



PROGRAMME MIXTE FAO/OMS SUR LES NORMES ALIMENTAIRES
COMITÉ DU CODEX SUR L'ÉTIQUETAGE DES DENRÉES ALIMENTAIRES

Quarante-cinquième session

Ottawa, Ontario, Canada
13-17 mai 2019

DOCUMENT DE DISCUSSION SUR LES VENTES PAR INTERNET/CYBERCOMMERC

(Préparé par le Royaume-Uni, le Chili, le Ghana, l'Inde et le Japon)

1. INTRODUCTION

Lors de la 44^e session du Comité du Codex sur l'étiquetage des denrées alimentaires (CCFL44), il a été convenu que le Royaume-Uni, avec l'assistance du Chili, du Ghana, de l'Inde et du Japon, élaborerait un document de travail sur les ventes par Internet/cybercommerce identifiées comme un sujet pouvant faire l'objet de nouveaux travaux du CCFL, au même titre que cinq autres (REP18/FL, paragraphe 56). En particulier, « *Innovation – utilisation de la technologie dans l'étiquetage des denrées alimentaires* » a également été identifié comme un sujet de discussion, indiquant un intérêt plus large pour les questions actuelles et émergentes dans le domaine de l'étiquetage alimentaire.

Le présent document présente et analyse les réponses reçues des membres et des observateurs du Codex après envoi de la lettre circulaire (CL) 2018/24-FL (publiée en avril 2018) qui a été distribuée à la suite du CCFL44. L'annexe 1 de la lettre circulaire demandait des informations au moyen d'une série de questions spécifiques aux ventes par Internet/cybercommerce. Les réponses à l'annexe 1 ont servi à alimenter le présent document de travail.

Le présent document a en outre pour objet d'aider le CCFL à déterminer si de nouveaux travaux du Codex devraient être entrepris pour couvrir l'étiquetage des aliments dans un environnement de ventes par Internet/cybercommerce (c.-à-d. l'étiquetage des aliments qui sont vendus en ligne).

2. CONTEXTE

Les ventes par Internet/cybercommerce constituent une plate-forme en pleine croissance pour la vente de produits alimentaires. Aux fins du présent document de travail, le terme « *ventes par Internet* »/« *cybercommerce* » désigne les transactions alimentaires commerciales effectuées par voie électronique sur Internet.

2.1 Annexe 1 du CL 2018/24-FL

Au total, 22 réponses ont été reçues à l'Annexe 1 de la lettre circulaire (voir l'Annexe 1 pour la liste complète des réponses) : 17 des membres du Codex, 1 d'une organisation membre du Codex, l'Union européenne (UE), et 4 des observateurs du Codex.

Le questionnaire de l'annexe 1 se composait de 12 questions, qui couvraient :

- Pratiques nationales en matière de ventes par Internet/cybercommerce
- Pratiques internationales en matière de vente par Internet/cybercommerce
- Questions que le CCFL doit aborder
- Informations à demander avant/au moment de la livraison
- Pertinence de considérer les aliments non préemballés (c.-à-d. les aliments en vrac) dans le cadre des futurs travaux de ventes par Internet/cybercommerce
- Ventes d'aliments par Internet en proportion de l'ensemble des ventes d'aliments
- Ventes par Internet de produits alimentaires par-delà les frontières internationales
- Modèles d'affaires pour la vente d'aliments en ligne

2.2 Recherche de base et informations fournies par certains partenaires de rédaction

2.2.1 Données européennes

Les données de l'UE montrent que 69 % des internautes de l'UE ont acheté en 2018 des biens divers en ligne, tandis que des acheteurs ont effectué des achats en ligne dans d'autres pays de l'UE auprès de vendeurs à raison de 33 %, contre 26 % en 2013. Les données montrent également que 24 % de ceux qui ont effectué des achats en ligne avaient acheté de la nourriture ou des produits d'épicerie pour usage privé en 2017¹.

L'utilisation d'Internet pour acheter des biens augmente chaque année. Au Royaume-Uni, la valeur marchande des achats d'épicerie en ligne devrait passer de 11 306 millions de livres en 2017 à 19 615 millions de livres en 2022. Ce montant représente 6,7 % de toutes les ventes au détail de produits alimentaires en 2017².

2.2.2 Données japonaises

Selon une étude menée par le ministère de l'Économie, du Commerce et de l'Industrie du Japon, le volume et la valeur des ventes par Internet/cybercommerce s'élèvent à 11,6 milliards de dollars, ce qui représente 2 % de toutes les ventes alimentaires³.

2.2.3 Données chiliennes

Les données fournies par le Chili montrent qu'au premier semestre 2018, le secteur des supermarchés et de l'alimentation au Chili a enregistré une augmentation réelle significative de 109,5 % de ses ventes sur Internet par rapport à l'augmentation enregistrée par cette catégorie au premier semestre de 2017 (34,9 %). Ces données concernent l'ensemble des ventes des supermarchés en ligne et non seulement des aliments.

Cette catégorie a affiché une forte tendance positive au cours des deux dernières années, influencée principalement par les ventes en ligne dans les supermarchés. Ce phénomène est dû à l'émergence de nouvelles plates-formes numériques dans le secteur⁴.

2.3 La Norme générale pour l'étiquetage des denrées alimentaires préemballées (NGÉDAP) (CXS 1-1985).

Le champ d'application de la NGÉDAP (paragraphe 1) s'applique actuellement « à l'étiquetage de toutes les denrées alimentaires préemballées offertes comme telles au consommateur ou destinées à la restauration collective, ainsi qu'à certains aspects touchant à leur présentation. »

Les principes généraux de la NGÉDAP sont les suivants :

3.1 L'étiquette apposée sur les denrées préemballées ne devra pas décrire ou présenter le produit de façon fautive, trompeuse, mensongère ou susceptible de créer d'une façon quelconque une impression erronée au sujet de sa nature véritable.

3.2 Les denrées préemballées ne devront pas être décrites ou présentées sur l'étiquette ou dans l'étiquetage par des mots, des images, ou de toute autre façon se référant ou faisant allusion directement ou indirectement à un autre produit avec lequel elles pourraient être confondues, ou d'une manière qui laisse à penser à l'acquéreur ou au consommateur que l'aliment est apparenté avec cet autre produit.

Les aliments préemballés vendus en ligne font donc partie du champ d'application. Cela dit, il n'y a pas de paragraphes dans la NGÉDAP qui traitent spécifiquement de l'étiquetage des aliments vendus par le biais des ventes par Internet/cybercommerce ni de la façon dont l'information sur les aliments devrait être fournie au consommateur ou à quel moment. Par conséquent, on peut considérer qu'il n'est pas nécessaire que les informations sur les denrées alimentaires soient divulguées au point de vente sur Internet.

