

# 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 00153 ROME Tél: +39 06 57051 www.codexalimentarius.net Email: codex@fao.org Facsimile: 39 06 5705 4593

**POINT 7 DE L'ORDRE DU JOUR**

**CX/FL 08/36/10-ADD.2**

# F

**PROGRAMME MIXTE FAO/OMS SUR LES NORMES ALIMENTAIRES**

**COMITÉ DU CODEX SUR L'ÉTIQUETAGE DES DENRÉES  
ALIMENTAIRES**

**TRENTE-SIXIÈME SESSION**

**OTTAWA (CANADA), 28 AVRIL – 2 MAI 2008**

**PROJET DE DÉFINITION DE LA PUBLICITÉ EN RELATION AVEC LES  
ALLÉGATIONS RELATIVES À LA SANTÉ ET À LA NUTRITION  
(CL 2007/34-FL & ALINORM 07/30/22 – ANNEXE VI)**

**COMMENTAIRES DES GOUVERNEMENTS À L'ÉTAPE 6**

**COMMENTAIRES DE :**

**ASSOCIATION EUROPÉENNE POUR LE DROIT DE L' ALIMENTATION (EFLA)**

**PROJET DE DÉFINITION DE LA PUBLICITÉ EN RELATION AVEC LES  
ALLÉGATIONS RELATIVES À LA SANTÉ ET À LA NUTRITION  
(CL 2007/34-FL & ALINORM 07/30/22 – ANNEXE VI)**

**COMMENTAIRES DES GOUVERNEMENTS À L'ÉTAPE 6**

**ASSOCIATION EUROPÉENNE POUR LE DROIT DE L'  
ALIMENTATION (AEDA) :**

L'Association Européenne pour le Droit de l'Alimentation (AEDA) accueille favorablement que le travail sur la définition de la publicité se poursuive et pense que bien que des progrès considérables aient été faits à ce jour par rapport à la définition originelle proposée par la délégation canadienne, des travaux additionnels s'imposent pour atteindre la certitude juridique et mieux traduire le mandat originel de la 26<sup>e</sup> session de la Commission de 2003.

Selon l'AEDA il vaut la peine de souligner que plusieurs délégations en 2003 et aux réunions subséquentes étaient opposées au simple fait d'inclure la publicité dans le champ d'application des « Directives pour l'emploi des allégations relatives à la nutrition et à la santé » parce qu'elles prévoyaient que cela risquait d'avoir des conséquences négatives au stade de l'application par les pays membres. L'AEDA pense donc qu'il faut faire preuve d'une extrême prudence pour éviter une définition large qui pourrait manquer de clarté et aboutir à une application variée et plus restrictive que nécessaire par les pays membres.

Par conséquent, le mot « indirectement » devrait être supprimé de la définition courante de la publicité. Ce mot risque d'induire en erreur les autorités nationales concernant le champ d'application des « Directives pour l'emploi des allégations relatives à la nutrition et à la santé » en lien avec la publicité. Par voie de conséquence, il pourrait faire en sorte que de nombreuses autres formes de communication soient visées même si elles ne doivent pas (ou ne devraient pas) être considérées en tant que publicité directe au sujet d'un produit comme s'il était l'objet d'allégations relatives à la nutrition ou à la santé. Cela ne sera pas conforme au mandat originel qu'avait prévu la Commission à sa 26<sup>e</sup> session en 2003.