



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Extension du principe de renoncement volontaire concernant la publicité enfants

Swiss Pledge mise désormais sur l'instauration de critères nutritionnels uniformes

Berne, 11 décembre 2012 – L'initiative d'engagement volontaire Swiss Pledge en faveur d'un renoncement à la publicité s'adressant aux enfants de moins de 12 ans sera prochainement étendue à l'adoption de critères nutritionnels uniformes pour chaque catégorie de produits. Cette harmonisation des critères nutritionnels devrait être progressivement concrétisée d'ici fin 2014. L'Office fédéral de la santé publique (OFSP) salue cette démarche spontanée du secteur. L'initiative Swiss Pledge reste ouverte aux autres acteurs du marché suisse et s'inspire de programmes similaires déjà en place au sein de l'UE et dans 19 autres pays à la date de décembre 2012.

En 2010, plusieurs entreprises suisses de premier plan se sont volontairement engagées à renoncer aux publicités pour les produits alimentaires s'adressant aux enfants de moins de 12 ans. Sont exclus de l'initiative les produits répondant à des critères nutritionnels spécifiques. L'extension de l'initiative d'engagement volontaire Swiss Pledge prévoit l'adoption de critères uniformes pour chaque catégorie de produits, à l'instar de l'EU Pledge. Ces critères devraient être progressivement introduits d'ici fin 2014.

Le respect des engagements volontaires pris dans le cadre de l'initiative Swiss Pledge fait l'objet d'un audit réalisé par un organisme indépendant. Dans la ligne de mire: les spots télévisés et les campagnes sur papier lancées en Suisse depuis janvier 2012. Pour l'année 2011, l'audit indépendant a révélé que les entreprises respectaient largement leur engagement, avec 99,4 % de publicités télévisées conformes. Ces dernières représentent plus de 80 % des dépenses totales engagées dans ce domaine par les entreprises participant au programme Swiss Pledge.

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.

Pour l'heure, la liste des entreprises participant 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.

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

S'inspirant de l'*EU Pledge*, en 2010, plusieurs entreprises suisses se sont volontairement engagées à renoncer à diffuser de la publicité s'adressant à des enfants de moins de 12 ans. 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.