3. RÉGLEMENTATION EN VIGUEUR

3.1 Réglementation internationale sur l'étiquetage des produits alimentaires vendus en ligne

La majorité des répondants ont indiqué qu'ils n'étaient pas au courant des lignes directrices internationales existantes. Aucune référence n'a été faite à une réglementation internationale portant spécifiquement sur les

¹ Eurostat (2018). *E-commerce statistics for individuals*.

² Mintel (2018). *Online grocery retailing: UK*.

³ Japan's Consumer Affairs Agency (2016). *Report of the Panel to Discuss the Future Information Provision in Internet Sales of Foods*.

⁴ Chamber of Commerce, Chile (2018). *Commercial Internet sales by credit and debit card in Chile in the first half of 2018*.

ventes par Internet/cybercommerce. Certains pays ont toutefois rappelé le règlement (Union européenne) n° 1169/2011, en particulier l'article 14 qui précise les dispositions relatives à la vente à distance.

L'article 14 du Règlement 1169/2011 de l'UE dispose ce qui suit :

- « 1. Sans préjudice des informations requises en vertu de l'article 9, pour les denrées alimentaires préemballées proposées à la vente au moyen d'une technique de communication à distance :
- (a) les informations obligatoires sur les denrées alimentaires, à l'exception des mentions prévues à l'article 9, paragraphe 1, point f), sont fournies avant la conclusion de l'achat et figurent sur le support de la vente à distance ou sont transmises par tout autre moyen approprié clairement précisé par l'exploitant du secteur alimentaire. Lorsque d'autres moyens appropriés sont utilisés, les informations obligatoires sur les denrées alimentaires sont fournies sans que l'exploitant du secteur alimentaire puisse imputer de frais supplémentaires aux consommateurs ;
- (b) toutes les mentions obligatoires sont fournies au moment de la livraison.
2. Dans le cas des denrées alimentaires non préemballées proposées à la vente au moyen d'une technique de communication à distance, les mentions requises en vertu de l'article 44 sont fournies conformément au paragraphe 1 du présent article.
3. Le paragraphe 1, point a), ne s'applique pas aux denrées alimentaires proposées à la vente au moyen de distributeurs automatiques ou de locaux commerciaux automatisés. »

Par conséquent :

- Toutes les indications obligatoires doivent être disponibles avant la conclusion de l'achat, à l'exception de la date de durabilité minimale (« date de péremption ») ou de la « date limite de consommation » [point (f) de l'article 9 (1)].
- Conformément à l'article 44 (visé à l'article 14, point 2), dans le cas des denrées alimentaires non préemballées, quel que soit le mode de vente, la seule exigence d'étiquetage obligatoire est l'information sur les allergènes, sauf si les États membres de l'UE adoptent des mesures nationales exigeant la fourniture de certaines ou de toutes autres indications obligatoires.

3.2 Réglementations obligatoires

Certains Membres et une Organisation Membre ont répondu qu'ils disposent de réglementations spécifiques aux ventes par Internet/cybercommerce et à l'étiquetage des denrées alimentaires.

Tableau 1 : Réglementations obligatoires pour les aliments préemballés par pays/région

Pays/Région	Réglementation	Aperçu
Algérie	Article 5 du décret exécutif n° 13-378	Les dispositions relatives à la vente à distance des denrées alimentaires exigent que les informations obligatoires prévues par le décret n° 13-378, à l'exception de celles qui ont trait à la durée de validité des produits, soient (clairement) fournies avant la conclusion d'un achat. Toutes les informations obligatoires doivent également être fournies au moment de la livraison. Ces dispositions ne s'appliquent pas aux denrées alimentaires mises en vente dans des distributeurs automatiques ou dans des locaux commerciaux automatisés.
UE	Article 14 du Règlement 1169/2011 de l'UE.	Dispositions relatives à la vente à distance. Voir paragraphe 3.1 ci-dessus.
Inde	The Food Safety and Standards (Licensing and Registration of Food Businesses) Regulation, 2011	Conformément à une modification récente (2019), le règlement contient des dispositions relatives aux exploitants du secteur alimentaire du commerce électronique. Les exploitants du secteur alimentaire du commerce électronique sont tenus d'obtenir une licence auprès d'une autorité centrale chargée de l'octroi des licences. Dans le chapitre 1, le commerce électronique est défini comme « l'achat et la vente sur un réseau numérique et électronique ». D'autres définitions, y compris « plate-forme numérique et électronique », « Cybercommerce FBO », « modèle basé sur l'inventaire des FBO de cybercommerce », « modèle basé sur le marché des FBO du cybercommerce », sont également fournies.

		<p>Les informations obligatoires sur les denrées alimentaires sont fournies aux consommateurs sans frais supplémentaires et devraient être disponibles avant que l'achat ne soit conclu.</p> <p>Les FBO qui exposent ou proposent des « aliments préemballés » à la vente sur une plate-forme de ventes par Internet/cybercommerce » de l'aliment préemballé, à l'exclusion du numéro de lot, de la date de péremption, de la date limite de conservation, de la date de fabrication/d'emballage et de la PDM.</p>
Suisse	Directive 817.02	<p>L'article 44 de l'Ordonnance sur les denrées alimentaires et les objets usuels met en évidence les dispositions relatives aux denrées alimentaires proposées au moyen de la technique de communication à distance.</p> <p>Dans le cas de denrées alimentaires préemballées mises en vente au moyen de techniques de communication à distance, toutes les exigences en matière d'étiquetage prévues par la législation sur les denrées alimentaires doivent être respectées, les informations figurant « à l'appui de la vente à distance », ou être mises gratuitement à disposition par d'autres moyens doivent être clairement indiqués.</p> <p>Cette mention exclut la date indiquant la durée de conservation et le numéro de lot des marchandises. Toutes les informations obligatoires en vertu de la loi sur les denrées alimentaires, y compris la date indiquant la durée de conservation et le numéro de lot, doivent être fournies au moment de la livraison des marchandises.</p> <p>Ces exigences ne s'appliquent pas aux denrées alimentaires proposées à la vente au moyen de distributeurs automatiques.</p>

Il semble que la plupart des règlements obligatoires pour les aliments préemballés vendus en ligne n'exigent pas que tous les renseignements habituels sur l'étiquetage obligatoire soient requis avant la conclusion d'une vente. Les principales exceptions sont le marquage de la date (« date de péremption » et « date limite de consommation ») et le numéro de lot.

De nombreuses réponses ont fourni des informations sur les réglementations qui concernent généralement la protection des consommateurs en ligne, mais sans exigences spécifiques en ce qui concerne l'étiquetage des denrées alimentaires.

