



ENSEMBLE DE RECOMMANDATIONS  
SUR LA COMMERCIALISATION DES ALIMENTS  
ET DES BOISSONS NON ALCOOLISÉES  
DESTINÉS AUX ENFANTS



Organisation  
mondiale de la Santé

## Catalogage à la source : Bibliothèque de l'OMS

Ensemble de recommandations sur la commercialisation des aliments et des boissons non alcoolisées destinés aux enfants.

1.Législation aliment. 2.Approvisionnement en nourriture - législation. 3.Marketing - législation. 4.Nutrition infantile. 5.Politique nutritionnelle.

I.Organisation mondiale de la Santé.

ISBN 978 92 4 250021 9

(Classification NLM : WS 130)

## © Organisation mondiale de la Santé 2010

Tous droits réservés. Il est possible de se procurer les publications de l'Organisation mondiale de la Santé auprès des Editions de l'OMS, Organisation mondiale de la Santé, 20 avenue Appia, 1211 Genève 27 (Suisse) (téléphone : +41 22 791 3264 ; télécopie : +41 22 791 4857 ; adresse électronique : [bookorders@who.int](mailto:bookorders@who.int)). Les demandes relatives à la permission de reproduire ou de traduire des publications de l'OMS – que ce soit pour la vente ou une diffusion non commerciale – doivent être envoyées aux Editions de l'OMS, à l'adresse ci dessus (télécopie : +41 22 791 4806 ; adresse électronique : [permissions@who.int](mailto:permissions@who.int)).

Les appellations employées dans la présente publication et la présentation des données qui y figurent n'impliquent de la part de l'Organisation mondiale de la Santé aucune prise de position quant au statut juridique des pays, territoires, villes ou zones, ou de leurs autorités, ni quant au tracé de leurs frontières ou limites. Les lignes en pointillé sur les cartes représentent des frontières approximatives dont le tracé peut ne pas avoir fait l'objet d'un accord définitif.

La mention de firmes et de produits commerciaux ne signifie pas que ces firmes et ces produits commerciaux sont agréés ou recommandés par l'Organisation mondiale de la Santé, de préférence à d'autres de nature analogue. Sauf erreur ou omission, une majuscule initiale indique qu'il s'agit d'un nom déposé.

L'Organisation mondiale de la Santé a pris toutes les précautions raisonnables pour vérifier les informations contenues dans la présente publication. Toutefois, le matériel publié est diffusé sans aucune garantie, expresse ou implicite. La responsabilité de l'interprétation et de l'utilisation dudit matériel incombe au lecteur. En aucun cas, l'Organisation mondiale de la Santé ne saurait être tenue responsable des préjudices subis du fait de son utilisation.

Imprimé en Suisse.

Layout design : [blossoming.it](http://blossoming.it)

# Table des matières

---

<b>Avant-propos</b>	4
<b>Introduction</b>	5
<b>Ensemble de recommandations sur la commercialisation des aliments et des boissons non alcoolisées destinés aux enfants</b>	6
<b>Données factuelles</b>	7
<b>Recommandations</b>	8
<i><b>Justification</b></i>	8
Recommandations 1 et 2	
<i><b>Élaboration de la politique</b></i>	8
Recommandations 3, 4, 5 et 6	
<i><b>Mise en œuvre de la politique</b></i>	10
Recommandations 7, 8 et 9	
<i><b>Surveillance et évaluation de la politique</b></i>	11
Recommandations 10 et 11	
<i><b>Recherche</b></i>	12
Recommandation 12	
<b>Résolution de la Soixante-Troisième Assemblée Mondiale de la Santé adoptée le 21 mai 2010 : Commercialisation des aliments et des boissons non alcoolisées destinés aux enfants</b>	13

# Avant-propos

Les maladies non transmissibles font peser une importante menace sur la santé humaine et sur le développement socio-économique. On estime que les maladies cardiovasculaires, le cancer, les maladies respiratoires chroniques et le diabète sont à l'origine de 35 millions de décès par an, dont 80 % se produisent dans des pays à revenu faible ou intermédiaire. La lourde charge que représentent déjà les maladies non transmissibles, conjuguée au fait que la majorité de ces décès sont prématurés et pourraient être évités, font qu'il est impératif d'agir dans l'intérêt de la santé publique.

Une mauvaise alimentation est un facteur de risque essentiel de maladies non transmissibles qu'il est possible de modifier. Si l'on ne fait rien, une mauvaise alimentation, associée à d'autres facteurs de risque, entraîne une augmentation de la prévalence des maladies non transmissibles au sein des populations, car elle se traduit par une élévation de la pression sanguine et de la glycémie, une concentration anormale de lipides dans le sang, un surpoids ou l'obésité. Si les décès causés par les maladies non transmissibles surviennent principalement à l'âge adulte, les risques liés à une mauvaise alimentation commencent dès l'enfance et croissent tout au long de la vie.

Au niveau mondial, la surcharge pondérale et l'obésité figurent actuellement au cinquième rang des risques de décès. On estime qu'en 2010, plus de 42 millions d'enfants de moins de cinq ans ont un surpoids ou sont obèses, et près de 35 millions d'entre eux vivent dans des pays en développement. Le surpoids pendant l'enfance et l'adolescence est associé non seulement à un risque accru d'obésité et de maladies non transmissibles à l'âge adulte, mais aussi à plusieurs problèmes de santé immédiats, comme l'hypertension et l'insulinorésistance.

