

Conseil national de l'alimentation

“Avis n° 21

Allégations faisant un lien entre alimentation et santé ■

Avis adopté à l'unanimité lors de la
séance plénière du 30 juin 1998.

Ministère de l'Agriculture et de la Pêche
Secrétariat d'État chargé des PME, du Commerce et de l'Artisanat
Secrétariat d'État chargé de la Santé

CNIA



• — Lors de sa séance plénière de septembre 1997, le Conseil national de l'alimentation (CNA) a décidé de mener une réflexion prospective sur les allégations faisant un lien entre alimentation et santé (appelées « allégations santé »), y compris les allégations fonctionnelles. Cette réflexion porte sur les mesures à mettre en œuvre pour que l'utilisation des allégations santé constitue un fait positif pour les consommateurs, tout en permettant aux industriels de l'agroalimentaire de valoriser les travaux de recherche qu'ils entreprennent ■.

Le CNA a confié au Professeur Ambroise MARTIN, membre du CNA, au titre de représentant de l'Institut national de la santé et de la recherche médicale, la présidence du groupe de travail qui s'est réuni à sept reprises.

Le groupe a entendu les représentants de différents collèges du CNA, notamment celui des associations de consommateurs, celui des fédérations professionnelles de l'agroalimentaire et celui des scientifiques. Il a entendu aussi des personnalités invitées des services de contrôles, de validation de la publicité et de l'étiquetage, des entreprises intéressées par les allégations et des responsables d'études sur le comportement alimentaire des consommateurs. La liste des participants est annexée.

— Préambule ■

Le présent avis s'inscrit dans la continuité des travaux du CNA sur ce thème, à savoir l'avis sur la prévention nutritionnelle des maladies cardio-vasculaires, rendu le 23 février 1989, l'avis sur l'équilibre nutritionnel, rendu le 11 mai 1995 et la brochure reprenant ses recommandations « conseils pour rester en pleine forme ».

Pour être effectives, les options proposées tenteront de prendre en considération les engagements nationaux, communautaires ou internationaux de la France et les discussions en cours en ce domaine.

1_ Le contexte général ■

1.1_ Le constat relatif aux allégations santé ■

Diverses études de consommation (CREDOC, CFES...) révèlent l'existence d'une aspiration croissante chez les consommateurs au bien-être et au maintien d'un bon état de santé. Les consommateurs français sont de plus en plus conscients du rôle de l'alimentation dans ce domaine, même si ce rôle est connu empiriquement depuis longtemps. Cette dimension « santé » de l'alimentation apparaît comme compatible avec la culture culinaire française traditionnelle.

De nombreuses études confirment d'ailleurs l'existence de liens entre alimentation et santé. Les consensus scientifiques ou les synthèses de connaissances (par exemple, Alimentation et cancer, CNERNA/CNRS, 1996) concernent cependant des régimes alimentaires globaux, des groupes d'aliments ou des groupes de nutriments plutôt que des produits alimentaires précis.

Un rapport de synthèse de la CEDAP du 28 janvier 1998 montre que, en France, la situation nutritionnelle reste globalement satisfaisante. **Cependant, on peut craindre que le développement de la précarité et la détérioration des conditions de vie fassent que certains groupes échappent aux études actuelles (cf. avis du CNA n° 14 sur l'alimentation des plus démunis, 17 février 1994).** L'augmentation de la prévalence de l'obésité, des maladies cardio-vasculaires et de certains cancers doit aussi constituer un signal à prendre en considération. D'une façon générale, les problèmes de santé publique en relation avec l'alimentation doivent être considérés.

Les préoccupations principales exprimées par les experts scientifiques, comme par les associations de consommateurs, se fondent sur le recul jugé insuffisant par rapport au développement des allégations santé. Les risques envisagés sont celui de confusion croissante des messages nutritionnels et celui de dérives de consommations alimentaires.

