

INSPQ INSTITUT NATIONAL
DE SANTÉ PUBLIQUE
DU QUÉBEC

Centre d'expertise
et de référence

santé recherche
évaluation centre d'expertise et de référence
promotion de sa

Pratiques de l'industrie agroalimentaire dans la lutte contre l'obésité: enjeux de santé publique

Yves G. Jalbert, Ph.D. - Équipe Nutrition, Activité Physique
et problèmes reliés au Poids

JASP mercredi 26 novembre 2014
Centre des congrès de Québec, Québec

www.inspq.qc.ca

microbiologie: pro
santé et prévention des traumatismes
recherche santé au t
Institut national
de santé publique
Québec

Au Canada...

En 2013, des financements de l'industrie agroalimentaire soulèvent des questionnements au sein des acteurs de la santé publique:

- *Canadian Obesity Network* – colloque de 2013, présence de commanditaires dont:
 - Dairy Farmer's of Canada (\$30,000)
 - McDonald's (\$10,000)
 - Coca-Cola (\$10,000)
 - Food and Consumer Products of Canada (\$10,000)
 - Canadian Beverage Association (\$5,000).
- Diabète Québec, reçoit \$50 000 de la Fondation Coca-Cola
- *ParticipAction*, renouvellement du partenariat avec Coca-Cola - 1 million \$ par an pour 5 autres années

Ailleurs dans le monde...

- OMS – le directeur général Margaret Chan (2013) dénonce l'interférence de l'industrie dans la promotion de modes de vie sains.
- Australie et Nouvelle-Zélande – Swinburn et Wood (2013) dénoncent le rôle joué par l'industrie dans le développement de politiques publiques dans la lutte à l'obésité.
- IASO (*World Obesity Federation*) – se questionne sur le rôle de l'industrie (2013).
- Présence au sein de l'industrie de mesures volontaires et codes de conduite (États-Unis, France, Angleterre, Roumanie, Espagne).

Lutte contre l'obésité: débat public

- débat politique, économique, scientifique et communautaire sur le rôle de l'industrie agroalimentaire dans la lutte contre l'obésité.

Lutte contre l'obésité: débat public

- aucune ligne directrice claire
- aucune structure de gouvernance claire

...afin de guider les organisations de santé publique dans leur prise de décision sur les opportunités et les modalités de participer de manière efficace et efficiente avec l'industrie agroalimentaire (source: 17).

Plan de présentation

Objectifs de la présentation

Les intervenants de l'industrie agroalimentaire

Logique de l'industrie agroalimentaire

Stratégies utilisées par l'industrie pour imposer leurs vues en matière de prescription de santé

Logique de la santé publique

Santé publique et industrie agroalimentaire: objectifs communs?

Analyse critique de la littérature scientifique

Préoccupations des acteurs de santé publique

Objectifs de la présentation

- Mieux connaître les stratégies employées par l'industrie agroalimentaire en matière de lutte contre l'obésité.
- Discuter des éléments à considérer pour guider d'éventuelles collaborations avec l'industrie agroalimentaire.

Intervenants du secteur de l'agroalimentaire

- **on va de la PME à la corporation multinationale**
- cultivateurs, producteurs et groupements de producteurs;
- transformateurs, distributeurs, fournisseurs;
- commerces alimentaires (traiteurs) et de la restauration, franchiseurs, détaillants et leurs associations;
- annonceurs et publicitaires de produits alimentaires, entreprises de relations publiques et industrie des publications spécialisées.