Par exemple, au Brésil, le décret n° 7.962/2013 dispose que les sites Web électroniques (et autres moyens électroniques) utilisés pour offrir ou conclure un contrat de consommation doivent fournir les informations suivantes à un endroit bien apparent et bien visible :

- (a) Nom de l'entreprise et numéro d'enregistrement du fournisseur, le cas échéant.
- (b) Adresse physique et électronique, ainsi que toute autre information nécessaire à sa localisation et à son contact.
- (c) Caractéristiques essentielles du produit ou du service, y compris leurs risques pour la santé et la sécurité.
- (d) Discrimination dans le prix de toutes dépenses supplémentaires, telles que la livraison ou l'assurance.
- (e) Toutes les conditions de l'offre, y compris les modes de paiement, la disponibilité, la forme et le délai d'exécution du service, la livraison ou la disponibilité du produit.
- (f) Toute restriction quant à la satisfaction de l'offre.

Enfin, il convient de noter que certaines des réglementations existantes mises en évidence par le présent document s'appliquent à toutes les ventes « éloignées » ou « à distance » par opposition aux ventes en ligne qui ne sont que l'une des méthodes de vente à distance. Dans une réponse, il a été noté que les travaux futurs du CCFL devraient envisager les ventes par Internet/cybercommerce en même temps que toutes les autres formes de vente à distance afin de garantir que les aliments vendus par catalogue, par exemple, entrent dans le champ d'application du texte qui sera élaboré. Toutefois, la tâche confiée au Groupe de rédaction du CCFL44 ne concerne que les ventes par Internet/cybercommerce.

3.3 Pratique volontaire

Une réponse indiquait une sensibilisation aux pratiques volontaires dirigées par l'industrie, comme le fait de fournir en ligne de l'information sur l'étiquetage qui n'est pas actuellement exigée par la loi. Il s'agissait toutefois d'une information anecdotique et aucun autre détail n'a été fourni.

Le gouvernement japonais, en coordination avec des représentants de l'industrie et des universitaires, a élaboré un rapport détaillé en décembre 2016 pour « Discuter de la disposition future de l'information dans la vente de produits par Internet ». Le présent rapport offre l'un des aperçus les plus détaillés dans ce domaine à l'heure actuelle. Les principales recommandations du rapport figurent à l'annexe 2.

4. QUESTIONS QUE LE CCFL DOIT ABORDER

La question 3 (Q3) du questionnaire portait sur les questions relatives à la vente d'aliments et aux ventes par Internet/cybercommerce que le CCFL devrait aborder. Cette section présente les principaux thèmes des réponses reçues.

4.1 Absence d'un cadre international cohérent d'orientation pour la vente d'aliments en ligne

La grande majorité des réponses (86 %) ont indiqué que le CCFL devrait entreprendre d'autres travaux pour fournir des orientations internationales sur l'étiquetage des aliments vendus par le biais des ventes par Internet/cybercommerce pour une information plus claire aux consommateurs et entreprises, et pour faciliter des pratiques commerciales équitables. L'absence de telles directives a été soulignée comme une question clé en soi, mais elle est éclairée par d'autres questions (comme indiqué aux paragraphes 4.2 à 4.9 ci-dessous).

Deux autres répondants (9 %) ont indiqué que le Codex devrait d'abord s'occuper de cette question. 1 réponse (5 %) ne comportait pas d'opinion.

La poursuite des travaux et le champ d'application pourraient nécessiter le traitement des questions suivantes, décrites aux points 4.2 à 4.9.

4.2 Informations à fournir aux différents points de vente (par exemple avant la conclusion d'une vente en ligne ou au moment de la livraison)

Trois réponses données à la Q3 ont souligné qu'il convient que le CCFL se penche sur la question de savoir quels renseignements ou étiquettes devraient être fournis par les entreprises avant la conclusion d'une vente en ligne, par opposition aux renseignements fournis au moment de la livraison.

- Six réponses ont indiqué que le CCFL devrait, d'une manière plus générale, préciser les informations obligatoires qui doivent être fournies lorsque des aliments sont vendus en ligne.
- Dans deux réponses, il a été noté que les travaux du CCFL sur le cybercommerce devraient déterminer le moment où les informations relatives au datage et aux numéros de lot doivent être fournies.
- 50 % des répondants ont donc soulevé la question de savoir les informations à fournir au consommateur (et, dans certains cas, à quel stade de la vente) dans le contexte du cybercommerce.

Question 8 posée : Selon vous, pour les aliments préemballés vendus en ligne, quelles informations devraient être fournies au moment de la livraison seulement ?

- La majorité des répondants ont souligné que les exigences en matière d'étiquetage obligatoire ne peuvent pas toutes être respectées avant la conclusion de la vente d'un aliment vendu en ligne. Cette observation était particulièrement fréquente parmi les membres du Codex ayant une législation nationale sur l'étiquetage des aliments vendus en ligne (comme indiqué dans le tableau 1).
- Certains renseignements (p. ex. la date et le numéro de lot) peuvent ne pas être disponibles avant que l'aliment ne soit ramassé pour la livraison ou au moment de la livraison. Par exemple, dans le cas du Règlement (UE) n° 1169/2011 et de ses dispositions relatives à la vente à distance, le marquage de la date (« date de péremption » et « date limite de consommation ») n'a pas besoin d'être fourni avant la conclusion d'une vente à distance.

4.3 Absence de définitions clés

Trois répondants ont indiqué que leur capacité de répondre au questionnaire était entravée par l'absence de définitions uniformes des ventes par Internet/cybercommerce et que le CCFL devait se pencher sur la question fondamentale de l'absence de définitions claires. Deux de ces réponses émanaient d'observateurs du Codex.

En outre, deux réponses ont noté que le CCFL devrait revoir les définitions actuelles du Codex des termes « étiquette » et « étiquetage » afin de les rendre applicables aux aliments vendus en ligne. Des éclaircissements pourraient être nécessaires dans les textes du Codex (à savoir la NGÉDAP) pour tenir compte des nouvelles façons novatrices d'acheter des aliments depuis lors :

- On entend par « Étiquette » toute fiche, marque, image ou autre matière descriptive, écrite, imprimée, poncée, apposée, gravée ou appliquée sur l'emballage d'une denrée alimentaire ou jointe à celui-ci. (*Norme générale pour l'étiquetage des denrées alimentaires préemballées*, CXS 1-1985)
- On entend par « Étiquetage » tout texte écrit ou imprimé ou toute représentation graphique qui figure sur l'étiquette, accompagne le produit ou est placé à proximité de celui-ci pour en promouvoir la vente. (*Norme générale pour l'étiquetage des denrées alimentaires préemballées*, CXS 1-1985)

Une autre solution pour modifier les définitions existantes des termes « étiquette » et « étiquetage » pourrait consister à préciser que, dans le cas des ventes par Internet/cybercommerce, les mêmes informations sur les denrées alimentaires requises sur l'étiquette par la NGÉDAP doivent être fournies en ligne.