L'environnement alimentaire d'aujourd'hui est très différent de celui qu'ont connu les générations précédentes. À l'échelle mondiale, une grande variété de produits alimentaires et de boissons sont aujourd'hui disponibles sur la plupart des marchés, ce qui présente l'avantage du goût, de la commodité et de la nouveauté. Mais en même temps, la distribution à grande échelle et le marketing intensif de beaucoup de ces denrées, surtout des produits

riches en graisses, en sucre ou en sel, sapent les efforts entrepris pour manger sainement et conserver un poids normal, en particulier quand il s'agit d'enfants.

La publicité et d'autres formes de commercialisation des aliments et des boissons destinés aux enfants sont très répandues et concernent essentiellement des produits à haute teneur en graisses, en sucre ou en sel. Les données montrent que la publicité à la télévision influe sur les préférences alimentaires des enfants, leurs demandes d'achat et leurs modes de consommation. De plus, toutes sortes de techniques sont utilisées pour commercialiser ces produits auprès des enfants à l'école et dans les crèches, dans les supermarchés, à la télévision et sur Internet, et dans bien d'autres contextes encore.

L'ensemble de recommandations présentées ici ont pour but de guider les efforts déployés par les États Membres pour concevoir de nouvelles politiques et/ou renforcer les politiques existantes en matière de communication commerciale sur les aliments destinés aux enfants. Les États Membres et d'autres acteurs intéressés ont largement contribué à leur élaboration et elles ont été approuvées par la Soixante-Troisième Assemblée mondiale de la Santé en mai 2010. Elles tiennent compte des préoccupations particulières exprimées lors de leur élaboration et soulignent la nécessité d'une vaste coopération intersectorielle, d'une collaboration internationale et d'un soutien de la part des acteurs concernés.

Partout dans le monde, les enfants sont exposés à la commercialisation d'aliments et de boissons non alcoolisées à forte teneur en graisses, en sucre ou en sel. Il faut s'employer à faire en sorte que, partout, les enfants soient à l'abri de ce marketing et puissent grandir et se développer dans un environnement alimentaire favorable, qui incite et aide à faire des choix alimentaires sains et à conserver un poids normal.

Dr Ala Alwan  
Sous-Directeur général  
Maladies non transmissibles et santé mentale  
Organisation mondiale de la Santé

# Introduction

Le présent document préconise une action mondiale pour réduire l'impact sur les enfants de la commercialisation d'aliments riches en graisses saturées, en acides gras *trans*, en sucres libres ou en sel. Il est conçu pour faciliter les processus et mécanismes politiques nécessaires pour atteindre cet objectif et qui sont exposés dans les deux documents réunis ici : l'ensemble de recommandations sur la commercialisation des aliments et des boissons non alcoolisées destinés aux enfants et la résolution dans laquelle l'ensemble de recommandations a été approuvé.

Le document reflète l'importance de plus en plus grande accordée à la lutte contre les maladies non transmissibles depuis une dizaine d'années, prise de conscience qui se manifeste le plus clairement dans le Plan d'action pour la Stratégie mondiale de lutte contre les maladies non transmissibles (2008-2013), adopté par la Soixante et Unième Assemblée mondiale de la Santé en mai 2008 (résolution WHA61.14). Les bases du Plan d'action ont été jetées lorsque le cadre défini par la Stratégie mondiale a été approuvé en mai 2000 et que le Directeur général de l'OMS a été prié de continuer à donner la priorité à la lutte contre les maladies non transmissibles (résolution WHA53.17). Comme l'avait demandé la Soixantième Assemblée mondiale de la Santé en mai 2007 (résolution WHA60.23), le Plan d'action pour la Stratégie mondiale a été mis au point dans le but de donner une expression concrète à la stratégie.

En outre, dans la résolution WHA60.23, le Directeur général était prié « de promouvoir également une commercialisation responsable, notamment l'élaboration d'un ensemble de recommandations sur la commercialisation des aliments et des boissons non alcoolisées destinés aux enfants, pour réduire l'impact des aliments riches en graisses saturées, en acides gras *trans*, en sucres libres ou en sel, en concertation avec tous les acteurs concernés, notamment les parties du secteur privé, tout en veillant à éviter les conflits d'intérêts potentiels ».

Après un vaste processus de concertation pendant la cent vingt-sixième session du Conseil exécutif, l'ensemble de

recommandations a été présenté à la Soixante-Troisième Assemblée mondiale de la Santé dans le document A63/12, intitulé *Lutte contre les maladies non transmissibles : mise en œuvre de la Stratégie mondiale*. L'ensemble de recommandations a été approuvé par la Soixante-Troisième Assemblée mondiale de la Santé dans la résolution WHA63.14 sur la commercialisation des aliments et des boissons non alcoolisées destinés aux enfants.

L'ensemble de recommandations réaffirme le but de la Stratégie mondiale pour l'alimentation, l'exercice physique et la santé, entériné par la Cinquante-Septième Assemblée mondiale de la Santé en 2004, et qui est d'aider à créer des conditions propices à l'application de mesures durables aux niveaux individuel, communautaire, national et mondial. Plus précisément, l'ensemble de recommandations vient appuyer une des mesures recommandées aux États Membres dans la Stratégie mondiale : élaborer des approches multisectorielles appropriées pour s'occuper de la question de la commercialisation des aliments auprès des enfants. Elles complètent aussi l'objectif 3 du Plan d'action pour la Stratégie mondiale de lutte contre les maladies non transmissibles, dont une des mesures qu'il est conseillé de prendre aux États Membres consiste à « préparer et mettre en place, selon qu'il conviendra, et avec tous les acteurs concernés, un cadre et/ou des dispositifs pour promouvoir la commercialisation responsable d'aliments et de boissons non alcoolisées auprès des enfants, afin de réduire les effets des aliments à haute teneur en graisses saturées, en acides gras *trans*, en sucres libres ou en sel ».

