swiss Pledge à la liste des partenaires actionsanté. La déclaration d'intention de Swiss Pledge est la seule en Europe jusqu'ici à avoir été approuvée par une autorité nationale.

**Contact:** Pia Lehmann, tél.: 044 350 71 04, e-mail: pia.lehmann@epi-lehmann.ch, www.swiss-pledge.ch

---

A propos de l'initiative d'engagement volontaire Swiss Pledge

S'inspirant de l'EU Pledge, en 2010, plusieurs entreprises suisses ont associé leurs efforts pour créer une initiative volontaire visant à modifier les comportements en matière de publicité s'adressant aux enfants. Cet engagement prévoit le respect des critères minimaux suivants:

- Aucune publicité destinée à des enfants de moins de 12 ans, sauf pour les produits répondant à des critères nutritionnels précis.
- 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.
- 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.

Le respect de cet engagement volontaire est contrôlé par des instituts d'études de marché indépendants. Les contrôles portent sur les spots télévisés ainsi que sur la presse jeunesse et les sites Internet des marques. Des informations détaillées sur les engagements pris par les entreprises concernées sont disponibles sur [www.swiss-pledge.ch](http://www.swiss-pledge.ch).