L'idée a également été avancée que des éclaircissements devraient être demandés sur divers points d'une vente en ligne, par exemple les termes : « avant la conclusion d'une vente en ligne » et « au moment de la livraison » (voir 4.2).

4.4 Absence d'informations nutritionnelles pour les produits alimentaires en ligne

Certaines répondants (18 %) ont souligné les problèmes liés à l'accès à l'information nutritionnelle concernant les produits alimentaires vendus en ligne. Certains ont souligné que les allégations faites au regard des produits alimentaires ont un impact direct et souvent décisif sur le choix des consommateurs — par exemple, en particulier dans le secteur des aliments santé et de la nutrition sportive. Il est important que les mêmes normes s'appliquent aux produits annoncés et vendus en ligne qu'à ceux offerts en magasin. Par exemple, les exigences des *Directives concernant l'étiquetage nutritionnel* (CXG 2-1985) devraient être respectées.

4.5 Normes de santé et de sécurité pour les aliments vendus en ligne

Les préoccupations en matière de santé et de sécurité concernant les aliments vendus en ligne ont été exprimées implicitement dans la plupart des réponses, et explicitement dans 18 % des réponses à la Q3. Ces réponses suggèrent que l'absence de directives internationales sur l'étiquetage des aliments dans le contexte des ventes par Internet/cybercommerce pourrait créer des risques pour la santé et la sécurité des consommateurs en raison d'un étiquetage inadéquat et/ou inapproprié des aliments.

- Quatre réponses ont mis en lumière le manque de clarté au niveau international quant aux informations à fournir aux consommateurs qui achètent des aliments en ligne. Ces réponses soulignent que le manque d'information n'assure pas la protection de la santé des consommateurs. Dans une réponse, il a été indiqué que le CCFL devrait évaluer s'il existe des risques liés à la sécurité sanitaire des aliments et à la disponibilité de l'information des consommateurs et, dans l'affirmative, établir des directives générales pour réduire ces risques.
- L'une des réponses concernait l'existence d'une lacune dans les textes du CCFL sur l'étiquetage des aliments non emballés, car les aliments en vrac peuvent contenir des allergènes.

Des préoccupations en matière de santé et de sécurité ont également été soulevées en ce qui concerne le commerce transfrontalier, où il a été souligné qu'il est parfois difficile de savoir à quelles réglementations l'étiquetage du produit doit se conformer, celles du pays où l'aliment est livré au consommateur ou celles de l'origine de l'aliment ou du vendeur.

Le *Document de discussion sur les orientations et les activités futures du CCFL* (CX/FL 17/44/9) indique que les travaux sur les ventes par Internet/cybercommerce devraient examiner les règles relatives aux allégations et à la commercialisation (paragraphe 36). Toutefois, seules deux répondants à la lettre circulaire CL 2018 24— FL ont noté que les travaux sur les ventes par Internet/cybercommerce devraient prendre en compte les allégations faites en ligne.

4.6 Responsabilisation/responsabilité et traçabilité

Les questions de responsabilisation, de traçabilité et de responsabilité ont été soulevées dans 27 % des réponses à la Q3. Les questions soulevées ont été abordées :

- L'authenticité des produits vendus en ligne
- La traçabilité et transparence tout au long de la chaîne d'approvisionnement dans le contexte des ventes par Internet/cybercommerce
- Suggestions selon lesquelles les questions liées à la traçabilité pourraient donner l'occasion de travailler avec d'autres comités (par exemple, le Comité du Codex sur les systèmes d'inspection et de certification des importations et des exportations alimentaires [CCFICS]).

4.7 Prévenir les obstacles au commerce

Plusieurs répondants (32 %) ont souligné l'ambiguïté entourant le commerce transfrontalier des denrées alimentaires ou ont déclaré que le CCFL devrait entreprendre des travaux pour prévenir les obstacles au commerce transfrontalier des denrées alimentaires vendues sur Internet.

Dans une réponse, il a été noté que les travaux du CCFL sur la vente d'aliments par le biais des ventes par Internet/cybercommerce offraient l'occasion de confirmer les réglementations des pays qui constituent le fondement du respect des règles, ainsi que de créer, pour examen, des directives relatives aux juridictions dont les fabricants peuvent tenir compte.

4.8 Mode d'affichage

Un thème récurrent était que l'information doit être claire; 23 % des répondants ont indiqué que les propriétés d'Internet (p. ex., les hyperliens) peuvent être utilisées pour masquer l'accès des consommateurs à l'information.

Certains répondants ont donc recommandé que le CCFL examine ce qui constitue un mode d'affichage approprié pour les exigences en matière d'étiquetage obligatoire des aliments pour les ventes d'aliments par Internet/cybercommerce.

Quelques répondants ont soulevé la question de l'utilisation d'images d'étiquettes pour satisfaire aux exigences en matière d'étiquetage. Souvent, elles ne sont pas claires.

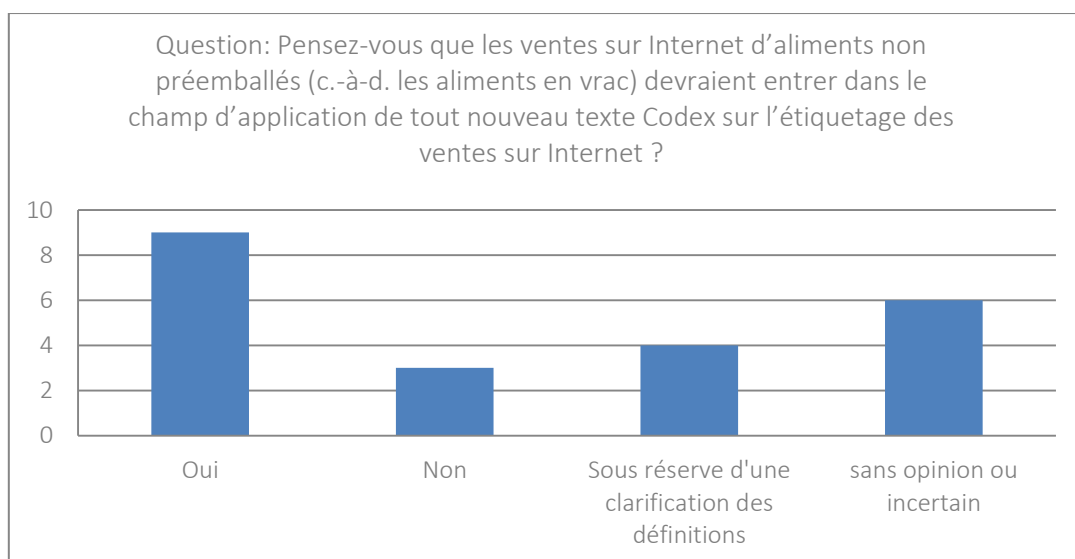
Trois réponses suggèrent que le CCFL devrait prendre en considération les exigences linguistiques en matière d'étiquetage pour les aliments vendus par Internet/cybercommerce à l'échelle internationale. À savoir :

- Langue(s) appropriée(s) fournissant des informations sur les aliments sur l'emballage d'un aliment vendu en ligne et livré à l'étranger.
- La (les) langue(s) appropriée(s) fournissant des informations sur les aliments sur la plate-forme en ligne sur laquelle l'aliment est vendu.