Grandes multinationales en alimentation

Source : Joki Gauthier pour Oxfam (2012) Pour plus d'informations sur cette figure et pour la consulter en ligne, rendez-vous sur www.behindthebrands.org



9

Logique de l'industrie agroalimentaire

Par exemple, en 2012, dans le rapport annuel du *Securities and Exchange Act of 1934 (Form 10-K)* – *The Coca Cola Company*

Dans la rubrique – Facteurs de risque (page 11)...on apprend que l'obésité et d'autres problèmes de santé peuvent réduire la demande de certains produits

**UNITED STATES
SECURITIES AND EXCHANGE COMMISSION
FORM 10-K**

ANNUAL REPORT PURSUANT TO SECTION 13 OR 15(d) OF THE SECURITIES EXCHANGE ACT OF 1934
For the fiscal year ended December 31, 2012

OR

TRANSITION REPORT PURSUANT TO SECTION 13 OR 15(d) OF THE SECURITIES EXCHANGE ACT OF 1934
For the transition period from _____ to _____
Commission File No. 001-02111

The Coca-Cola Company
(Exact name of Registrant as specified in its charter)

DELAWARE 06-025862
(State or other jurisdiction of incorporation or organization) (ISS Employer Identification No.)

One Coca-Cola Plaza 3013
(Address of principal executive offices) (Zip Code)

Registrant's telephone number, including area code: (864) 676-2121

Securities registered pursuant to Section 12(b) of the Act:
COMMON STOCK, \$0.25 PAR VALUE NEW YORK STOCK EXCHANGE
Securities registered pursuant to Section 12(g) of the Act: None

Indicate by check mark if the Registrant is a well-known seasoned issuer, as defined in Rule 405 of the Securities Act. Yes No

Indicate by check mark if the Registrant is not required to file reports pursuant to Section 13 or 15(d) of the Exchange Act. Yes No

Indicate by check mark whether the Registrant (1) has filed all reports required to be filed by Section 13 or 15(d) of the Securities Exchange Act of 1934 during the preceding 12 months and (2) has been subject to such filing requirements for the past 90 days. Yes No

Indicate by check mark whether the Registrant has submitted electronically and posted on its corporate Web site, if any, every Interactive Data File required to be submitted and posted pursuant to Rule 405 of Regulation S-K (173.405 of this chapter) during the preceding 12 months (or for such shorter period that the Registrant was required to submit and post such files). Yes No

Indicate by check mark if disclosure of delinquent filers pursuant to Item 405 of Regulation S-K (173.405 of this chapter) is not contained herein, and will not be contained, to the best of Registrant's knowledge, in definitive proxy or information statements incorporated by reference in Part III of this Form 10-K or any amendment to this Form 10-K.

Indicate by check mark whether the Registrant is a large accelerated filer, an accelerated filer, a non-accelerated filer, or a smaller reporting company. See the definitions of "large accelerated filer," "accelerated filer" and "smaller reporting company" in Rule 12b-2 of the Exchange Act. (Check one):
Large accelerated filer Accelerated filer Non-accelerated filer Smaller reporting company
(Do not check if a smaller reporting company)

Indicate by check mark if the Registrant is a shell company (as defined in Rule 12b-2 of the Exchange Act). Yes No

The aggregate market value of the common equity held by non-affiliates of the Registrant (assuming for these purposes, but without encoding, that all executive officers and Directors are "affiliates" of the Registrant) as of June 30, 2012, the last business day of the Registrant's most recently completed second fiscal quarter, was \$167,103,061,631 (based on the closing sale price of the Registrant's Common Stock on that date as reported on the New York Stock Exchange).
The number of shares outstanding of the Registrant's Common Stock as of February 25, 2013, was 4,656,717,896.

DOCUMENTS INCORPORATED BY REFERENCE

Portions of the Company's Proxy Statement for the Annual Meeting of Shareowners to be held on April 24, 2013, are incorporated by reference in Part III.

Institut national
de santé publique
Québec

10

Logique de l'industrie agroalimentaire

- **La maximisation du profit**

- Plus précisément *The Coca Cola Company* informe le gouvernement américain que:
 - 1) les pressions émanant de la population, des professionnels de la santé publique et des responsables gouvernementaux qui sont très préoccupés des conséquences de l'obésité sur la santé et particulièrement auprès des jeunes;
 - 2) et toutes les actions mises en place pour réduire ou éliminer la consommation de boissons sucrées

...peuvent réduire la demande ou augmenter le coût des boissons sucrées et cela pourraient avoir une incidence défavorable sur les profits.