Le présent document est structuré de la façon suivante : l'ensemble de recommandations comprend un exposé du contexte et du processus ayant conduit à l'élaboration des recommandations, une partie présentant les données factuelles et 12 recommandations divisées en cinq rubriques : justification, élaboration de la politique, mise en œuvre de la politique, surveillance et évaluation de la politique, recherche. La résolution se compose d'un préambule et des mesures que les États Membres et le Directeur général sont invités à prendre.

# Ensemble de recommandations sur la commercialisation des aliments et des boissons non alcoolisées destinés aux enfants<sup>1</sup>

1. La Soixantième Assemblée mondiale de la Santé, dans sa résolution WHA60.23, intitulée « Lutte contre les maladies non transmissibles : mise en œuvre de la Stratégie mondiale », a prié le Directeur général « de promouvoir ... une commercialisation responsable, notamment l'élaboration d'un ensemble de recommandations sur la commercialisation des aliments et des boissons non alcoolisées destinés aux enfants, pour réduire l'impact des aliments riches en graisses saturées, en acides gras *trans*, en sucres libres ou en sel, en concertation avec tous les acteurs concernés, notamment les parties du secteur privé, tout en veillant à éviter les conflits d'intérêts potentiels ».

2. La Soixante et Unième Assemblée mondiale de la Santé, dans sa résolution WHA61.14, a approuvé le Plan d'action pour la Stratégie mondiale de lutte contre les maladies non transmissibles. Le Plan d'action invite instamment les Etats Membres à continuer à appliquer les mesures convenues par l'Assemblée de la Santé dans la résolution WHA60.23. Dans son objectif 3 (paragraphe 24.e) intitulé *Promouvoir une alimentation saine*, le Plan d'action propose en tant que principale mesure à prendre par les Etats Membres « de préparer et mettre en place, selon qu'il conviendra et avec tous les acteurs concernés, un cadre et/ou des dispositifs pour promouvoir la commercialisation responsable d'aliments et de boissons non alcoolisées auprès des enfants, afin de réduire les effets des aliments à haute teneur en graisses saturées, en acides gras *trans*, en sucres libres ou en sel ».

3. Dans le cadre de ce mandat, le Directeur général, en novembre 2008, a nommé les membres d'un groupe ad hoc d'experts chargés de lui donner des conseils techniques sur les objectifs de politique générale appropriés, les options politiques et les mécanismes de surveillance et d'évaluation. Ce groupe s'est appuyé sur un examen systématique et actualisé qui a confirmé les conclusions antérieures selon lesquelles, partout dans le monde, des aliments à haute teneur en graisses, en sucres ou en sel étaient largement commercialisés auprès des enfants.

4. Deux réunions ont été organisées avec des représentants des organisations non gouvernementales internationales, de l'ensemble du secteur des industries alimentaires et des boissons non alcoolisées et celui de la publicité. Il

s'agissait de définir des initiatives de politique générale et de concevoir des processus et des outils pour mettre en place une surveillance et une évaluation dans le domaine de la commercialisation d'aliments et de boissons non alcoolisées destinés aux enfants.

5. Le Secrétariat s'est appuyé sur les conseils du groupe d'experts et sur les contributions des parties prenantes au cours de ces deux réunions pour rédiger un document de travail qui a servi de cadre à des consultations régionales avec les Etats Membres. Celles-ci avaient pour but de recueillir le point de vue des Etats Membres sur les objectifs de politique générale, les options politiques et les mécanismes de surveillance et d'évaluation présentés dans le document de travail. En septembre 2009, 66 Etats Membres avaient envoyé une réponse à ce sondage. D'autres commentaires sur le document de travail ont été formulés lors de deux réunions de suivi tenues avec des représentants des organisations non gouvernementales internationales, du secteur des industries alimentaires et des boissons non alcoolisées et du secteur de la publicité.

6. Il est ressorti clairement de ces consultations que les Etats Membres considéraient la commercialisation d'aliments et de boissons non alcoolisées destinés aux enfants comme un problème international et estimaient qu'il était nécessaire de veiller à ce que le secteur privé commercialise ses produits de façon responsable. Les consultations ont aussi fait apparaître que les politiques actuellement en place dans les Etats Membres ont des objectifs et des contenus variables et différent par les approches adoptées, les pratiques en matière de surveillance et d'évaluation et la manière dont les parties prenantes y sont associées. Les approches appliquées vont d'une interdiction légale de la publicité télévisée destinée aux enfants pour certains aliments prédéfinis à la simple application volontaire de codes d'éthique par certains secteurs de l'agroalimentaire ou de la publicité. Plusieurs Etats Membres ont indiqué qu'ils auraient besoin d'une aide supplémentaire du Secrétariat dans les domaines de l'élaboration des politiques, de la surveillance et de l'évaluation.

7. La commercialisation transfrontières a été mentionnée comme un sujet de préoccupation par 15 États Membres.

<sup>1</sup> Tel que présenté précédemment dans le document A63/12.

De nombreux pays, y compris ceux qui ont mis en place des restrictions, sont exposés sur leur territoire aux effets de stratégies de commercialisation des aliments impulsées de l'étranger ; les États Membres ont indiqué qu'il fallait s'attaquer à la dimension transnationale de nombreuses pratiques commerciales.