4.9 Étiquetage des denrées alimentaires non préemballées/en vrac

Une réponse à la question Q3 a mis en évidence une lacune dans l'étiquetage des aliments non préemballés/en vrac dans les textes d'étiquetage actuels du Codex. Il s'agit là d'une préoccupation pertinente, car les entreprises vendent souvent des aliments en vrac aux consommateurs (et aux entreprises) par Internet. Le questionnaire posait ensuite la question suivante : « A votre avis, pensez-vous que les ventes sur Internet d'aliments non préemballés (c.-à-d. les aliments en vrac) devraient entrer dans le champ d'application de tout nouveau texte Codex sur l'étiquetage des ventes sur Internet ? » (Question 9). Les réponses sont résumées dans le graphique ci-dessous.

Graphique 1 : Avis sur l'inclusion des aliments en vrac dans le champ d'application d'un nouveau texte Codex



Les raisons invoquées dans les réponses pour inclure les aliments en vrac dans le champ d'application d'un texte du CCFL sur les ventes par Internet/cybercommerce comprennent :

- La justification de l'exemption des aliments en vrac des exigences en matière d'étiquetage (c.-à-d. que le consommateur peut obtenir des renseignements de l'entreprise au moment de la vente) ne s'applique plus en ligne.
- La nécessité d'informer les consommateurs de la présence d'allergènes alimentaires. Par exemple, les confiseries peuvent être vendues en vrac, mais peuvent contenir un ou plusieurs allergènes alimentaires. Dans le cas des denrées alimentaires non préemballées (c'est-à-dire en vrac), le règlement de l'UE n° 1169/2011 relatif à l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires exige au minimum des informations sur les allergènes/substances causant une intolérance.
- La nécessité d'indiquer si les aliments répondent à certains besoins alimentaires (p. ex. végétariens, végétaliens, halal ou casher).

Un répondant a noté que la vente sur Internet d'aliments non préemballés (c.-à-d. les aliments en vrac) pourrait suivre les mêmes lignes directrices pour l'étiquetage obligatoire que pour les contenants non destinés à la vente au détail, et pourrait donc envisager de fournir des renseignements par d'autres moyens que l'étiquette.

Les raisons invoquées pour ne pas inclure les aliments en vrac comprennent :

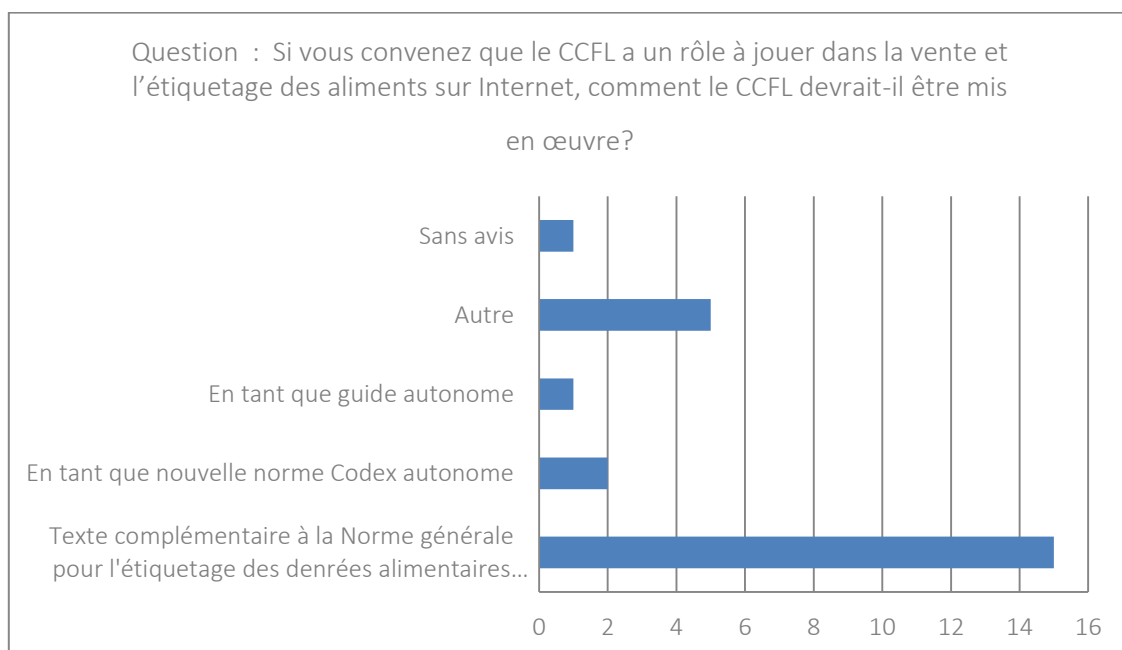
- Les aliments en vrac sont actuellement exemptés des exigences en matière d'étiquetage obligatoire, ne relèvent pas du champ d'application de la NGÉDAP et devraient donc également être exemptés dans le cas des ventes par Internet/cybercommerce.
- À l'heure actuelle, il n'existe pas de définition juridique claire des aliments non préemballés : les aliments en vrac peuvent comprendre des aliments à ingrédient unique (par exemple, les pommes) ou des ingrédients mélangés (p.ex., les confiseries/aliments vendus par une entreprise de restauration).
- Il importe que les dispositions ne créent pas une charge disproportionnée pour les exploitants du secteur alimentaire, et en particulier pour les petites et moyennes entreprises

5. FORMATS POSSIBLES POUR LES FUTURS TRAVAUX DU CODEX

Question 4 : « Si vous convenez que le CCFL a un rôle à jouer dans la vente et l'étiquetage des aliments sur Internet, comment le CCFL devrait-il être mis en œuvre ? »

Les réponses à la Q4 sont résumées dans le graphique ci-dessous. Notez que certains répondants ont choisi plusieurs options (un répondant a choisi soit [I] ou [II] et un répondant a choisi soit [I] ou [III]).

Graphique 2 : Formats préférés pour les futurs travaux du Codex



5.1 Texte complémentaire à la NGÉDAP

La plupart des répondants (68 %) ont exprimé une préférence pour un texte complémentaire à la NGÉDAP. Un thème récurrent a été qu'un texte supplémentaire éviterait d'avoir à élaborer un texte sur tout aspect de l'étiquetage qui a déjà été établi.

Certains ont noté qu'un texte supplémentaire pourrait se manifester sous la forme d'une annexe à la NGÉDAP.