Principaux moteurs de la pratique commerciale

(source: 25)

- assurer un retour aux actionnaires ou investisseurs;
- susciter la demande des consommateurs;
- répondre au prix des matières premières;
- répondre aux activités de commercialisation de ses concurrents;
- se promouvoir dans les médias;
- se protéger en cas de poursuites judiciaires;
- faire du lobbying pour des réglementations favorables.

Stratégies de l'industrie agroalimentaire pour faire face à la menace

- L'industrie agroalimentaire insiste sur le fait qu'elle peut jouer un rôle important dans le changement des habitudes alimentaires sans la réglementation ou les restrictions du gouvernement.

Stratégies utilisées par l'industrie agroalimentaire

(sources: 1, 2, 6, 8, 10, 11, 12, 15, 17, 18, 19, 22, 23, 24, 26, 27, 28, 29, 31, 32, 35, 36, 37, 38, 40, 41, 42, 43, 47)

Formation continue:

- Sponsoriser des conférences et des meetings professionnels
- Production et diffusion de matériel pédagogique
- Production de lignes directrices
- Proposer des cours crédités à des professionnels de la santé

Stratégies utilisées par l'industrie agroalimentaire

Production scientifique:

- Cooptation d'experts en identifiant les leaders d'opinion, en les engageant comme consultants ou conseillers, ou en leur donnant des fonds
- Consultation de professionnels de la santé publique
- Utilisation d'écrivains anonymes
- Financement d'études dont les conclusions sont en faveur de l'industrie
- Financement de groupes de réflexion (*think tanks*)
- Création d'institut de recherche se présentant comme scientifiquement indépendant
- Réalisation d'études et sondages
- Interdiction de publier des résultats sans l'accord formel du sponsor

Stratégies utilisées par l'industrie agroalimentaire

Distorsion de la science:

- Soulever le doute dans la population et les médias
- Détourner l'attention des effets sur la santé de leurs produits ou pratiques à d'autres questions
- Utiliser la désinformation
- Réutilisation des messages issus de la santé publique

Stratégies utilisées par l'industrie agroalimentaire



Marketing:

- Utilisation de personnalités pour la promotion de leurs produits
- Publicité/partenariat dans les journaux d'association
- Parrainage d'événements sportifs et culturels
- Utilisation de groupes paravents
- Utilisation de publicité indirecte afin de contourner les lois (placement publicitaire)
- Arrimage de l'image du produit ou de marque avec des valeurs et des émotions humaines

Stratégies utilisées par l'industrie agroalimentaire



Influence politique:

- Infiltration des universités, des conseils d'administration, des médias et des agences législatives
- Phénomène des portes tournantes – serviteurs de l'État d'aujourd'hui peuvent être lobbyistes de demain et vice et versa
- Ciblage de groupe de consommateurs
- Création d'association de consommateurs
- Don et financement à des organismes communautaires

Stratégies utilisées par l'industrie agroalimentaire

Influence politique (suite):

- Versements occultes (campagnes électorales)
- Pressions sur les élus
- Lobbying pour obtenir un avantage concurrentiel, éviter ou minimiser la réglementation ou la taxation
- Participation à titre de délégué dans la prise de décision ou au processus d'établissement de normes afin d'affaiblir les standards
- Lobbying pour réduire les budgets publics destinés aux scientifiques, aux politiques et aux activités de réglementation

Stratégies utilisées par l'industrie agroalimentaire

Relations publiques:

- Accent sur la responsabilisation individuelle du consommateur, la modération, la liberté de choix et le plaisir
- Utilisation de l'argument « gouvernement » c. « liberté individuelle et liberté civile »
- Critiques diffamatoires - défenseurs et scientifiques de la santé présentés comme les « policiers de la santé » ou des « fascistes »
- Embauche d'une firme de relation publique afin de promouvoir une image corporative favorable
- Utilisation de tactiques de responsabilisation sociale des entreprises

Stratégies utilisées par l'industrie agroalimentaire



Tactiques financières:

