

# 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 00153 ROMA Tel: 39 06 57051 www.codexalimentarius.net Email: codex@fao.org Facsimile: 39 06 5705 4593

**TEMA NO. 7 DEL PROGRAMA**

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

**S**

**PROGRAMA CONJUNTO FAO/OMS SOBRE NORMAS ALIMENTARIAS**

**COMITÉ DEL CODEX SOBRE ETIQUETADO DE ALIMENTOS  
TRIGÉSIMO SEXTA SESIÓN  
OTTAWA, CANADÁ, 28 DE ABRIL - 2 DE MAYO DE 2008**

**PROYECTO DE DEFINICIÓN DE LA PUBLICIDAD EN RELACIÓN CON LAS  
DECLARACIONES DE PROPIEDADES NUTRICIONALES Y SALUDABLES  
(CL 2007/34-FL & ALIMORM 07/30/22 – APÉNDICE VI)**

**COMENTARIOS DE LOS GOBIERNOS EN EL TRÁMITE 6**

**COMENTARIOS DE:**

**EUROPEAN FOOD LAW ASSOCIATION (EFLA)**

**PROYECTO DE DEFINICIÓN DE LA PUBLICIDAD EN RELACIÓN CON LAS DECLARACIONES DE PROPIEDADES NUTRICIONALES Y SALUDABLES (CL 2007/34-FL & ALIMORM 07/30/22 – APPENDIX VI)**

**COMENTARIOS DE LOS GOBIERNOS EN EL TRÁMITE 6**

**EUROPEAN FOOD LAW ASSOCIATION (EFLA):**

La European Food Law Association (EFLA) ve con beneplácito mayores trabajos sobre la definición de publicidad y es de la opinión que, aunque se han realizado progresos significativos hasta la fecha respecto a la definición original tal como la propusiera la delegación Canadiense, aun se necesitan trabajos adicionales para propósito de certidumbre legal y para reflejar mejor el mandato original de la 26<sup>a</sup> Sesión de la Comisión en el 2003.

La EFLA comprende que es válido indicar que varias delegaciones, en el 2003 y en reuniones posteriores, estuvieron opuestas al hecho mismo de incluir la publicidad dentro de las “Directrices para el Uso de Declaraciones de Propiedades Nutricionales y Saludables”, porque preveían potenciales implicaciones negativas en la fase de implementación por parte de los países miembros. Por lo tanto, la EFLA piensa que se debería proceder con extrema precaución para evitar una definición amplia que pudiera no ser clara y que pudiera conducir a acciones de cumplimiento por parte de países miembros que fueran diversas y más restrictivas de lo necesario.

Se debería por lo tanto eliminar el término “indirectamente” de la presente definición de publicidad. El término “indirectamente” podría potencialmente confundir a las autoridades nacionales respecto al ámbito de aplicación de las “Directrices para el Uso de Declaraciones de Propiedades Nutricionales y Saludables” en relación a la publicidad. Como consecuencia de esto, muchas otras formas de comunicación pudieran estar cubiertas aunque no caigan (y no debieran caer) dentro del caso de publicidad directa para un producto como poseedor de declaraciones de propiedades nutricionales y saludables. Esto no estaría en línea con el mandato original previsto por la 26<sup>a</sup> Sesión de la Comisión en el 2003.