L'impact des allégations santé est à relativiser sur plusieurs points. Dans l'univers de la publicité sur les denrées alimentaires, le bénéfice nutritionnel ou santé des produits arrive plutôt en 4^e ou 5^e position des arguments publicitaires. Une exception en la matière concerne les compléments alimentaires qui revendiquent au premier chef la promesse santé mais ceci n'est pas généralisable dans le secteur de l'alimentation. Par ailleurs, il faut souligner la pluralité des sources et des contenus de messages « santé » hors publicité (feuilletons télévisés, émissions radiodiffusées, ou articles de presse). De tels messages sont sous le régime général de la liberté de la presse.

Les allégations santé pour les denrées alimentaires se développent en France, surtout pour les com-

pléments alimentaires, mais aussi en Europe et dans d'autres pays développés. Dans l'Union européenne, les dispositions de la directive 79/112/CEE sur l'étiquetage des denrées alimentaires ainsi que sur la publicité faite à leur égard, interdisant d'attribuer à une denrée alimentaire des propriétés de prévention, de traitement ou de guérison d'une maladie humaine ou d'évoquer ces propriétés, fait l'objet d'interprétations différentes par les États membres.

Une consultation publique sur la législation des denrées alimentaires a été organisée à l'initiative de la Commission des Communautés européennes dans son Livre vert. Au niveau international, le Codex Alimentarius (programme mixte FAO/OMS) étudie un projet de lignes directrices sur les allégations relatives à la santé (sens légèrement différent). **Dans ce contexte, il serait utile de s'interroger sur la procédure française de contrôle a priori des publicités de certaines allégations (dite du visa de publicité produit), sur son efficacité et sur sa cohérence avec les autres dispositions réglementaires.** Cette réglementation française exige une autorisation préalable de publicité pour tous les produits autres que les médicaments se présentant comme favorisant la prévention de maladies, la modification d'un état physique ou physiologique, ou la restauration, la correction ou la modification des fonctions organiques (cf. article L.551-10 du code de la santé). Par ailleurs, toute allégation, y compris les allégations santé, est soumise aux dispositions des articles L.121-1 à L.121-7 du code de la consommation relatifs à la publicité, et en particulier à l'article L.121-1 relatif à la publicité trompeuse et à celles des articles L.213-1 et L.213-2 relatifs aux sanctions.

Rappelons-le, la composition des denrées alimentaires doit être conforme à la réglementation en vigueur afin d'assurer la sécurité des consommateurs.

Même s'ils sont peu représentatifs du marché des produits alimentaires, certains opérateurs utilisent des allégations santé qui ne sont pas objectivement fondées, nuisent aux consommateurs et discréditent les opérateurs économiques loyaux. La sensibilisation des procureurs et des magistrats sur ce thème semble rester faible.

1.2_ Les attentes des différentes parties .

1.2.1_ Consommateurs et associations de consommateurs .

Les consommateurs expriment le désir d'améliorer leurs connaissances en nutrition et de mieux connaître le rôle des aliments sur leur santé, souhait qui pourrait être partiellement comblé grâce aux allégations santé. Étant donné la formation jugée insuffisante des consommateurs, les associations de consommateurs se déclarent inquiètes face au développement des allégations santé et soulignent les risques de consommation déséquilibrée des aliments portant ces allégations au détriment d'autres aliments tout aussi utiles.

Selon elles, l'information et la protection vis-à-vis des allégations mensongères faisant un lien entre un produit alimentaire ou relevant de la législation alimentaire (complément alimentaire) et un état de santé sont insuffisantes. Elles souhaitent avoir des garanties claires sur la fiabilité des allégations santé et la cohérence des messages nutritionnels, quelles que soient leur nature et leur provenance.

Ces garanties reposent sur la responsabilisation des opérateurs économiques utilisant les allégations santé et l'action des services de contrôles. Elles estiment aussi que les contrôles et la réglementation des allégations doivent être plus adaptés aux nouveaux moyens de communication (vente par correspondance, serveur Internet situé à l'étranger, vente directe...).