- Contribuer au financement d'organisations communautaires afin de créer la dépendance, recruter des alliés et influencer ou manipuler les agendas organisationnels
- Établir ou financer des fondations qui soutiennent l'agenda de l'industrie plutôt que de financer des priorités déterminées à travers un processus démocratique
- Externaliser le plus de coûts possibles

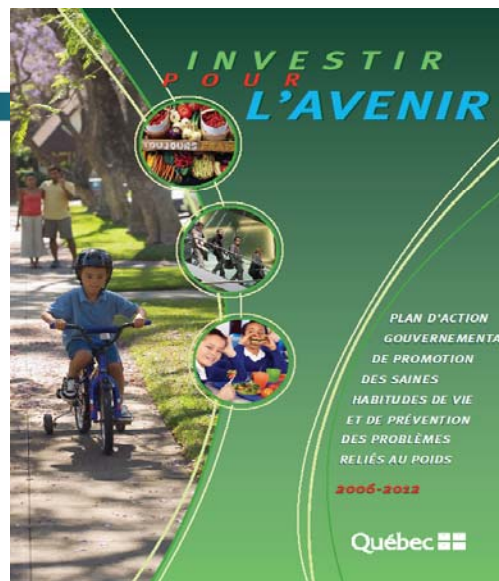
Stratégies utilisées par l'industrie agroalimentaire



Autodiscipline et utilisation de tactiques légales:

- Autorégulation, codes de conduite, mesures volontaires
- Exploitation des failles présentes dans les lois afin de les contourner

Logique de la santé publique



Institut national
de santé publique
Québec

23

Logique de la santé publique

Approche écologique intégrant des interventions ciblant les individus et les environnements

Plan d'action gouvernemental de promotion des saines habitudes de vie et de prévention des problèmes reliés au poids 2006-2012 (PAG):

- promouvoir et soutenir le développement d'environnements favorables à l'adoption de saines habitudes alimentaires au sein de la population

Institut national
de santé publique
Québec

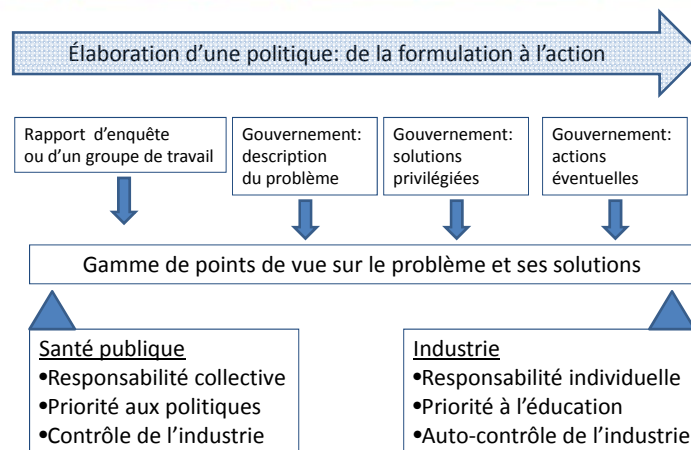
24

Actions du PAG sur les environnements alimentaires

- transformer les milieux de vie afin de faciliter les choix alimentaires sains.
- influencer les activités de l'industrie agroalimentaire (production, transformation et distribution alimentaires):
 - mobiliser les entreprises agroalimentaires pour la production et la distribution d'aliments qui répondent aux besoins et exigences de la population et qui satisfont aux critères d'une saine alimentation.
- favoriser la sécurité alimentaire de la population.