Toutefois, l'idée s'est également dégagée de ces réponses que si de nouveaux travaux démontrent la nécessité de mettre à jour un certain nombre de textes du Codex afin d'inclure les ventes sur Internet dans leur champ d'application, un texte autonome pourrait alors être plus approprié. Les *Directives concernant l'étiquetage nutritionnel* et les *Directives pour l'emploi des allégations relatives à la nutrition et à la santé* sont des exemples de textes du Codex qui pourraient avoir besoin d'être mis à jour.

5.2 En tant que nouvelle norme Codex autonome

Une norme Codex autonome pourrait traiter des questions relatives au commerce qui ne se limitent pas à l'étiquetage des aliments.

Une réponse qui préconisait une nouvelle norme Codex a suggéré qu'il pourrait s'agir soit d'un document autonome, soit d'une nouvelle section de la NGÉDAP.

5.3 En tant que guide autonome

Un guide autonome faciliterait également l'orientation pour la vente d'aliments en ligne en général, plutôt que de s'appliquer uniquement à l'étiquetage. De telles orientations pourraient aller au-delà des ventes aux consommateurs et aborder de multiples modèles commerciaux, ainsi que des questions liées au commerce.

5.4 Autre

Trois répondants (14 %) ont appuyé les travaux du Codex sur les ventes par Internet/cybercommerce et la vente d'aliments, mais n'ont pu déterminer un format approprié pour les travaux futurs une fois :

- Les termes « ventes par Internet » et « ventes par Internet/cybercommerce » définis
- Le développement d'une compréhension plus large par le CCFL de la portée des ventes par Internet/cybercommerce et des modèles d'affaires associés.

Un répondant a estimé qu'il n'est peut-être pas nécessaire d'établir des lignes directrices précises pour l'étiquetage des aliments en ligne, puisque la NGÉDAP s'applique déjà. Ils ont déclaré qu'en l'occurrence, le travail du CCFL pourrait porter sur l'application de la loi.

5.5 Sans avis

Un répondant n'avait pas d'avis sur le format d'un futur texte du Codex.

6. CONCLUSIONS

Internet/cybercommerce est une plate-forme nouvelle et émergente pour la vente d'aliments en ligne qui est de plus en plus utilisée dans le monde (voir section 2). D'après les réponses à l'Annexe 1 de la Lettre circulaire 2018/24-FL, l'opinion générale était qu'il existe une ambiguïté concernant les exigences en matière d'étiquetage des aliments dans un environnement de ventes par Internet/cybercommerce. Cette situation est considérée comme un risque potentiel pour la protection des consommateurs et un obstacle au commerce international.

La majorité des répondants (86 %) ont montré que le CCFL était favorable à la réalisation de nouveaux travaux sur l'étiquetage des aliments vendus par le biais des ventes par Internet/cybercommerce. Cette approche permettrait d'harmoniser l'étiquetage des denrées alimentaires vendues sur Internet, de protéger la santé des consommateurs, de permettre aux consommateurs et aux entreprises de faire des choix éclairés et de faciliter les échanges.

Certaines questions clés que le CCFL doit aborder concernent l'élaboration d'une approche harmonisée sur les informations que les entreprises doivent fournir au consommateur : quelles informations sont obligatoires et à quels points de vente, et comment ces informations doivent être présentées.

Pour remédier à cette situation, la plupart des répondants (68 %) ont exprimé une préférence pour un texte complémentaire à la NGÉDAP. Parmi ces recommandations, toutefois, certains d'entre eux ont suggéré que si les travaux initiaux indiquent une portée plus large que prévu, une norme ou un guide autonome pourrait être plus approprié.

Les questions soulevées concernant la responsabilité et la traçabilité (voir 4.6.) devront peut-être être renvoyées à d'autres comités du Codex tels que le Comité du Codex sur les systèmes d'inspection et de certification des importations et des exportations alimentaires.

7. Recommandations

Compte tenu de l'analyse et des conclusions ci-dessus, il est recommandé que le CCFL entreprenne de nouveaux travaux sur les ventes par Internet/cybercommerce. Le groupe de rédaction propose l'avant-projet de document ci-joint (Annexe 3), recommandant l'élaboration d'un texte supplémentaire à la NGÉDAP qui fournit des orientations claires sur l'étiquetage des aliments vendus par Internet/cybercommerce.

Cette mesure devrait aborder, au minimum, les questions clés soulevées par les réponses à l'Annexe 1 de la Lettre circulaire CL 2018/24-FL.

1) Les travaux d'élaboration d'un texte complémentaire devraient couvrir au moins les aspects suivants :

- a. L'applicabilité de la NGÉDAP aux aliments vendus par ventes par Internet/cybercommerce.
- b. L'élaboration, si appropriée et nécessaire, d'une définition des ventes par Internet/cybercommerce aux fins de ce nouveau travail.
- c. Un texte supplémentaire devrait contribuer à prévenir l'obscurcissement des textes du Codex et, par conséquent, à ne pas induire en erreur les consommateurs et les entreprises en ce qui concerne les particularités d'Internet.
- d. Les exigences en matière d'étiquetage obligatoire qui, pour des raisons pratiques, peuvent être autorisées après la conclusion d'une vente en ligne, bien qu'elles le soient avant ou au moment de la livraison au consommateur. Le CCFL peut avoir besoin de définir ces points dans une vente en ligne (« fin/conclusion d'une vente en ligne » et « moment de la livraison ») afin d'indiquer clairement le dernier point dans le processus d'une vente en ligne auquel certaines exigences obligatoires doivent être fournies.

2) En outre, il est recommandé que le CCFL discute et accepte que les questions suivantes soient explorées et prises en compte, le cas échéant, lors de l'élaboration du nouveau texte du CCFL :

- e. La manière dont les aliments en vrac devraient être traités dans le cadre des travaux futurs sur les ventes par Internet/cybercommerce.
- f. La suggestion de clarifier ce que signifient les définitions des termes « étiquette » et « étiquetage » de la NGÉDAP pour l'étiquetage des aliments vendus en ligne.
- g. Si le texte actuel sur les exigences linguistiques dans la NGÉDAP est adéquat, sans ajustement pour les aliments vendus en ligne.

Les questions soulevées concernant la responsabilité et la traçabilité (voir 4.6) devront peut-être être renvoyées à d'autres comités du Codex tels que le Comité du Codex sur les systèmes d'inspection et de certification des importations et des exportations alimentaires.

Annexe 1**Liste des répondants à la lettre circulaire CL 2018/24-FL**Pays membres du Codex

1. Algérie
2. Australie
3. Brésil
4. Canada
5. Chili
6. Colombie
7. Costa Rica
8. Guatemala
9. Inde
10. Indonésie
11. Japon
12. Mexique
13. Nouvelle-Zélande
14. Pérou
15. Suisse
16. Thaïlande
17. États-Unis d'Amérique (É.-U.)