Conscientes de l'importance du rôle du consommateur dans le maintien de sa santé et dans ses choix alimentaires, les associations de consommateurs soulignent le sentiment de grande confusion des consommateurs face aux nombreux messages nutritionnels et le besoin d'améliorer leur capacité à choisir et à consommer les aliments en toute connaissance de cause. Un certain recul est nécessaire pour connaître l'intérêt de ces allégations pour le consommateur.

Pour mener à bien leurs missions d'information, d'éducation et de communication auprès des consommateurs en matière d'alimentation, et notamment en matière d'allégations santé, elles ont besoin de moyens supplémentaires.

1.2.2_ Industriels et représentants industriels .

Les opérateurs économiques sont de plus en plus nombreux à investir dans la recherche en nutrition pour mieux connaître la contribution de leurs produits au maintien et à l'amélioration de l'état de santé. Ils souhaitent pouvoir valoriser par la publicité, à travers l'usage d'allégations, les effets démontrés de leurs produits sur la santé.

Conscients des limites des preuves qu'ils sont en mesure d'apporter, ils ne souhaitent alléguer que sur la description d'effet des aliments sur des fonctions organiques ou sur un état physiologique, voire

sur l'aide à la réduction d'un risque de pathologie. Par contre, les revendications portant sur le traitement ou sur la guérison de maladies ne sont pas envisagées actuellement.

Les industriels estiment suffisante la législation sur la publicité loyale, non trompeuse et la réglementation sur l'interdiction générale de référence à la prévention, au traitement et à la guérison de maladie humaine dans la publicité des denrées alimentaires, dans la mesure où les allégations santé auraient leur place. Les représentants de la profession estiment ce régime d'autant plus satisfaisant qu'il permet le maintien de la pluralité des sources d'information. L'industrie estime que cette pluralité des sources d'information et des messages suffit à fournir une information globale.

Ils considèrent que le système français actuel d'autorisation de publicité pour les allégations santé n'est pas satisfaisant tant sur le plan du fonctionnement que sur le plan de la procédure d'évaluation (pas de proportionnalité entre le niveau de justification exigé avec l'allégation proposée, absence de motivation des refus, expertises non contradictoires...). Ce système mal appliqué est jugé inefficace, notamment à l'encontre des « produits miracles ».

A contrario, un système de prohibition ou de restriction excessif des allégations santé loyales valoriserait abusivement les produits miracles, difficilement contrôlables, en leur accordant une place trop importante dans le flot des informations multiples auxquelles sont soumis les consommateurs.

1.2.3_ *Experts* .

Il y a urgence à reconnaître l'intérêt stratégique de l'expertise française, en nutrition notamment, par une reconnaissance académique et financière de la fonction d'expert et une définition précise de leur statut.

Pour les experts, les études sur les allégations présenteraient l'avantage d'inciter au développement de la recherche publique et privée dans le domaine de la nutrition (physiologie, métabolisme, enquêtes nutritionnelles, comportements alimentaires...), discipline dans laquelle il est souhaitable d'améliorer les connaissances.

Mais les experts, soutenus par les associations de consommateurs, estiment qu'une allégation santé constitue un message parcellaire et lorsqu'elle est émise, elle devrait être compensée par des messages plus globaux sur l'alimentation.

L'ensemble des participants s'accorde d'ailleurs à reconnaître qu'une allégation santé n'est valable que dans des conditions précises de consommation (quantité, support, conditions...). Il faudra donc veiller au maintien dans la communication de l'ensemble produit – effet – conditions pour lesquelles l'allégation est vérifiée.

2_ *Les propositions du CNA* .

2.1_ *Principes généraux* .

Le présent avis concerne toutes les allégations nutritionnelles qualitatives : qu'elles fassent état de propriétés nutritionnelles fonctionnelles des aliments, qu'elles fassent un lien entre l'alimentation et la préservation ou l'amélioration de l'état de bien-être, qu'elles fassent un lien entre l'alimentation et la maladie, qu'elles s'appellent allégations santé ou qu'elles permettent à un aliment de revendiquer une finalité sanitaire.