8. La commercialisation d'aliments et de boissons non alcoolisées auprès des enfants fréquentant des établissements scolaires et préscolaires a été jugée préoccupante par certains États Membres. La situation particulière des établissements scolaires en tant que lieux où les enfants sont un public captif et le rôle que les écoles devraient jouer dans la promotion de la santé ont aussi été mentionnés comme facteurs à prendre en compte dans les recommandations.

9. Le but principal de ces recommandations est de guider les efforts déployés par les États Membres pour concevoir de nouvelles politiques et/ou renforcer les politiques existantes en matière de communication commerciale sur les aliments s'adressant aux enfants, afin de réduire l'impact sur les enfants de la commercialisation d'aliments à haute teneur en graisses saturées, en acides gras *trans*, en sucres libres et en sel.

10. Les recommandations formulées figurent en caractères **gras** dans la présente annexe. Elles sont structurées en cinq sections : justification ; élaboration de la politique ; mise en œuvre de la politique ; surveillance et évaluation de la politique ; et recherche.

## Données factuelles

11. Une mauvaise alimentation est un facteur de risque de maladies non transmissibles. Ce risque apparaît dès l'enfance et se renforce tout au long de la vie. Afin de réduire leur risque futur d'être atteint d'une maladie non transmissible, les enfants devraient conserver un poids normal et consommer des aliments à faible teneur en graisses saturées, en acides gras *trans*, en sucres libres et en sel. Une mauvaise alimentation favorise le surpoids et l'obésité, phénomènes qui n'ont cessé de progresser chez les enfants du monde entier ces dernières années.

12. Les résultats d'études systématiques sur l'étendue, la nature et les effets de la commercialisation des aliments auprès des enfants montrent que la publicité et d'autres techniques de commercialisation<sup>1</sup> des aliments<sup>2</sup> sont très répandues à travers le monde<sup>3</sup> et concernent principalement des aliments à haute teneur en graisses, en sucres ou en sel. Les données factuelles montrent aussi que la publicité télévisée influe sur les préférences alimentaires des enfants et sur leurs demandes d'achat et leurs modes de consommation.

13. Les études systématiques ont montré que, même si la télévision reste un média important, elle est progressivement complétée par un éventail de plus en plus complexe de techniques de communication commerciale axées sur la valorisation des marques et l'établissement de liens avec les consommateurs. Ce vaste ensemble de techniques de commercialisation comprend la publicité, le parrainage, le placement de produits, la promotion des ventes, le marketing croisé faisant appel à des célébrités, l'utilisation de mascottes ou de personnages populaires auprès des enfants, les sites Web, les emballages et étiquetages, les présentoirs et étalages de points de vente, les messages électroniques et les messages textes, les activités philanthropiques liées à des marques, et la « mercatique virale » ou le bouche-à-oreille. La commercialisation d'aliments auprès des enfants est maintenant devenue un phénomène mondial qui tend à être multiforme et intégré, et à utiliser de multiples messages transmis par toutes sortes de voies.

<sup>1</sup> On entend par « commercialisation » toute forme de communication commerciale ou de message commercial conçu dans le but ou ayant pour effet d'accroître la reconnaissance, l'attrait et/ou la consommation de produits ou de services particuliers. La commercialisation comprend toutes les méthodes de publicité ou de promotion en faveur d'un produit ou d'un service.

<sup>2</sup> Le terme « aliment » est utilisé dorénavant pour désigner à la fois les aliments et les boissons non alcoolisées.

<sup>3</sup> Hastings G et al. *Review of the research on the effects of food promotion to children*. Glasgow, University of Strathclyde, Centre for Social Marketing, 2003 (<http://www.food.gov.uk/news/newsarchive/2003/sep/promote>); Hastings G et al. *The extent, nature and effects of food promotion to children: a review of the evidence*. Genève, Organisation mondiale de la Santé, 2006 ([http://whqlibdoc.who.int/publications/2007/9789241595247\\_eng.pdf](http://whqlibdoc.who.int/publications/2007/9789241595247_eng.pdf)) ; McGinnis JM, Gootman JA, Kraak VI, eds. *Food marketing to children and youth: treat or opportunity?* Washington DC, Institute of Medicine, National Academies Press, 2006 ([http://www.nap.edu/catalog.php?record\\_id=11514#toc](http://www.nap.edu/catalog.php?record_id=11514#toc)); et Cairns G, Angus K, Hastings G. *The extent, nature and effects of food promotion to children: a review of the evidence to December 2008*. Genève, Organisation mondiale de la Santé, 2009 ([http://www.who.int/dietphysicalactivity/Evidence\\_Update\\_2009.pdf](http://www.who.int/dietphysicalactivity/Evidence_Update_2009.pdf)).

# Recommandations

## Justification

14. L'examen des données dont on dispose montre qu'il est de toute évidence justifié que les Etats Membres prennent des mesures dans ce domaine. La nécessité de mettre en place des mécanismes de politique générale appropriés a aussi été reconnue par divers Etats Membres au cours des consultations ayant conduit à l'élaboration des présentes recommandations. Celles-ci viennent appuyer encore les résolutions WHA60.23 et WHA61.14 de l'Assemblée de la Santé sur la lutte contre les maladies non transmissibles et fournissent de solides arguments en faveur de la formulation de politiques par les Etats Membres.

15. L'efficacité des techniques de communication commerciale dépend de deux éléments : les médias par lesquels le message est transmis, et son contenu créatif. Le premier élément est relatif à la portée, à la fréquence et à l'impact du message, qui déterminent l'*exposition* des enfants au message commercial. Le second élément se rapporte au contenu, à la conception et à l'exécution du message, qui influent sur la *force* de la communication commerciale. L'efficacité de la commercialisation est donc fonction à la fois de l'*exposition* au message et de la *force* de celui-ci.