Organisation membre du Codex

18. L'Union européenne (UE)

Observateur du Codex

19. L'Alliance Européenne des Spécialistes de la Nutrition Sportive (ESSNA)
20. Food Industry Asia (FIA)
21. Association internationale de fruits et jus de légumes (IFU)
22. International Council of Grocery Manufacturer Associations (ICGMA)

Annexe 2**Japan's Consumer Affairs Agency (2016)⁵ : Recommandations clés**

- Les consommateurs doivent avoir accès à une plus grande quantité d'information (à commencer, mais sans s'y limiter, par l'étiquetage obligatoire) afin de faire des choix appropriés en fonction des divers besoins des consommateurs.
- Il est important de fournir l'information d'une manière qui soit facile à comprendre pour les consommateurs : Les FBO devraient se référer à un style d'étiquetage familier, mais aussi tirer parti des caractéristiques uniques de l'Internet en matière de polices, d'images, de liens, etc.
- Une meilleure communication entre les exploitants d'entreprises est nécessaire pour garantir ce qui précède : une communication appropriée fondée sur une compréhension mutuelle des fournisseurs et des vendeurs permet une information efficace des consommateurs.
- Il est souhaitable d'établir une relation où les fournisseurs transmettent rapidement l'information lorsqu'il y a un changement.

Les gouvernements nationaux et locaux, les organisations de consommateurs, les associations professionnelles et d'autres acteurs sont censés travailler à la diffusion et à la sensibilisation non seulement au système d'étiquetage des récipients/emballages alimentaires, mais aussi aux efforts visant à fournir des informations relatives à l'étiquetage obligatoire des ventes sur Internet. Les mesures fondées sur les recommandations du présent rapport sont volontaires.

⁵ Japan's Consumer Affairs Agency (2016): *Report of the Panel to Discuss the Future Information Provision in Internet Sales of Foods*.

Annexe 3

AVANT-PROJET DE DOCUMENT SUR LES NOUVEAUX TRAVAUX SUR LES VENTES PAR INTERNET/CYBERCOMMERCE : RÉVISION DE LA NORME GÉNÉRALE POUR L'ÉTIQUETAGE DES DENRÉES ALIMENTAIRES PRÉEMBALLÉES (CXS 1-1985)**1. OBJET ET CHAMP D'APPLICATION DU NOUVEAU TRAVAIL**

Le champ d'application et l'objet des travaux sont d'élaborer un texte complémentaire à la Norme générale pour l'étiquetage des denrées alimentaires préemballées (NGÉDAP)¹ qui prévoit l'étiquetage des aliments vendus par le biais des ventes par Internet/cybercommerce. Les travaux viseront à examiner et à réviser les dispositions actuelles du Codex dans le cadre de la NGÉDAP afin de s'assurer qu'elles prévoient la vente d'aliments dans un environnement de ventes par Internet/cybercommerce.

2. PERTINENCE ET RAPIDITÉ D'EXÉCUTION

La présente proposition concerne l'élaboration d'un texte qui fournirait aux gouvernements et aux autres parties prenantes des normes/directives claires et transparentes sur l'étiquetage des denrées alimentaires vendues par Internet/cybercommerce. D'après le bilan dressé par le CCFL, une proportion importante des membres du Codex appuie ces travaux.

Les ventes par Internet/cybercommerce sont un problème transfrontalier et nécessite donc des normes mondiales pour protéger les consommateurs et garantir des pratiques commerciales équitables.

3. PRINCIPAUX ASPECTS À EXAMINER

1) Il est proposé que les travaux d'élaboration du texte complémentaire portent au moins sur les aspects suivants :

- a. L'applicabilité de la NGÉDAP aux aliments vendus par Internet/cybercommerce.
- b. L'élaboration, si cela est jugé approprié et nécessaire, d'une définition des ventes par Internet/cybercommerce aux fins de ce nouveau travail.
- c. Un texte supplémentaire devrait contribuer à prévenir l'obscurcissement des textes du Codex et, par conséquent, à ne pas induire en erreur les consommateurs et les entreprises en ce qui concerne les particularités d'Internet.
- d. Les exigences en matière d'étiquetage obligatoire qui, pour des raisons pratiques, peuvent être autorisées après la conclusion d'une vente en ligne, bien qu'elles le soient avant ou au moment de la livraison au consommateur. Le CCFL peut avoir besoin de définir ces points dans une vente en ligne (« fin/conclusion d'une vente en ligne » et « moment de la livraison ») afin d'indiquer clairement le dernier point dans le processus d'une vente en ligne auquel certaines exigences obligatoires doivent être fournies.

2) En outre, les questions suivantes seront examinées :

- e. La manière dont les aliments en vrac devraient être traités dans le cadre des travaux futurs sur les ventes par Internet/cybercommerce.
- f. La clarification de ce que signifient les définitions des termes « étiquette » et « étiquetage » de pour l'étiquetage des aliments vendus en ligne.
- g. Si le texte actuel sur les exigences linguistiques dans la NGÉDAP est adéquat, sans ajustement pour les aliments vendus en ligne.

Les questions soulevées concernant la responsabilité et la traçabilité (voir 4.6. du document de travail) devront peut-être être renvoyées à d'autres comités du Codex tels que le Comité du Codex sur les systèmes d'inspection et de certification des importations et des exportations alimentaires.

4. ÉVALUATION AU REGARD DES CRITÈRES D'ÉTABLISSEMENT DE NOUVELLES PRIORITÉS DE TRAVAIL**Critères généraux**

Protection des consommateurs du point de vue de la santé, de la sécurité alimentaire, de la garantie de pratiques loyales dans le commerce alimentaire et de la prise en compte des besoins identifiés des pays en développement.

¹ CXS 1-1985

Internet/cybercommerce est une nouvelle plate-forme émergente pour la vente d'aliments qui est de plus en plus utilisée dans le monde entier. L'absence de lignes directrices normalisées pour l'étiquetage des aliments vendus sur Internet soulève d'importantes questions relatives à la santé, à la sécurité alimentaire et à la protection des pratiques loyales dans le commerce alimentaire.

Critères applicables aux questions générales

a) *Diversification des législations nationales et entraves apparentes ou potentielles au commerce international qui en résultent*

Un certain nombre de pays ont adopté des réglementations qui concernent spécifiquement le cybercommerce, souvent en faisant référence à la vente à distance. Ces règlements sont largement similaires en ce sens qu'ils stipulent que toutes les informations obligatoires pratiquement réalisables doivent être fournies avant la fin d'une vente en ligne. Toutefois, il existe de légères différences quant aux informations qu'il n'est pas nécessaire de fournir avant le point de livraison.