Les travaux du CNA ayant lieu pendant la période d'examen parlementaire de la proposition de loi sur le renforcement de la veille et de la sécurité sanitaire, cet avis ne peut avoir pour objet de délimiter les frontières des nouvelles compétences découlant de cette loi. Il a vocation, en revanche, à fournir une vision globale pour l'application de cette dernière, au-delà des découpages administratifs.

Concernant les questions relatives à l'Agence de Sécurité sanitaire des Aliments créée par cette loi, le CNA rappelle son avis n° 20 du 6 février 1998.

2.1.2_ *Il est possible de concilier les attentes de chacun pour certaines allégations* .

Le développement des allégations faisant un lien entre alimentation et santé pourrait être envisagé dans la mesure où seraient réunies les conditions permettant d'améliorer l'éducation et l'information sur l'alimentation des consommateurs et de favoriser l'essor de la recherche en nutrition et en alimentation. Il constituerait ainsi un événement positif à la fois pour les consommateurs, les industriels et les chercheurs.

En effet, les consommateurs se déclarent intéressés par une amélioration de leurs connaissances sur une alimentation exerçant un effet sur la santé. Certains opérateurs économiques se montrent capables de monter des dossiers sérieux sur les allégations qui font un lien entre leurs produits et un effet sur la santé. Les experts reconnaissent que des allégations, dûment fondées, peuvent objectivement être faites pour certaines denrées alimentaires dans des conditions précises de consommation.

2.1.2_ *Les mêmes principes devraient s'appliquer à tous les produits* .

Le CNA considère que les mêmes principes doivent s'appliquer indistinctement à tous les produits destinés à la consommation alimentaire humaine, quelle que soit leur nature. Ces principes portent sur la qualité de la démonstration scientifique de l'effet allégué et de sa formulation.

Le degré d'exigence réglementaire (justifications, procédures...) doit être corrélé à la nature de l'allégation et à son degré d'innovation. Le système sera d'autant plus efficace et pourra s'appliquer à tous les produits, quelle que soit leur provenance, si un équilibre raisonnable entre exigence réglementaire et responsabilité des opérateurs économiques est recherché.

Les impératifs essentiels tels que la sécurité du consommateur, sa protection contre la tromperie, la publicité et la concurrence loyales doivent bien entendu toujours être respectés.

Le caractère contradictoire de l'expertise, en cas de contestation, doit être préservé.

2.2_ *Les régimes applicables aux allégations santé* .

2.2.1_ *Il faut maintenir l'interdiction sur les allégations « thérapeutiques »* .

Il n'est absolument pas souhaitable que des allégations « thérapeutiques », c'est-à-dire présentant un produit comme favorisant le diagnostic, le traitement ou la guérison de maladies, puissent être faites. Les exceptions, qui sont ou seront prévues par des textes réglementaires ne doivent pas entraîner de distorsions abusives de concurrence entre des familles de produits.

2.2.2_ *Il faut avoir une attitude responsable et prudente pour les allégations santé* .

L'impact possible des allégations santé impose de promouvoir une attitude responsable et prudente dans leur justification, leur évaluation et leur formulation.

Le CNA estime que le principe des allégations santé ci-après est acceptable, dans les conditions énoncées dans le présent avis et sous réserve de respecter les critères étudiés par les instances compétentes, que l'allégation soit générique ou spécifique à certains produits d'une même famille, voire à un produit particulier.

– l'allégation revendiquant une réelle contribution d'un produit alimentaire à la prévention primaire d'une pathologie et présentée comme « aidant à la réduction d'un risque ».

– l'allégation indiquant une contribution positive sur l'état de santé, lorsqu'elle est présentée comme ayant une influence sur la modification d'un état physiologique ou d'un paramètre biologique, qu'elle soit déjà reconnue par la communauté scientifique ou nouvelle.