## Elaboration de la politique

16. Les Etats Membres peuvent choisir différentes approches pour atteindre leurs objectifs politiques, en fonction de leur propre contexte national et des ressources dont ils disposent. Ils peuvent adopter une *approche globale* consistant à limiter toutes les formes de commercialisation auprès des enfants d'aliments à teneur élevée en graisses saturées, en acides gras *trans*, en sucres libres ou en sel, ce qui élimine totalement l'exposition aux messages commerciaux et en neutralise par là même la force. Mais ils peuvent aussi commencer par agir séparément sur l'exposition ou sur la force du message, ou encore décider de s'attaquer simultanément aux deux aspects selon une *approche STEPwise* (par étapes).

### RECOMMANDATION 1

**L'objectif de la politique devrait être de réduire les effets sur les enfants de la commercialisation d'aliments à haute teneur en graisses saturées, en acides gras *trans*, en sucres libres ou en sel.**

### RECOMMANDATION 2

**Étant donné que l'efficacité de la commercialisation est fonction à la fois de l'exposition aux messages et de leur force, l'objectif global des politiques devrait être de réduire à la fois l'exposition des enfants et la force des messages commerciaux en faveur des aliments à haute teneur en graisses saturées, en acides gras *trans*, en sucres libres ou en sel.**

### RECOMMANDATION 3

**Pour atteindre les buts et objectifs des politiques, les Etats Membres devraient étudier différentes approches, telles qu'une approche STEPwise ou une approche globale, destinées à réduire la commercialisation auprès des enfants d'aliments à haute teneur en graisses saturées, en acides gras *trans*, en sucres libres ou en sel.**

17. La capacité potentielle d'atteindre l'objectif politique consistant à réduire les effets sur les enfants de la commercialisation d'aliments à haute teneur en graisses saturées, en acides gras *trans*, en sucres libres ou en sel varie selon les approches politiques adoptées. Une approche globale est celle qui a le plus de chances de produire l'effet recherché.

18. S'agissant de l'*exposition*, il faut étudier quand, où et à l'intention de qui la commercialisation sera ou non autorisée et pour quels produits. S'agissant de la *force* du message, il faut examiner la possibilité de restreindre l'utilisation des techniques de commercialisation qui ont des effets particulièrement puissants. Si l'on choisit par exemple une approche STEPwise, il convient de prêter plus particulièrement attention aux techniques de commercialisation auxquelles les enfants sont les plus exposés et aux messages commerciaux qui ont le plus d'impact.

19. L'efficacité de la mise en œuvre dépend d'une définition claire des composantes de la politique. C'est de cette définition que dépendra la propension de la politique à réduire l'exposition aux messages commerciaux et/ou leur force, et donc leur impact. Parmi les choses importantes à définir figurent le groupe d'âge auquel les restrictions vont s'appliquer, les moyens de communication utilisés, les cadres et techniques de commercialisation qui seront visés, et ce qui constitue une commercialisation ciblant plus particulièrement les enfants en fonction de facteurs tels que le produit, le moment, les téléspectateurs, le placement et le contenu du message commercial, ainsi que les aliments qui seront couverts par les restrictions de la commercialisation.<sup>1</sup>

20. Les établissements scolaires, les centres de soins accueillant des enfants et les autres structures éducatives sont des lieux privilégiés pour agir en lieu et place des parents, et rien de ce qui s'y passe ne devrait porter atteinte au bien-être des enfants. C'est pourquoi l'équilibre nutritionnel des enfants à l'école devrait être un élément capital et constituer l'assise de la bonne santé des enfants à ce stade de leur formation. Cela coïncide aussi avec la recommandation formulée dans la Stratégie mondiale pour l'alimentation, l'exercice physique et la santé, qui invite instamment les gouvernements à adopter des politiques favorisant une alimentation saine à l'école.

## RECOMMANDATION 4

**Les gouvernements devraient adopter des définitions claires pour les principaux éléments de la politique, de manière à permettre de standardiser le processus de mise en œuvre. L'établissement de définitions claires facilite une mise en œuvre uniforme quel que soit l'organe qui est chargé d'appliquer la politique. Lorsqu'ils fixent ces définitions de base, les Etats Membres doivent déterminer les problèmes qui leur sont spécifiques et en tenir compte de façon à ce que la politique ait un impact maximal.**

## RECOMMANDATION 5

**Les lieux accueillant des rassemblements d'enfants devraient être à l'abri de toutes formes de commercialisation d'aliments à haute teneur en graisses saturées, en acides gras *trans*, en sucres libres ou en sel. Ces lieux comprennent notamment, mais pas exclusivement, les crèches, les écoles, les cours de récréation et les centres d'accueil préscolaire, les terrains de jeux, les dispensaires recevant des familles et des enfants et les services de pédiatrie, y compris durant les activités sportives et culturelles qui s'y déroulent.**

<sup>1</sup> Les Etats Membres peuvent choisir de distinguer les types d'aliments de différentes manières, par exemple en se référant aux directives diététiques nationales, aux définitions établies par des organes scientifiques ou à des modèles de profils nutritifs, ou décider que les restrictions de la commercialisation s'appliqueront à certaines catégories d'aliments.

