

comisión del codex alimentarius



ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES
UNIDAS PARA LA AGRICULTURA
Y LA ALIMENTACIÓN

ORGANIZACIÓN
MUNDIAL
DE LA SALUD



OFICINA CONJUNTA: Viale delle Terme di Caracalla 00100 ROMA Tel: 39 06 57051 www.codexalimentarius.net Email: codex@fao.org Facsimile: 39 06 5705 4593

TEMA N°. 8 DEL PROGRAMA

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

S

PROGRAMA CONJUNTO FAO/OMS SOBRE NORMAS ALIMENTARIAS

**COMITÉ DEL CODEX SOBRE ETIQUETAO DE ALIMENTOS
TRIGÉSIMO TERCERA SESIÓN
KOTA KINABALU, MALAYSIA, 9 AL 13 DE MAYO DE 2005**

**DOCUMENTO DE DISCUSIÓN SOBRE LA PUBLICIDAD
(CL 2004/54-FL)**

COMENTARIOS DE LOS GOBIERNOS

COMENTARIOS DE:

COMUNIDAD EUROPEA

DOCUMENTO DE DISCUSIÓN SOBRE LA PUBLICIDAD (CL 2004/54-FL)

COMENTARIOS DE LOS GOBIERNOS

COMUNIDAD EUROPEA:

La Comunidad Europea acoge con beneplácito el Documento de Discusión sobre la Publicidad, CL 2004/54-FL, preparado por Canadá.

La Comunidad Europea considera que sería útil acordar una definición de publicidad en relación a las declaraciones de propiedades durante los siguientes pasos del Anteproyecto de Directrices para el Uso de Declaraciones de Propiedades Nutricionales y Saludables. El documento de discusión sobre la publicidad, propuesto por Canadá, constituye un inicio proactivo en el proceso que llevará a dicha definición.

Respecto a las definiciones existentes de publicidad, la Comunidad Europea sugiere la siguiente definición al CCFL: *“publicidad” significa el realizar una representación, en cualquier forma, en conexión a un comercio, negocio, oficio o profesión con el propósito de promover el suministro de bienes o servicios, incluyendo propiedades inmuebles, derechos y obligaciones.*

La Comunidad Europea considera la publicidad como un aspecto esencial cuando se manejan las declaraciones de propiedades que se realizan respecto a los alimentos. Como se hace notar en el documento de discusión, se indica a menudo que en algunos casos, el engaño al consumidor podría originarse más probablemente de la publicidad que del etiquetado en sí.

La Comunidad Europea hace recordar que la publicidad cae claramente dentro del mandato de la CCFL, como lo mencionan los términos de referencia actuales para este Comité: *“(d) estudiar problemas asociados con la publicidad de los alimentos con referencia particular a las declaraciones de propiedades y descripciones engañosas.”*¹

¹ Procedural Manual (14th edition) – p. 118