– l'allégation nutritionnelle fonctionnelle qui décrit le rôle positif de l'élément nutritif dans les fonctions normales de l'organisme.

2.2.3_ *Les conditions applicables aux allégations santé nécessitent une clarification et une adaptation du système réglementaire* .

Il doit être tenu compte de la panoplie de moyens réglementaires possibles et d'outils d'autodiscipline avant de retenir le dispositif qui permettra de garantir le respect des principes énoncés précédemment.

Dans la réflexion sur le futur régime applicable aux allégations santé, qu'elles permettent de faire état de propriétés nutritionnelles fonctionnelles ou qu'elles permettent de faire une revendication sanitaire, il est nécessaire de distinguer ce qui relève du fond (validation scientifique de l'effet allégué) de ce qui relève de la forme (formulation et communication sur l'effet allégué).

2.2.4_ *Le fond des allégations* .

En ce qui concerne le régime applicable sur le fond des allégations santé, les différents collègues qui composent le CNA proposent le consensus suivant :

– les allégations thérapeutiques restent interdites, sauf cas prévus réglementairement.

– les allégations relatives à la santé faisant référence à l'aide à la réduction d'un risque de maladies devraient faire l'objet d'une demande d'autorisation préalable, (autorisation expresse) à moins qu'elles ne figurent dans une liste positive réglementaire.

– les allégations fonctionnelles devraient, dans les conditions déjà prévues par la CEDAP dans son avis du 18 décembre 1996, être soumises à la réglementation sur la publicité non trompeuse et validées, soit par une liste de référence soit par un organisme de référence externe à l'entreprise.

De manière générale, toutes ces allégations faisant l'objet d'une validation externe par un organisme compétent reconnu officiellement ou incluses dans une liste validée ou positive ne feraient l'objet que d'un contrôle a posteriori.

Le point sur lequel un consensus entre les collèges n'a pu être trouvé est le suivant :

- les allégations relatives à un état de santé, modifiant ou préservant un état. Selon les différents collèges du CNA, elles pourraient être encadrées selon les différentes options suivantes :
 - . autorisation expresse pour chaque couple allégation/produit que ce soit pour les allégations classiques (non incluses dans la liste positive sus-mentionnée) ou innovantes : pour le collège des consommateurs et pour une partie des experts du collège des scientifiques et des institutions scientifiques.
 - . autorisation tacite (déclaration + délai administratif avant mise sur le marché pour lequel le silence de l'administration vaudrait accord) : cette option, qui s'apparente à une procédure d'autorisation simplifiée n'a été considérée par aucun collège.
 - . déclaration simple lors de la mise sur le marché avec contrôle a posteriori seulement, avec ou sans validation externe : cette option a la préférence du collège des industries de transformation. Elle est également admise par un certain nombre d'experts dans la mesure où une période d'essai serait mise en œuvre.

2.2.5_ *La forme des allégations* .

Concernant la mise en forme des allégations santé, leur formulation est conforme aux connaissances en nutrition et implique une communication appropriée sur le caractère multifactoriel de l'état de santé et de maladies (mode de vie sain, alimentation diversifiée et équilibrée, activité physique, etc.).

Dans le cas où un système déclaratif avec contrôle a posteriori serait mis en place, la mise en forme des allégations santé devrait répondre à des lignes directrices ou à un guide de bonnes pratiques de communication, préparé par les professionnels. Il appartiendrait aux opérateurs de le rendre public et de veiller à son respect.

La communication doit permettre une adéquation entre ce que perçoit le consommateur qui est destinataire de la publicité et la nature des justifications.

2.2.6_ *La validation des allégations* .

La validation du fond scientifique de l'allégation par un organisme de référence externe aux entreprises est indispensable pour les allégations innovantes et très souhaitable dans tous les cas. Une liste pourrait être établie indiquant les organismes officiellement reconnus tels que les Centres de recherche en nutrition humaine (CRNH), comme étant aptes à évaluer un dossier de qualité satisfaisante pour la démonstration d'une allégation, sur la base de directives émanant de l'Agence de sécurité sanitaire des aliments. Cette proposition présente l'avantage de ne pas exclure des organismes de référence d'autres États.