21. La politique concernant la commercialisation d'aliments destinés aux enfants fait intervenir un grand nombre d'acteurs et touche transversalement plusieurs secteurs à la fois. Les gouvernements sont les mieux placés pour fixer les orientations et les stratégies globales permettant d'atteindre des objectifs de santé publique au niveau de l'ensemble de la population. Lorsqu'ils collaborent avec d'autres acteurs, ils devraient veiller à protéger l'intérêt public et à éviter les conflits d'intérêts. Quel que soit le cadre politique choisi, tous les groupes de parties prenantes, y compris le secteur privé, la société civile, les organisations non gouvernementales, les médias, les chercheurs des milieux universitaires, les parents et la communauté au sens large, devraient avoir connaissance de la politique arrêtée.

## RECOMMANDATION 6

**Les gouvernements devraient assumer un rôle central dans l'élaboration de la politique et piloter la mise en œuvre, la surveillance et l'évaluation en s'appuyant sur un vaste réseau de partenaires. Lorsqu'ils fixent le cadre de la politique nationale, les gouvernements peuvent choisir d'attribuer des rôles bien définis à d'autres acteurs tout en protégeant l'intérêt public et en évitant les conflits d'intérêts.**

## Mise en œuvre de la politique

22. La politique définie peut être mise en œuvre par différentes méthodes. L'une d'elles est l'adoption de dispositions légales qui rendent la mise en œuvre et l'observation des règles juridiquement contraignantes. Une autre approche est l'autoréglementation par l'industrie, qui couvre des secteurs entiers de l'industrie, comme par exemple celui de la publicité, et qui peut être indépendante de la réglementation gouvernementale. Cette démarche peut toutefois être imposée d'une certaine manière par l'État, qui peut par exemple fixer des objectifs et en surveiller la bonne observation au moyen d'indicateurs clés. D'autres approches comprennent différents mécanismes de coréglementation associant dispositions légales, autorégulation et/ou initiatives volontaires de l'industrie, lesquelles peuvent aussi bien s'inscrire dans un cadre imposé par l'État que n'avoir aucune base officielle. Les gouvernements ou les organes mandatés par eux peuvent aussi publier ou appliquer des directives.

## RECOMMANDATION 7

**Compte tenu des ressources disponibles, des avantages escomptés et de la charge imposée à l'ensemble des acteurs concernés, les Etats Membres devraient étudier l'approche la plus efficace pour réduire la commercialisation auprès des enfants d'aliments à haute teneur en graisses saturées, en acides gras *trans*, en sucres libres ou en sel. L'approche retenue devrait s'inscrire dans un cadre général mis au point pour atteindre les objectifs de la politique.**

23. Les Etats Membres qui imposent des restrictions sur certains ou sur tous les aspects de la commercialisation d'aliments à haute teneur en graisses saturées, en acides gras *trans*, en sucres libres ou en sel destinés aux enfants doivent veiller à ce que les restrictions imposées au plan national s'appliquent aussi aux stratégies commerciales impulsées sur leur territoire qui vont toucher d'autres pays (flux sortant). Dans de nombreux pays, les effets des stratégies commerciales importées d'autres pays (flux entrant) peuvent être aussi importants que ceux de la commercialisation organisée localement. Dans ce type de situation, l'action menée au niveau national doit prendre en compte non seulement la commercialisation orchestrée sur place, mais aussi celle qui provient d'autres pays, en tenant compte des obligations internationales de l'Etat Membre concerné. Dans ce cas, une collaboration internationale efficace est indispensable pour que l'action menée au niveau national ait un réel impact.

## RECOMMANDATION 8

**Les Etats Membres devraient coopérer à la mise en place des moyens nécessaires pour réduire l'impact de la commercialisation transfrontières (flux entrant et sortant) d'aliments à haute teneur en graisses saturées, en acides gras *trans*, en sucres libres ou en sel destinés aux enfants, afin que la politique nationale adoptée ait le plus fort impact possible.**

24. Indépendamment de toutes les autres mesures prises pour mettre en œuvre une politique nationale, les parties prenantes du secteur privé devraient être encouragées à suivre des pratiques commerciales compatibles avec les buts et objectifs politiques énoncés dans les présentes recommandations et à les appliquer partout dans le monde pour que les enfants jouissent partout du même niveau de considération et pour éviter de compromettre les efforts entrepris pour encadrer la commercialisation dans des pays qui subissent les effets de stratégies commerciales échauffées au delà de leurs frontières.

25. La société civile, les organisations non gouvernementales et les chercheurs des milieux universitaires ont la capacité de contribuer à la mise en œuvre de la politique en aidant au renforcement des capacités, en menant une action de plaidoyer et en apportant leurs compétences techniques.

## RECOMMANDATION 9

**Le cadre politique mis en place devrait prévoir des mécanismes d'exécution et des systèmes pour en contrôler la bonne application. À cet égard, le cadre politique devrait notamment définir clairement les sanctions applicables et pourrait inclure aussi un système pour le dépôt de plaintes.**

# Surveillance et évaluation de la politique

26. La surveillance est un système qui permet de recueillir et d'étayer des informations sur le point de savoir si la politique remplit ses objectifs. L'évaluation est également importante, car elle mesure l'impact des buts et objectifs fixés. Il peut être nécessaire d'utiliser des méthodes différentes pour la surveillance et pour l'évaluation, afin de maximiser l'efficacité et d'éviter les conflits d'intérêts.

27. Le cadre politique devrait comprendre un ensemble minimum d'indicateurs de processus et de résultats, définir clairement les rôles et confier les activités et mécanismes de surveillance et d'évaluation à des parties entre lesquelles il n'existe pas de conflit d'intérêts. Les indicateurs doivent être spécifiques, quantitatifs et mesurables à l'aide d'instruments à la fois validés et fiables.