Santé publique et industrie agroalimentaire: vision différente du problème de l'obésité

(source : 43)



Santé publique et industrie agroalimentaire: vision différente du problème de l'obésité

Santé publique	Industrie agroalimentaire
Approche populationnelle	Approche axée sur les jeunes
Perspective communautaire	Perspective individuelle
Favoriser la saine alimentation	Favoriser l'achat d'aliments et boissons
<p>Limiter la consommation d'aliments et boissons riche en calories, lipides, sucre et sel (GAC, Santé Canada)</p> <p>(favorise les aliments de haute valeur nutritive, conseille la population à manger moins et plus sainement)</p>	<p>Manger plus</p> <p>(responsabilité légale de faire du profit et de le retourner aux investisseurs) (source: 26)</p>
Favorise le mode de vie physiquement actif	Favorise la pratique d'activité physique
(en lien avec la saine alimentation)	(en lien avec des aliments ou boissons « récompenses » et leur stratégie pour prétendre que l'obésité est liée à l'inactivité physique (source: 36))

27

Constats de mesures volontaires ou coercitives

Initiatives	Constats
Angleterre – The public health responsibility deal (étiquetage des calories, réduction du sel et retrait des gras trans)	les engagements volontaires de l'industrie agroalimentaire sont dénoncés par plusieurs organisations de consommateurs et chercheurs comme étant peu efficaces (sources: 7, 44)
France – Référentiel pour les chartes d'engagements volontaires de progrès nutritionnel (interventions sur la composition nutritionnelle des produits et la demande des consommateurs)	les engagements volontaires de l'industrie alimentaire auraient abouti à de modestes réductions des apports moyens en sucre, sodium, lipides et acides gras saturés (source: 32)
Autorégulation ou codes de conduites par l'industrie agroalimentaire sur la publicité d'aliments et de boissons à haute teneur énergétique faite auprès des enfants	les revues de l'OMS et d'autres travaux récents sur l'étendue des pratiques de marketing alimentaire ciblant les enfants émettent de sérieuses réserves sur l'efficacité de telles mesures (sources: 35, 46)
Taxation des boissons sucrées et aliments problématiques	peu de pays ont réussi à mettre en place une telle taxe à cause des fortes pressions de l'industrie (source: 33)

Institut national
de santé publique
Québec

28

Parallèle avec l'industrie du tabac, de l'alcool et de l'alimentation

Ces trois industries blâment le consommateur et leurs choix individuels pour tous les effets nocifs sur la santé résultant de la consommation (source: 29).

Analyse critique de la littérature scientifique

Trois types de discours différents dans la littérature grise et scientifique:

- positions de défense des intérêts de la santé publique;
- positions mitigées à l'égard de l'industrie;
- positions plus ouvertes à l'égard de l'industrie.

Préoccupations des acteurs de la santé publique

Doit-on collaborer avec l'industrie? Si oui...

- Comment faire l'analyse des risques et bénéfices liés à la collaboration/partenariat avec l'industrie agroalimentaire?
- Quelles mesures doivent être mises en place afin de préserver l'indépendance et la crédibilité des acteurs de santé publique?

Références

1. BERGERON, Henri , Patrick CASTEL et Étienne NOUGUEZ (2011/2). « Un entrepreneur privé de politique publique » La lutte contre l'obésité, entre santé publique et intérêt privé, *Revue française de science politique*, 61: 201-229.
2. BES-RASTROLLO, Maria, Mathias B. SCHULZE, Miguel RUIZ-CANELA, Miguel A. MARTINEZ-GONZALEZ (2013). Financial conflicts of interests and reporting bias regarding the association between sugar-sweetened beverages and weight gain: a systematic review of systematic reviews, *Plos Medicine*, 10(12): e1001578.
3. BILODEAU, Angèle, Solange LAPIERRE et Yolande MARCHAND (2003). Le partenariat comment ça marche?, Régie régionale de la Santé et des Services sociaux de Montréal-Centre.
4. BINKS, M. (2014). Judge the science, not the funding source, *International Journal of Obesity*, 38: 625.
5. BRODY, Howard (2011). Clarifying conflict of interest, *The American Journal of Bioethics*, 11(1): 23-28.
6. BROWNELL, Kelly, D. et Kenneth E. WARNER (2009). The perils of ignoring history: Big Tobacco played dirty and millions died. How similar is Big Food?, *The Milbank Quarterly*, 87(1): 259-294.
7. BUTTRISS, Judith L. (2013). Food reformulation: the challenges to the food industry, *Proceeding of the Nutrition Society*, 72: 61-69.
8. CAMPBELL, Norm, Kevin J. WILLIS, Gavin ARTHUR, Bill JEFFERY, Helen LEE ROBERTSON et Diane L. LORENZETTI (2013). Federal government food policy committees and the financial interests of the food sector, *Open Medicine*, 7(4): e107.
9. Department of Health (2011). *The public health responsibility deal* (www.dh.gov.uk/publications).