Avec la croissance du cybercommerce, il est important de maintenir une certaine cohérence au niveau mondial afin de garantir la protection des consommateurs et de réduire au minimum les obstacles au commerce qui peuvent résulter de différentes approches.

b) *Champ d'application des travaux et établissement des priorités entre les différentes sections des travaux*

Il est proposé qu'un examen des textes du Codex, principalement de la NGÉDAP, se concentre sur l'applicabilité de la NGÉDAP aux aliments vendus Internet/cybercommerce afin de formuler un texte complémentaire à la NGÉDAP.

c) *Travaux déjà entrepris par d'autres organisations internationales dans ce domaine et/ou suggérés par le ou les organes intergouvernementaux internationaux compétents*

Il n'existe pas de réglementation internationale spécifique à la vente par Internet/cybercommerce. Toutefois, l'article 14 du règlement (Union européenne) n° 1169/2011 contient des dispositions sur la vente à distance. Il existe également quelques exemples de réglementations nationales relatives à la vente par Internet/cybercommerce, comme le souligne le document de travail.

Le Codex est l'organisation internationale compétente chargée d'élaborer des normes internationales dans le domaine de la vente par Internet/cybercommerce.

d) *Aptitude de l'objet de la proposition à la normalisation*

Les informations à fournir au consommateur dans le cadre des ventes par Internet/cybercommerce devraient être comparables à celles qui sont déjà définies par la NGÉDAP. Un texte complémentaire devrait clarifier l'applicabilité de la NGÉDAP aux ventes par Internet/cybercommerce. L'objectif de ce nouveau travail est d'élaborer des exigences d'étiquetage non ambiguës pour les denrées alimentaires vendues aux consommateurs par le biais des ventes par Internet/cybercommerce. De telles exigences en matière d'étiquetage peuvent être efficacement normalisées avec la participation et la contribution des membres du Codex.

e) *Examen de l'ampleur mondiale du problème ou de la question*

Le cybercommerce et la vente d'aliments par l'intermédiaire de plates-formes en ligne se développent à l'échelle internationale et constituent un problème transfrontalier. Les exploitants du secteur alimentaire utilisent de plus en plus les plates-formes Web de cybercommerce entre entreprises et consommateurs, qui sont très pratiques pour les consommateurs. L'augmentation des ventes sur Internet, tout en offrant des avantages tangibles aux consommateurs, présente également des risques pour leur protection, leur sécurité et leur santé publique. Il peut exister un risque particulier, en l'absence de lignes directrices claires et internationalement reconnues, que des pratiques trompeuses délibérées et non délibérées conduisent à une défaillance significative du marché et/ou à un préjudice important pour les consommateurs.

Un certain nombre de pays ont mis en place des réglementations obligatoires pour l'étiquetage des denrées alimentaires vendues par le biais des ventes par Internet/cybercommerce. D'autres pays ont des réglementations qui définissent les droits des consommateurs en ligne.

5. PERTINENCE PAR RAPPORT AUX OBJECTIFS STRATÉGIQUES DU CODEX

Les travaux proposés sont conformes au mandat de la Commission, qui consiste à élaborer des normes internationales, des lignes directrices et d'autres recommandations pour protéger la santé des consommateurs et garantir des pratiques loyales dans le commerce des denrées alimentaires. La nouvelle proposition de travail contribuera à la réalisation des objectifs stratégiques 1 et 3 décrits ci-dessous.

Objectif stratégique 1 : *Établir des normes alimentaires internationales qui traitent des problèmes alimentaires actuels et naissants.*

Les lignes directrices sur l'étiquetage des denrées alimentaires vendues par Internet/cybercommerce présentent un intérêt et une activité importants dans un certain nombre de pays du monde entier. Le site Web du Codex de la FAO se lit comme suit : « *La quantité de denrées alimentaires commercialisées au niveau mondial a littéralement explosé au cours du siècle dernier pour atteindre aujourd'hui des niveaux et une diversité inimaginables auparavant* »², ce qui est largement facilité par le cybercommerce. Un texte supplémentaire du Codex faciliterait l'élaboration d'une approche plus normalisée du sujet au niveau international.

Objectif stratégique 3 : *Faciliter la participation effective de tous les membres du Codex.*

La présentation de ce sujet au CCFL permettra à tous les membres qui s'intéressent aux ventes par Internet/cybercommerce de participer aux discussions. Les travaux pourraient également être l'occasion de discuter, plus largement, de la vente à distance.

En ce qui concerne le nouveau projet de plan/objectifs stratégiques (2020-2025) en cours d'élaboration :

Objectif stratégique 1 : *Aborder les problèmes actuels, naissants et cruciaux.*

Ce travail permet au CCFL d'aborder l'un des développements les plus actuels dans le domaine de l'étiquetage alimentaire.

Objectif stratégique 3 : *Produire un impact grâce à la reconnaissance et à l'utilisation des normes Codex.*

Dans la mesure où les ventes par Internet/cybercommerce sont le fait d'un nombre croissant d'acteurs dans le monde, l'élaboration et l'adoption de normes Codex dans ce domaine apporteront des avantages considérables aux consommateurs et aux entreprises. Cette démarche produira à son tour un impact grâce à la reconnaissance d'une approche harmonisée du Codex qui peut être utilisée universellement dans l'intérêt de toutes les parties prenantes.

6. RELATION ENTRE LA PROPOSITION ET D'AUTRES DOCUMENTS CODEX EXISTANTS

La proposition est d'examiner puis de réviser la NGÉDAP, puis d'évaluer la nécessité d'amender tout autre document du Codex. Il convient de noter que les dispositions relatives à l'étiquetage des ventes par Internet/cybercommerce figurant dans la NGÉDAP s'appliquent horizontalement à tous les aliments préemballés.

7. NÉCESSITÉ ET DISPONIBILITÉ D'AVIS SCIENTIFIQUES D'EXPERTS

Aucun n'a été identifié à ce stade. Il sera possible de consulter les organismes compétents si nécessaire tout au long du processus.

8. NÉCESSITÉ D'UNE CONTRIBUTION TECHNIQUE À LA NORME DE LA PART D'ORGANISMES EXTERNES

Aucun n'a été identifié à ce stade. Il sera possible de consulter les organismes compétents si nécessaire tout au long du processus.

9. PROJET DE CALENDRIER

Si la Commission l'approuve en 2019, les travaux du Comité devraient durer au moins deux sessions.

Mai 2019	Accord sur de nouveaux travaux et approbation de la proposition de nouveaux travaux par le CCFL.
Juillet 2019	Approbation de nouveaux travaux par la CAC.
2020	Examen de l'avant-projet de révision par le CCFL et passage à l'étape 5.
2021	Adoption par la CAC de l'avant-projet de révision à l'étape 5.
2022	Adoption par la CAC du projet de révision à l'étape 8

² <http://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/about-codex/fr/>