

Lausanne, le 17 mai 2013

## Communiqué de presse

**Marketing et malbouffe des enfants: deux invités de marque à l'OMS**

# Ronald McDonald et Tony le Tigre cherchent un nouveau job

**La prochaine Assemblée mondiale de la Santé, organe législatif de l'OMS, se réunit à Genève à partir du 20 mai 2013. Consumers International sensibilisera les délégués au problème de la malbouffe des enfants: les mascottes de McDonald's et de Kellogg's se repentent et distribueront leur CV pour trouver un nouveau job devant l'OMS (de 8h à 8h30) et devant le Palais des Nations (de 9h00 à 10h00).**

Après des années à vendre des hamburgers, des frites et des «sucréales» de petit déjeuner aux enfants du monde entier, Ronald McDonald et Tony, le Tigre de Frosties, arrivent à Genève à l'Assemblée mondiale de la Santé. Ils souhaitent s'excuser de leur passé et débiter une nouvelle carrière. Les délégués et le public pourront leur suggérer des reconversions via Twitter [#jobs4RonandTony](#).

La campagne, organisée par Consumers International, la voix mondiale des associations de consommateurs et El Poder del Consumidor, l'association mexicaine, appelle les pays à bannir les publicités pour les aliments trop riches en graisses, en sucre et en sel destinés aux enfants.

En 2010, plus de 42 millions d'enfants de moins de cinq ans souffraient de surcharge pondérale ou d'obésité et ces chiffres dramatiques n'ont fait qu'augmenter. L'OMS a alors publié des recommandations pour limiter la commercialisation des aliments et des boissons non équilibrés qui leur sont destinés.

Cette année, les Etats membres de l'OMS vont débattre d'un plan d'action pour enrayer les maladies non transmissibles; la lutte contre l'obésité passe inévitablement par une limitation du marketing destiné aux enfants.

La FRC soutient l'action de Consumers International, car ses enquêtes ont montré que les enfants suisses sont également trop exposés à la « junkfood » ([frc.ch/enfants-malbouffe](http://frc.ch/enfants-malbouffe)):

- Plus de 80% des aliments destinés aux enfants sont trop riches en sucre, en graisse ou en sel
- En Suisse, un enfant voit en moyenne 2100 publicités alimentaires à la TV par année, dont plus de 80% pour des fastfoods, des friandises ou des snacks
- 89% des caisses de supermarché sont garnies de sucreries et autres friandises accessibles aux mains des petits enfants

Informations complémentaires: Anna Glayzer (anglophone), Consumer International: +44 79 584 25 622  
Barbara Pfenniger, FRC: [b.pfenniger@frc.ch](mailto:b.pfenniger@frc.ch) ou 021 331 00 90

Active depuis 1959 dans la défense des consommateurs, la Fédération romande des consommateurs (FRC) est une association sans but lucratif, libre de toute influence.  
La FRC n'est pas un service de l'État, mais une organisation privée, reconnue d'utilité publique, qui vit essentiellement des cotisations et des dons de ses adhérents.

Consumers International ([www.consumersinternational.org](http://www.consumersinternational.org)) est la fédération internationale des organisations de consommateurs avec plus de 240 membres dans 115 pays. En 2008, CI a lancé des recommandations pour le marketing destiné aux enfants (<http://www.consumersinternational.org/news-and-media/resource-zone/recommendations-for-an-international-code-on-marketing-of-foods-and-non-alcoholic-beverages-to-children#.UZXwJoLvdZE> )

El Poder del Consumidor ([www.elpoderdelconsumidor.org](http://www.elpoderdelconsumidor.org) ) est une association de consommateurs Mexicaine membre de CI. Elle fait partie d'une alliance de lutte contre l'obésité au Mexique. En mars 2013, l'alliance a organisé l'arrestation de Ronald, de Tony et de leurs confrères à Mexico city : <http://consint.info/MexicoArrest>

Le plan d'action de l'OMS pour la prévention et le contrôle des maladies non contagieuses sera débattu par les états membres à l'OMS lors de la session qui se tiendra du 20 au 28 mai 2013. L'ébauche du projet de l'OMS : <http://bit.ly/hRLgvZ>