



## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

---

Danone, Intersnack, Kraft Foods, Procter & Gamble et Zweifel Pomy-Chips rejoignent les rangs

### Renforcement de l'initiative Swiss Pledge

*Berne, 30 août 2011* – Danone, Intersnack, Kraft Foods, Procter & Gamble et Zweifel Pomy-Chips viennent grossir les rangs de Swiss Pledge et renoncent ainsi volontairement à diffuser de la publicité s'adressant aux enfants de moins de 12 ans. Lancée il y a un an, l'initiative est basée sur un engagement volontaire des entreprises agroalimentaires en faveur de pratiques publicitaires responsables. Elle étend ainsi son influence et rassemble désormais onze leaders du secteur suisse de l'industrie agroalimentaire. L'initiative Swiss Pledge s'inspire de programmes similaires déjà en place au sein de l'UE et dans 17 autres pays à la date de août 2011. Elle reste ouverte aux autres acteurs du marché suisse.

En Suisse, Danone, Intersnack, Kraft Foods, Procter & Gamble et Zweifel Pomy-Chips rejoignent la liste des entreprises qui renoncent à diffuser de la publicité s'adressant à des enfants de moins de 12 ans pour des produits agroalimentaires, une démarche qui s'inscrit dans leurs efforts constants en faveur de pratiques marketing responsables. Sont exclus de l'initiative les produits répondant à des critères nutritionnels spécifiques, basés sur les recommandations de la communauté scientifique et sur les directives internationales en vigueur en matière de diététique.

#### La publicité responsable – les partenaires actionsanté

Les entreprises précitées soulignent leur engagement dans ce domaine en rejoignant les rangs de l'initiative Swiss Pledge, lancée il y a un an. Le ton a été donné par Coca-Cola, Kellogg, Mars, Nestlé, PepsiCo et Unilever, qui ont déjà volontairement mis en place – et renforcé publiquement via Swiss Pledge – des restrictions comparables applicables à leurs campagnes publicitaires.

Les entreprises membres de Swiss Pledge revendiquent des pratiques publicitaires responsables, qu'elles souhaitent voir s'étendre à l'ensemble du secteur via cette initiative ouverte à d'autres acteurs du marché, l'objectif étant de contribuer à une alimentation saine et équilibrée.

Après un examen approfondi et sur recommandation d'un groupe d'experts indépendants, en janvier 2011, l'Office fédéral de la santé publique (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 à avoir été approuvée par une autorité nationale.

#### D'excellents résultats mesurés – le potentiel de l'initiative

Un contrôle indépendant destiné à évaluer le respect des engagements pris a été réalisé par l'institut d'études de marché Media Focus. Il a révélé qu'en 2010 99,6% des publicités diffusées à la télévision par les entreprises concernées pouvaient être qualifiées de responsables. Les campagnes publicitaires télévisées représentent plus des trois quarts des dépenses totales allouées à la publicité en 2010 par les



entreprises du réseau Swiss Pledge. 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 est ouverte aux autres acteurs du marché qui s'engagent à respecter les critères minimaux prescrits.

---

#### **A propos de l'auto-engagement**

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 50 % 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 auto-engagement sera contrôlé par des instituts d'études de marché indépendants.

Des informations complémentaires sur les engagements pris par les entreprises sont fournies sur [www.swiss-pledge.ch](http://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](mailto:pia.lehmann@epli-lehmann.ch), [www.swiss-pledge.ch](http://www.swiss-pledge.ch)