28. La surveillance de la politique devrait se faire au moyen d'indicateurs pertinents mesurant les effets de celle-ci sur la réalisation de l'objectif visé (par exemple réduire l'exposition au message commercial et sa force).

29. Pour évaluer une réduction de l'*exposition*, on peut par exemple mesurer le volume des communications commerciales (ou des dépenses consacrées aux messages commerciaux) concernant des aliments à haute teneur en graisses saturées, en acides gras *trans*, en sucres libres ou en sel qui s'adressent aux enfants. Cela peut être fait en calculant le nombre de publicités destinées aux enfants portant sur des aliments à forte teneur en graisses saturées, en acides gras *trans*, en sucres libres ou en sel, qui passent à la télévision sur une période de 24 heures.

## RECOMMANDATION 10

**Tous les cadres politiques devraient comporter un système de surveillance pour s'assurer, au moyen d'indicateurs clairement définis, que les objectifs fixés dans la politique nationale sont respectés.**

30. Pour évaluer la réduction de la *force* du message, on peut mesurer par exemple la fréquence avec laquelle telle ou telle technique est utilisée. Cela peut être fait en calculant le nombre de publicités à l'intention des enfants diffusées à la télévision sur une période de 24 heures pour des aliments à haute teneur en graisses saturées, en acides gras *trans*, en sucres libres ou en sel, qui utilisent des personnages créés par les annonceurs ou font appel à des célébrités, ou qui emploient d'autres techniques spécialement attirantes pour les enfants.

31. Les informations recueillies au moyen de la surveillance peuvent être utilisées : i) pour aider à faire respecter la réglementation ; ii) pour rendre compte publiquement de son observation ; iii) pour aider à affiner et à améliorer la politique ; et iv) pour contribuer à l'évaluation de la politique.

32. L'évaluation de la politique doit se faire au moyen d'indicateurs spécifiques qui mesurent les effets de la politique sur le but général recherché (c'est-à-dire la réduction de l'impact). Les indicateurs devraient aussi permettre de déterminer si les enfants sont directement ou indirectement exposés à des messages commerciaux destinés à d'autres publics ou à d'autres médias.

33. Pour évaluer une réduction de l'*impact*, on peut par exemple mesurer les évolutions du pourcentage des ventes ou des parts de marché correspondant aux aliments à forte teneur en graisses saturées, en acides gras *trans*, en sucres libres ou en sel ; et mesurer les modifications intervenues dans les modes de consommation des enfants sous l'influence de la politique.

34. L'évaluation devrait idéalement se faire en utilisant comme base de référence des données rassemblées dans un premier temps pour permettre d'établir l'impact réel de la politique.

## Recherche

35. Les études mondiales ont montré que la plupart des données factuelles dont on dispose jusqu'ici proviennent de pays à revenu élevé. De nombreux Etats Membres n'ont pas de données nationales ni de travaux de recherche leur permettant de mesurer l'étendue, la nature et les effets de la commercialisation d'aliments destinés aux enfants. Or ce type de recherche peut être utile pour informer tous ceux qui sont chargés de mettre en œuvre et de faire respecter la politique dans un contexte national.

## RECOMMANDATION 11

**Les cadres politiques devraient également comporter un système pour évaluer l'impact et l'efficacité de la politique par rapport au but général recherché, à l'aide d'indicateurs clairement définis.**

## RECOMMANDATION 12

**Les Etats Membres sont encouragés à recenser les informations existantes sur l'étendue, la nature et les effets de la commercialisation d'aliments destinés aux enfants dans leur pays. Ils sont aussi encouragés à soutenir de nouvelles recherches dans ce domaine, en particulier la recherche axée sur la mise en œuvre et l'évaluation de politiques visant à réduire l'impact sur les enfants de la commercialisation d'aliments à haute teneur en graisses saturées, en acides gras *trans*, en sucres libres ou en sel.**

# Résolution de la Soixante-Troisième Assemblée mondiale de la Santé Adoptée 21 Mai 2010

## WHA63.14 Commercialisation des aliments et des boissons non alcoolisées destinés aux enfants

La Soixante-Troisième Assemblée mondiale de la Santé,

Ayant examiné le rapport intitulé « Lutte contre les maladies non transmissibles : mise en œuvre de la Stratégie mondiale » et l'ensemble de recommandations qui lui est annexé sur la commercialisation des aliments et des boissons non alcoolisées destinés aux enfants ;<sup>1</sup>

Rappelant les résolutions WHA53.17 sur la lutte contre les maladies non transmissibles et WHA60.23 sur la lutte contre les maladies non transmissibles : mise en œuvre de la Stratégie mondiale ;

Réaffirmant sa volonté d'agir contre deux des principaux facteurs de risque de maladies non transmissibles, à savoir une mauvaise alimentation et la sédentarité, par la mise en œuvre de la Stratégie mondiale pour l'alimentation, l'exercice physique et la santé adoptée par l'Assemblée de la Santé en 2004 (résolution WHA57.17), et le Plan d'action pour la Stratégie mondiale de lutte contre les maladies non transmissibles,<sup>2</sup> approuvé par l'Assemblée de la Santé en 2008 (résolution WHA61.14) ;

Profondément préoccupée par la prévalence élevée et croissante des maladies non transmissibles dans les pays à revenus faible et intermédiaire qui, conjuguées aux maladies transmissibles touchant encore les pauvres, contribuent à une double charge de morbidité, laquelle a de graves répercussions sur la réduction de la pauvreté et le développement économique et accroît les écarts de santé entre les pays et à l'intérieur des pays ;

