



## **Communiqué de presse**

Bruxelles, 27/02/2014

### **LE SECTEUR ALIMENTAIRE BELGE TIENT SA PROMESSE POUR UNE PUBLICITÉ RESPONSABLE.**

***Le monitoring du Belgian Pledge, une initiative de FEVIA, Comeos et de l'UBA, montre que les entreprises signataires, se sont vraiment engagées pour une publicité responsable.***

***99,5 % des spots télévisés contrôlés sont conformes au Belgian Pledge.***

***96,5 % des 200 écoles primaires interrogées ne signalent aucune infraction aux engagements pris.***

***100% des sites Internet sont conformes.***

Le 11 septembre 2012, FEVIA, la Fédération de l'industrie alimentaire, Comeos, représentant du commerce belge et des services, et l'UBA, l'Union Belge des Annonceurs, ont lancé le Belgian Pledge ([www.belgianpledge.be](http://www.belgianpledge.be)). Ensemble, ils ont ainsi voulu donner l'opportunité aux entreprises alimentaires et aux entreprises actives dans le commerce et les services de faire connaître leur position spontanée et responsable concernant la publicité destinée aux enfants de moins de 12 ans.

Les 36 entreprises signataires du « Belgian Pledge » se sont engagées à ne pas faire de publicité à la télévision, dans la presse écrite, à la radio et sur internet, destinée aux enfants de moins de 12 ans, pour les produits alimentaires ou des boissons qui ne satisfont pas aux critères nutritionnels spécifiques. La « publicité destinée aux enfants de moins de 12 ans » est définie comme étant la publicité pour les téléspectateurs, auditeurs et lecteurs de médias dont l'audience est composée au moins de 35 % d'enfants de moins de 12 ans. Elles se sont également engagées à ne pas communiquer sur leurs produits dans les écoles primaires, sauf dans celles dont la direction en a fait spécifiquement la demande, ou a marqué formellement son accord à des fins éducatives.

Comme promis lors du lancement du Belgian Pledge, le respect de ces engagements a été examiné par des tiers. Pour le monitoring des spots télévisuels, l'analyse de médias a été réalisée par l'agence média Mindshare sur base d'un screening au cours du premier trimestre 2013. Le monitoring des écoles a été mis en place par le Dr Christine Hoefkens et le Professeur Wim Verbeke de l'Université de Gand. Le monitoring des sites Internet a été effectué par le JEP, le Jury d'Éthique Publicitaire.

Le Belgian Pledge, renforcé par ces beaux résultats, encouragera encore davantage d'entreprises à les rejoindre.

***« Le Belgian Pledge est une initiative largement soutenue, dont les signataires représentent 64% du total des dépenses publicitaires pour des produits alimentaires. Il est encourageant de constater qu'ils tiennent leur promesse en matière de publicité responsable et contribuent ainsi à une alimentation saine. J'espère voir augmenter le nombre de signataires afin de généraliser davantage encore une publicité alimentaire responsable. » Madame Laurette Onkelinx, Ministre des Affaires Sociales et de la Santé Publique***

Veillez trouver ci-joint le rapport de monitoring. Il est accessible également sur le site [www.belgianpledge.be](http://www.belgianpledge.be)

Contact:

Karim Debbah, Media Manager, UBA, gsm: 0496 20 43 51

Peter Vandenberghe, Responsable communication, Comeos, gsm: 0495 59 93 99

Chris Moris, Directeur Général, FEVIA, gsm: 0475 80 58 39