



Point 7a) de l'ordre du jour

CX/EXEC 12/67/5

**PROGRAMME MIXTE FAO/OMS SUR LES NORMES ALIMENTAIRES
COMITÉ EXÉCUTIF DE LA COMMISSION DU CODEX ALIMENTARIUS****Soixante-septième session****Siège de la FAO, Rome (Italie)****26-29 juin 2012****AUTRES QUESTIONS ET TRAVAUX FUTURS****PROPOSITION RELATIVE À L'UTILISATION D'UN LOGO OU D'UNE MARQUE CODEX****Présenté par le Président de la Commission****1. Généralités**

Les membres du Codex ont estimé que la prolifération des normes privées a rendu l'accès au marché plus difficile dans divers pays développés. Les normes privées ont été largement promues en faisant valoir qu'elles étaient porteuses d'une plus grande acceptabilité et donc de l'accès au marché. La durée du processus d'élaboration des normes Codex et la réticence de la part de nombreux membres à harmoniser leurs normes sur celles du Codex sont parmi les facteurs qui expliquent la prolifération des normes privées. Une récente étude menée par le Secrétariat du Codex montre cependant que, à quelques exceptions près, il faut en moyenne 4,2 ans pour élaborer une norme Codex (3,5 ans pour les normes de sécurité sanitaire des aliments), ce qui signifie que le processus est beaucoup moins lent qu'il ne l'est perçu.

La non-utilisation des normes Codex peut s'expliquer par la mauvaise connaissance qu'en ont les organisations commerciales, les distributeurs et les consommateurs. Les normes Codex sont des normes internationales, fondées sur la science et élaborées sur la base du consensus entre les gouvernements, avec la participation du secteur privé en qualité d'observateur, mais elles n'ont pas reçu la visibilité nécessaire que procure l'acceptation bien qu'elles soient très souvent à la base des réglementations nationales.

Le présent document fera valoir qu'un logo peut contribuer à promouvoir le travail du Codex et à donner une plus grande visibilité aux normes Codex et en dernier ressort à en renforcer l'application.

2. Utilisation de logos par d'autres organisations

L'accord SPS de l'OMC mentionne explicitement trois organes normatifs internationaux ("les trois organisations sœurs") : l'OIE pour la santé animale; la CIPV pour la santé végétale et le Codex pour la santé humaine.

L'OIE et la CIPV ont des logos identifiables qui leur ont apporté une reconnaissance internationale considérable. Le Codex n'utilise pas pour le moment de logo comparable.

Il est donc surprenant que l'organe qui établit des normes mondiales de sécurité sanitaire et de qualité des produits alimentaires qui protègent la santé des consommateurs et assurent des pratiques loyales dans le commerce de ces produits ne soit pas doté d'un signe distinctif semblable.

3. Utilité d'un logo Codex

Un logo dans le cadre d'une stratégie complète de communication pourrait aider à faire connaître les normes Codex auprès des négociants, des distributeurs et des consommateurs et ainsi encourager l'alignement des normes nationales sur celles du Codex et partant faciliter le commerce notamment pour les pays en développement.

Les activités suivantes pourraient être envisagées:

Étape 1: Examiner les identités visuelles existantes et, le cas échéant, faire des propositions tendant à les améliorer

Étape 2: Rechercher comment promouvoir l'identité de manière à encourager l'utilisation des normes du Codex dans les pays

3.1 Étape 1: Examiner les identités visuelles existantes et, le cas échéant, faire des propositions tendant à les améliorer

Adopter une identité visuelle constante (par exemple, un logo) et la promouvoir au plan international en l'utilisant sur les normes, rapports, documents, papier à en tête du Codex et dans les campagnes de relations publiques peut renforcer la visibilité de la Commission et du Codex Alimentarius dans le monde. Une telle identité visuelle ferait partie de la trousse à outils d'une stratégie de communication plus vaste.

Le logo Codex doit être enregistré et il existe pour cela deux solutions: i) enregistrer la marque au titre de l'Article 6-ter de la Convention de Paris (Convention de Paris sur la protection de la propriété intellectuelle) qui s'applique à presque tous les pays membres du Codex (enregistrement gratuit) et ii) la Convention de Madrid (86 pays seulement): le processus est long et coûteux car le logo doit être enregistré dans chaque pays.

En ce qui concerne la Convention de Paris, une demande d'enregistrement ne peut être déposée auprès de l'OMPI qu'aux conditions suivantes: être une entité autonome/indépendante de caractère permanent, dotée d'un budget indépendant, de règles et de procédures que doivent respecter les membres, et d'une structure organisationnelle (y compris des organes directeurs). Le Codex peut ne pas satisfaire à tous les critères étant donné que son budget est alimenté par les budgets ordinaires de la FAO et de l'OMS.

La prolifération des logos est un point préoccupant à la FAO et à l'OMS car de nombreux petits projets proposent de les utiliser comme un signe d'identité qui les distinguent des organisations de tutelle. Toute décision sur un logo Codex devra être approuvée par les deux organisations. Un accord devra être trouvé sur le point de savoir qui de la FAO ou de l'OMS est propriétaire du logo au nom du Codex.

3.2 Étape 2: Rechercher comment promouvoir l'identité de manière à encourager l'utilisation des normes du Codex dans les pays

Examiner si le logo Codex peut être utilisé au niveau national (par exemple, sur les normes nationales, par le point de contact du Codex etc.) et de quelle manière.

La faisabilité, les règles et les conditions exactes de toute utilisation du logo devront être définies.

La FAO et l'OMS appliquent des critères rigoureux pour l'utilisation de leurs logos respectifs étant donné notamment l'importante légitimité que ces logos confèrent, et il en serait de même pour le logo Codex qui serait la propriété de l'une des organisations (ou des deux).