



Deutsch

Entwurf zur freiwilligen Selbstregulierung im Bereich der Kinderwerbung – Mai 2026

Altersgrenze	Kinder unter 13 Jahren
Betroffene Produkte und Kriterien	Basis ist das Ernährungsprofil der WHO Europa und die entsprechenden Produktkategorien.
Geltungsbereich	<p>A. Lebensräume:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Verbot in schulischen Einrichtungen<ol style="list-style-type: none">a) Vorschuleinrichtungenb) Grundschulenc) Sekundarschulen2. Verbot in sensiblen öffentlichen Räumen<ol style="list-style-type: none">a) In einem Umkreis von 100 Metern um die Haupteingänge der unter Punkt A.1 genannten Einrichtungen. * Werbemassnahmen in Geschäften des Detailhandels bleiben zulässig (z. B. Werbung für eine Wochenaktion für Schokolade in einem Geschäft in der Nähe einer Schule). <p>B. Veranstaltungen für Kinder:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Werbeverbot bei Sport-, Kultur- und Freizeitveranstaltungen, die von den in Punkt A.1 genannten Einrichtungen organisiert werden.2. Verbot der Verteilung von Produktmustern im Rahmen öffentlicher Sport-, Kultur- oder Freizeitveranstaltungen, die sich hauptsächlich an Kinder unter 13 Jahren richten. <p>C. Medien und digitale Plattformen:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Fernsehen, Radio und audiovisuelle Medien<ol style="list-style-type: none">a) Verbot 30 Minuten vor und nach Sendungen, die sich überwiegend an Kinder richten;b) Verbot während Fernsehsendungen, bei denen mindestens 30 % der Zuschauer unter 13 Jahre alt sind;c) Verbot während der Werbepausen im Zusammenhang mit diesen Sendungen.2. Kino<ol style="list-style-type: none">a) Verbot bei Vorführungen von Filmen, die für Kinder unter 13 Jahren freigegeben sind.3. Publikationen für Minderjährige<ol style="list-style-type: none">a) Verbot in Zeitschriften, Zeitungen oder redaktionellen Inhalten, die für Kinder unter 13 Jahren bestimmt sind.

	<p>4. Digitale Umgebung:</p> <p>a) Verbot auf Websites, in sozialen Netzwerken und auf digitalen Plattformen, deren Inhalte hauptsächlich für Kinder unter 13 Jahren bestimmt sind.</p> <p>b) Verbot in mobilen Apps, die sich an ein Publikum unter 13 Jahren richten, einschliesslich Online-Spielplattformen.</p> <p>Die folgenden Fälle stellen Ausnahmen dar und fallen nicht in den Anwendungsbereich:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Das Sponsoring von Sport-, Kultur- oder Freizeitveranstaltungen, die sich hauptsächlich an Kinder unter 13 Jahren richten. Die Verteilung von Produktmustern ist in diesem Zusammenhang jedoch nicht zulässig (siehe Punkt B.2. oben).
Controlling und Monitoring	<p>Option 1: Unabhängige Kontrolle und Überwachung, organisiert und finanziert durch den Bund</p> <p>Option 2: System der öffentlichen Meldung</p>
Zusammenarbeit mit dem Bund	<p>Das BLV ist für die Festlegung des Rahmens, die Finanzierung des Monitorings und die Organisation eines regelmässigen Austauschs zwischen den Beteiligten zuständig.</p>
Sanktionen bei Nichteinhaltung	<p>Bei Nichteinhaltung wird als erstes eine nicht öffentliche Benachrichtigung an das betroffene Unternehmen geschickt, um korrigierende Massnahmen einzuleiten. Mögliche Szenarien bei wiederholten Verstössen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • öffentliche Bekanntmachung • Ausschluss aus der Vereinbarung
Laufzeit	<p>Implementierungsphase: freiwillige Verpflichtung für eine Dauer von 4 Jahren (2027–2030)</p> <p>Konsolidierungsphase: Verlängerung um 4 Jahre (2031–2034)</p>

Français

Proposition autorégulation volontaire en matière de publicité pour les enfants

Limite d'âge	Enfants âgés de moins de 13 ans.
Produits concernés et critères	Le profil nutritionnel de l'OMS Europe et les catégories de produits correspondantes est appliqué.
Champ d'application	<p>A. Les espaces physiques :</p> <ol style="list-style-type: none">1. Interdiction dans les établissements scolaires<ol style="list-style-type: none">a) Etablissements préscolairesb) Etablissements d'enseignement primairec) Etablissements d'enseignement secondaire2. Interdiction dans les espaces publics sensibles<ol style="list-style-type: none">a) Dans un rayon de 100 mètres autour des accès principaux des établissements mentionnés ci-dessus au point A.1. *Les dispositifs publicitaires dans les commerces de détail reste autorisées (ex : publicité pour une action de la semaine pour du chocolat dans un magasin à proximité d'une école). <p>B. Les événements destinés aux enfants :</p> <ol style="list-style-type: none">1. Interdiction de la publicité lors d'activités sportives, culturelles et récréatives organisées par les entités visées au point A.1.2. Interdiction de la distribution d'échantillons dans le cadre de manifestations sportives, culturelles ou récréatives publics destinées principalement à des enfants de moins de 13 ans. <p>C. Les médias et espaces numériques :</p> <ol style="list-style-type: none">1. Télévision, radio et audiovisuel<ol style="list-style-type: none">a) Interdiction 30 minutes avant et après les programmes destinés majoritairement aux enfants ;b) Interdiction pendant les programmes télévisés dont au moins 30% de l'audience est composée de personnes âgées de moins de 13 ans ;c) Interdiction pendant les pauses publicitaires associées à ces programmes.

	<p>2. Cinéma a) Interdiction dans les projections de films classés pour les moins de 13 ans.</p> <p>3. Publications destinées aux mineurs a) Interdiction dans les magazines, journaux ou contenus éditoriaux destinés au moins de 13 ans.</p> <p>4. Environnement numérique : a) Interdiction sur les sites internet, réseaux sociaux et plateformes numériques dont le contenu est principalement destiné aux moins de 13 ans. b) Interdiction sur les applications mobiles visant un public de moins de 13 ans, y compris les plateformes de jeux en ligne.</p> <p>Les situations suivantes font exception et ne rentrent pas dans le champ d'application :</p> <ul style="list-style-type: none"> Le sponsoring de manifestations sportives, culturelles ou récréatives destinées principalement à des enfants de moins de 13 ans. La distribution d'échantillons de produits n'est toutefois pas autorisée dans ce contexte (voir pt. B.2. ci-dessus).
Contrôle et surveillance	<p>Option 1 : contrôle et surveillance indépendant, organisé et financé par la Confédération</p> <p>Option 2 : système de dénonciation publique</p>
Coopération avec la Confédération	L'OSAV est responsable de la définition du cadre, du financement du monitoring et de l'organisation d'échanges réguliers entre les parties prenantes.
Sanctions en cas de non-respect	<p>En cas de non-respect, un avis confidentiel est d'abord envoyé à l'entreprise concernée afin qu'elle prenne des mesures correctives.</p> <p>Scénarios possibles en cas d'infractions répétées :</p> <ul style="list-style-type: none"> Communication officielle Exclusion de l'accord
Durée	<p>Phase d'implémentation : engagement volontaire pour une durée de 4 ans (2027-2030)</p> <p>Phase de consolidation : renouvellement pour une durée de 4 ans (2031-2034)</p>