



COMMUNIQUE DE PRESSE

Renoncement aux publicités destinées aux enfants de moins de 12 ans

Durcissement des critères de l'initiative «Swiss Pledge»

Berne, le 20 décembre 2011 – En Suisse, des groupes leaders de l'industrie alimentaire ont lancé l'initiative Swiss Pledge pour promouvoir et appliquer des pratiques publicitaires responsables. Une extension des contrôles des publicités est prévue pour 2012 avec l'inclusion, outre les spots télévisés, des campagnes sur papier. Quant aux critères à respecter ils seront renforcés. En effet, le seuil à partir duquel une publicité est considérée comme destinée aux enfants sera abaissé: les contrôles concerneront dorénavant les campagnes dont le public visé se compose au minimum de 35 % de jeunes lecteurs ou téléspectateurs, contre 50 % actuellement. Ces exigences plus strictes vont donc élargir la palette de médias suisses surveillés par un institut de contrôle indépendant.

Depuis 2010, les entreprises participant à l'initiative Swiss Pledge se sont engagées à renoncer aux publicités s'adressant aux enfants de moins de 12 ans pour les produits alimentaires qui ne répondent pas à certains critères nutritionnels précis. A partir du 1^{er} janvier 2012, cet auto-engagement sera renforcé par l'introduction de critères plus restrictifs: en effet, la «publicité s'adressant aux enfants de moins de 12 ans» désignait auparavant les campagnes dont le public visé se composait au minimum de 50 % d'enfants. Dorénavant, ce seuil sera abaissé à 35%. La nouvelle règle entrera en vigueur dès le 1^{er} janvier 2012 et s'appliquera à l'ensemble des onze sociétés partenaires.

Pour l'heure, la liste des entreprises qui participent activement au programme comprend Coca-Cola, Danone, Intersnack, Kellogg, Kraft Foods, Mars, 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.

En savoir plus sur l'auto-engagement

S'inspirant de l'EU Pledge, plusieurs entreprises suisses se sont volontairement engagées, en 2010, à renoncer à diffuser de la publicité s'adressant à des enfants de moins de 12 ans. Cet engagement sera renforcé à partir du 1^{er} janvier 2012 et 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 et 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. A partir de 2012, les contrôles porteront non seulement sur les spots télévisés, mais également sur la presse jeunesse. Des informations complémentaires sur les engagements pris par les entreprises concernées sont disponibles sur www.swiss-pledge.ch.

Contact:



Epli & Lehmann S.à r.l., Seefeldstrasse 4, 8008 Zurich, tél.: 044 350 71 04, e-mail: pia.lehmann@epli-lehmann.ch,
www.swiss-pledge.ch