Profondément préoccupée également par le fait qu'en 2010, selon les estimations, plus de 42 millions d'enfants de moins de cinq ans seront en surpoids ou obèses, dont près de 35 millions dans les pays en développement, et préoccupée

aussi par l'augmentation rapide de la prévalence de l'obésité de l'enfant dans la plus grande partie du monde ;

Reconnaissant qu'une mauvaise alimentation est l'un des principaux facteurs de risque de maladies non transmissibles et que les risques qu'elle présente commencent dès l'enfance et augmentent tout au long de la vie ;

Reconnaissant également qu'une mauvaise alimentation est associée au surpoids et à l'obésité et que les enfants devraient garder un poids sain et consommer des aliments pauvres en graisses saturées, en acides gras *trans*, en sucres libres ou en sel afin de réduire les risques futurs de maladies non transmissibles ;

Consciente des recherches montrant que la publicité pour les aliments destinés aux enfants est largement répandue et que d'autres formes de commercialisation des aliments destinés aux enfants sont monnaie courante dans le monde entier ;

Reconnaissant qu'une part importante de cette commercialisation porte sur des aliments à forte teneur en graisses, en sucres ou en sel et que la publicité à la télévision influence les préférences alimentaires des enfants, les demandes d'achat et les modes de consommation ;

Reconnaissant les mesures prises jusqu'ici par des segments du secteur privé pour réduire la commercialisation des aliments et des boissons non alcoolisées destinés aux enfants, tout en notant l'importance d'un suivi indépendant et transparent des engagements pris par le secteur privé aux niveaux national et mondial ;

Reconnaissant que certains Etats Membres ont déjà adopté des lois et des politiques nationales sur la commercialisation

<sup>1</sup> Document A63/12.

<sup>2</sup> Document WHA61/2008/REC/1, annexe 3.

des aliments et des boissons non alcoolisées destinés aux enfants ;

1. APPROUVE l'ensemble de recommandations sur la commercialisation des aliments et des boissons non alcoolisées destinés aux enfants :

2. INVITE INSTAMMENT les Etats Membres :

(1) à prendre les mesures voulues pour mettre en œuvre les recommandations sur la commercialisation des aliments et des boissons non alcoolisées destinés aux enfants, tout en tenant compte des lois et des politiques existantes, selon qu'il conviendra ;

(2) à définir l'approche politique qui conviendra le mieux compte tenu de la situation nationale et à élaborer de nouvelles politiques et/ou à renforcer les politiques visant à réduire les effets de la commercialisation d'aliments riches en graisses saturées, en acides gras *trans*, en sucres libres ou en sel sur les enfants ;

(3) à mettre en place un système de suivi et d'évaluation de la mise en œuvre des recommandations sur la commercialisation des aliments et des boissons non alcoolisées destinés aux enfants ;

(4) à prendre des mesures énergiques pour instaurer une collaboration intergouvernementale visant à réduire les effets de la commercialisation transfrontières ;

(5) à coopérer avec la société civile et avec les acteurs publics et privés à la mise en œuvre de l'ensemble de recommandations sur la commercialisation des aliments et des boissons non alcoolisées destinés aux enfants afin de réduire les effets de cette commercialisation tout en évitant les conflits d'intérêts potentiels ;

3. PRIE le Directeur général :

(1) d'apporter aux Etats Membres qui le demanderont une assistance technique pour la mise en œuvre de l'ensemble de recommandations sur la commercialisation

des aliments et des boissons non alcoolisées destinés aux enfants et pour le suivi et l'évaluation de leur mise en œuvre ;

(2) d'appuyer les réseaux régionaux existants et, le cas échéant, de faciliter la mise en place de nouveaux réseaux, pour renforcer la coopération internationale visant à réduire les effets de la commercialisation d'aliments riches en graisses saturées, en acides gras *trans*, en sucres libres ou en sel sur les enfants ;

(3) de coopérer avec la société civile et avec les acteurs publics et privés à la mise en œuvre de l'ensemble de recommandations afin de réduire les effets de la commercialisation des aliments et des boissons non alcoolisées destinés aux enfants, tout en évitant les conflits d'intérêts potentiels ;

(4) de renforcer la coopération internationale avec d'autres organisations et organismes intergouvernementaux internationaux pour promouvoir la mise en œuvre, par les Etats Membres, des recommandations sur la commercialisation des aliments et des boissons non alcoolisées destinés aux enfants ;

(5) d'utiliser les méthodes existantes pour évaluer le Plan d'action pour la Stratégie mondiale de lutte contre les maladies non transmissibles afin d'assurer le suivi des politiques de commercialisation des aliments et des boissons non alcoolisées destinés aux enfants ;

(6) de faire rapport à la Soixante-Cinquième Assemblée mondiale de la Santé, par l'intermédiaire du Conseil exécutif, sur la mise en œuvre de l'ensemble de recommandations sur la commercialisation des aliments et des boissons non alcoolisées destinés aux enfants dans le cadre du rapport sur la mise en œuvre de la Stratégie mondiale de lutte contre les maladies non transmissibles et du Plan d'action pour la Stratégie mondiale de lutte contre les maladies non transmissibles.

(Huitième séance plénière, 21 mai 2010 –  
Commission A, quatrième rapport)





ENSEMBLE DE RECOMMANDATIONS  
SUR LA COMMERCIALISATION DES ALIMENTS  
ET DES BOISSONS NON ALCOOLISÉES  
DESTINÉS AUX ENFANTS

9 789242 500219



Organisation  
mondiale de la Santé