

commission du codex alimentarius



ORGANISATION DES NATIONS
UNIES POUR L'ALIMENTATION
ET L'AGRICULTURE

ORGANISATION
MONDIALE
DE LA SANTÉ



BUREAU CONJOINT: Viale delle Terme di Caracalla 00100 ROME Tél: +39 06 57051 www.codexalimentarius.net Email: codex@fao.org Facsimile: 39 06 5705 4593

POINT 8 DE L'ORDRE DU JOUR

CX/FL 05/33/10-ADD.2

F

PROGRAMME MIXTE FAO/OMS SUR LES NORMES ALIMENTAIRES

**COMITÉ DU CODEX SUR L'ÉTIQUETAGE DES DENRÉES ALIMENTAIRES
TRENTE-TROISIÈME SESSION
KOTA KINABALU (MALAISIE), 9 – 13 MAI 2005**

**DOCUMENT DE DISCUSSION SUR LA PUBLICITÉ
(CL 2004/54-FL)**

OBSERVATIONS DES GOUVERNEMENTS

OBSERVATIONS DE :

COMMUNAUTE EUROPEENNE (EC)

DOCUMENT DE DISCUSSION SUR LA PUBLICITÉ (CL 2004/54-FL)**OBSERVATIONS DES GOUVERNEMENTS****COMMUNAUTÉ EUROPÉENNE (EC) :**

La Communauté européenne accueille favorablement le document de discussion sur la publicité (CL 2004/54-FL) préparé par le Canada.

La Communauté européenne estime qu'il serait utile de convenir d'une définition de la publicité intégrant les allégations pour les étapes subséquentes du Projet de directives pour l'emploi des allégations relatives à la nutrition et à la santé. Le document de discussion sur la publicité proposé par le Canada constitue un début proactif dans le processus qui aboutira à cette définition.

Concernant les définitions existantes de la publicité, la Communauté européenne propose la définition suivante au CCFL : *« publicité » désigne toute représentation de quelque forme que ce soit en rapport avec un commerce, une entreprise, un métier ou une profession afin de promouvoir la fourniture de biens ou de services, y compris les immeubles, les droits et les obligations.*

La Communauté européenne estime que la publicité constitue un aspect essentiel à prendre en compte dans le traitement des allégations dont les aliments sont l'objet. Comme il est souvent dit dans le document de discussion, la raison pour laquelle les consommateurs sont induits en erreur se trouve dans certains cas plus probablement dans la publicité que dans l'étiquetage.

La Communauté européenne rappelle que la publicité fait clairement partie du domaine de compétence du CCFL étant donné que le mandat de ce comité dit : *« (d) étudier les problèmes en rapport avec la publicité des denrées alimentaires, en accordant une attention particulière aux allégations et aux descriptions pouvant induire en erreur. »*¹

¹ Manuel de procédure (14^e édition) – p. 118 (version anglaise)