

Malbouffe et santé des enfants

14 septembre 2023

Nouvelle enquête Foodwatch

Nous illustrons dans cette enquête la surexposition des enfants au marketing et à la publicité des produits trop gras, trop sucrés, trop salés et surtout démontrons par l'exemple de l'EU Pledge que les engagements volontaires des industriels sont inefficaces pour les protéger : **86% des produits commercialisés pour les enfants analysés dans notre enquête sont déséquilibrés pour la santé des enfants et ne devraient pas faire l'objet de marketing et / ou de publicité les ciblant.**

Voici notre [rapport d'enquête](#)

Mobilisation citoyenne - Partageons la [pétition en ligne](#) le plus largement possible