Références (suite)

11. DORFMAN, Lori, Andrew CHEYNE, Lissy C. FRIEDMAN, Asiya WALUD et Mark GOTLIEB (2012). Soda and tobacco industry corporate social responsibility campaigns: how do they compare?, *PLoS Medicine*, 9(6): e1001241
12. FEHN, Jada J. (2012). The assault on bad food: tobacco-style litigation as an element of the comprehensive scheme to fight obesity, *Food and Drug Law Journal*, 67(1): 65-81
13. FULPONI, Linda (2009). Initiatives des pouvoirs publics concernant l'alimentation, la santé et la nutrition, Éditions OCDE. doi: 10.1787/5kmmx4f6dvg-fr
14. FREEDHOFF, Yoni et Paul C. HÉBERT (2011). Partnerships between health organizations and the food industry risk derailing public health nutrition, *CMAJ*, 183(3): 291-292.
15. GASSIN, Anne-Laure (2001). Helping to promote healthy diets and lifestyles: the role of the food industry, *Public Health Nutrition*, 4(64):1445-1450.
16. Haute Autorité de Santé (2013). *Guide des déclarations d'intérêts et de gestion des conflits d'intérêts*.
17. HAWKES, Corinna et Ken BUSE (2011). Public health sector and food industry interaction: it's time to clarify the term 'partnership' and be honest about underlying interests, *European Journal of Public Health*, 21(4): 400-403.
18. HAWKES, Corinna et Ken BUSE (2012). Public-private engagement for diet and health: addressing the governance gap, *SCN NEWS #39*
http://www.unscn.org/files/Publications/SCN_News/SCNNEWS39_10.01_low_def.pdf.

Références (suite)

19. *Healthy People and Communities – Steering Committee Multi-Sectoral Partnership Task Group (2013). Discussion paper: Public-private partnerships with the food industry (document non diffusé pour le moment).*
20. IASO (2013). *Obesity and non-communicable diseases: learning from international experiences, High-level summary meeting report* (http://www.worldobesity.org/site_media/uploads/iaso_preventingobesity_meetingsummary.pdf)
21. Institut de recherche en santé du Canada (2007). *Politique en matière d'éthique pour les partenariats avec le secteur privé à but lucratif*, Ottawa, Rapport final.
22. JENKIN, G. L., L. SIGNAL et G. THOMSON (2011). Framing obesity: the framing contest between industry and public health at the New Zealand inquiry into obesity, *Obesity Review*, 12: 1022-1030.
23. KRAAK, Vivica I., Boyd SWINBURN, Mark LAWRENCE et Paul HARRISON (2014). An accountability framework to promote healthy food environments, *Public Health Nutrition*, 1-17.
24. LESSER, Leonard I., Cara B. EBBELING, Merrill GOOZNER, David WYPIJ et David S. LUDWIG (2007). Relationship between funding source and conclusion among nutrition-related scientific articles, *PLoS Medicine*, 4(1): e5.
25. LOBTEIN, Tim et Hannah BRINDEN (2014). Symposium report: the prevention of obesity and NCDs: challenges and opportunities for governments, *Obesity Review*, doi: 10.1111/obr.12193.
26. LUDWIG, David S. et Marion NESTLE (2008). Can the food industry play a constructive role in the obesity epidemic?, *Journal of American Medical Association*, 300(15): 1808-1810.
27. MARKS, Jonathan H. et Donald B. THOMPSON (2011). Shifting the focus: conflict of interest and the food industry, *The American Journal of Bioethics*, 11(1): 44-46.


Références (suite)

28. MCCAMBRIDGE, Jim, Ben HAWKINS et Chris HOLDEN (2013). Industry use of evidence to influence alcohol policy: a case study of submission to 2008 Scottish government consultation, *PLoS Medicine*, 10(4): e1001431.
29. MILLER, David et Claire Harkins (2010). Corporate strategy, corporate capture: food and alcohol industry lobbying and public health, *Critical Social Policy*, 30(4): 564-589.
30. Ministère des Affaires sociales et de la Santé (2013). Référentiel pour les chartes d'engagements volontaires de progrès nutritionnel proposées par des entreprises du secteur alimentaire dans le cadre du programme national nutrition santé
31. MOODIE, Rob, David STUCKLER, Carlos MENTEIRO, Nick SHERON, Bruce NEAL, Thaksaphon THAMARANGSI, Paul LINCOLN et Sally CASSWELL (2013). Profits and pandemics: prevention of harmful effects of tobacco, alcohol, and ultra-processed food and drink industries, *The Lancet*, 381(9867): 670-679.
32. Oqali (2013). *Étude d'impact des chartes d'engagements volontaires de progrès nutritionnel sur les volumes de nutriments mis sur le marché – Étude actualisée.*
33. Promotion Santé Suisse (2013). *Boissons sucrées et poids corporel chez les enfants et les adolescents – État actuel des connaissances scientifiques et recommandations.*
34. ROBINSON, Claire, Nina HOLLAND, David LELOUP et Hans MUIJLIERMAN (2013). Conflicts of interest at the European Food Safety Authority erode public confidence, *Journal of Epidemiological Community Health*, 67(9): 717-720.
35. RONIT, K. et J.D. JENSEN (2014). Obesity and industry self-regulation of food and beverage marketing: a literature review, *European Journal of Clinical Nutrition*, 1-7.
36. de Sá, Thiago Hérick (2014). Can Coca Cola promote physical activity?, *The Lancet*, 383: 2041.

Références (suite)

37. SCHREMPF, Judith (2014). A social connection approach to corporate responsibility: the case of the fast-food industry and obesity, *Business & Society*, 53(2):300-332.
38. SHARMA, Lisa L., Stephen P. Teret et Kelly D. Brownell (2010). The food industry and self-regulation: standards to promote success and avoid public health failures, *American Journal of Public Health*, 100(2): 240-246.
39. SIMON, Michele (2006). Can food companies be trusted to self-regulate? An analysis of corporate lobbying and deception to undermine children's health, 39, *Loyola of Los Angeles Review* 169 (<http://digitalcommons.lmu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2511&context=llr>)
40. SIMON, Michele (2013). *Are America's nutrition professionals in the pocket of Big Food?*, Eat Drink Politics.
41. STEIER, Gabriela (2012). *Dead people don't eat: food governmenteconomics and conflicts-of-interest in the USDA and FDA*, Duquesne University School of Law.
42. STUCKLER, David, Sanjay BASU et Martin MCKEE (2011). Global health philanthropy and institutional relationships: how should conflicts of interest be addresses?, *PLoS Medicine*, 8(4):e1001020.
43. SWINBURN, B. et A. WOOD (2013). Progress on obesity prevention over 20 years in Australia and New Zealand, *Obesity Review*, 14 (Supplement 2): 60-68.
44. Which? (2012). A taste for change? *Food companies assessed for action to enable healthier choices*, Consumer Report.

Références (suite)

- 
44. World Health Organization (2000). *Guidelines on working with the private sector to achieve health outcomes*, 107th Session, Provisional agenda item 8.3.
46. World Health Organization (2013). *Marketing of foods high in fat, salt and sugar to children: update 2012-2013*.
47. YANAMADALA, Swati, Marie A. BRAGG, Christina A. ROBERTO et Kelly BROWNELL (2012). Food industry front groups and conflicts of interest: the case of Americans against food taxes, *Public Health Nutrition*, 15(8): 1331-1332