2.2.7_ *Une période d'essai* .

Quel que soit le système choisi, le CNA estime qu'une période d'essai, sur une durée courte, pourrait être proposée. Il sera alors nécessaire de définir, précisément et à l'avance, la façon dont l'essai sera évalué. Au terme de cette période, il pourra être décidé de l'opportunité de pérenniser ou non cet essai.

Une harmonisation ou une reconnaissance du système français et ceux des autres États membres seront nécessaires pour les produits exportés et importés.

2.2.8_ *En aval, la répression des actions frauduleuses devrait être améliorée* .

Le CNA réitère sa position sur la nécessité de sensibiliser le corps judiciaire pour l'application stricte du corpus réglementaire existant permettant de lutter contre les opérateurs économiques déloyaux (cf. avis du 23 février 1989).

Une adaptation des actions de contrôle aux nouvelles techniques publicitaires, ainsi qu'une meilleure organisation des services de contrôle dans ce domaine devraient être mis en œuvre. Notamment, la détection des actions frauduleuses par une veille concernant toutes les formes de publicités devrait être assurée par les services de contrôle.

Les sanctions en cas de non respect de la réglementation devraient être mieux appliquées, en particulier en cas de récidive. Les supports annonceurs ou les distributeurs publiant ou reprenant des allégations litigieuses devraient être poursuivis de la même façon.

2.3_ *L'accompagnement du développement des allégations santé* .

2.3.1_ *Les allégations santé devraient s'inscrire obligatoirement dans un contexte d'éducation et d'information sur l'alimentation globale soit directement auprès des consommateurs soit indirectement via des relais* .

Le renforcement des actions d'éducation et d'information du consommateur sur l'alimentation est une condition sine qua non du développement des allégations. Cela implique une responsabilisation de tous

les acteurs de la filière alimentaire, et notamment du personnel responsable des communications santé. Les allégations sur des produits alimentaires précis, dont le but initial est de promouvoir un produit tout en informant loyalement le consommateur de façon responsable, doivent impérativement être relayées par une communication non publicitaire, inscrite dans une politique globale d'éducation et d'information sur l'alimentation. Il est, en effet, nécessaire d'expliquer la portée et les limites de l'allégation en la replaçant dans le contexte global d'une alimentation diversifiée et d'un mode de vie. Même si le but initial des allégations n'est pas celui de l'éducation, certains opérateurs individuellement ou collectivement mènent d'ores et déjà des actions d'éducation et d'information de qualité en nutrition et en alimentation. À cette occasion, le CNA rappelle son souhait d'une diffusion la plus large possible de ses avis et de ses recommandations générales sur l'alimentation.

Plus généralement, le CNA rappelle la nécessité d'une véritable politique nationale d'information et d'éducation des citoyens sur les sujets de la nutrition et de l'alimentation avec les moyens correspondants. Cette politique doit mettre en réseau les initiatives pluralistes, qu'elles proviennent des pouvoirs publics (CNA, CFES...), du milieu associatif (consommateurs, familial, sportif...), du domaine scientifique (INRA, INSERM, centres techniques...) ou du milieu scientifico-industriel (IFN, CERIN...) ou des interprofessions (ASPCC, CIV, APRIFEL...).

Cette politique devrait viser tant l'éducation initiale que la formation professionnelle (Collège des enseignants en nutrition, Association des enseignants du secondaire, Union nationale des associations de formation médicale continue, journalistes...).

Il convient, notamment, d'améliorer la formation en nutrition du personnel de santé par une approche de santé publique tournée vers l'homme sain et ne pas se limiter seulement à un enseignement tourné vers la prise en charge nutritionnelle de malades.

Les diététiciens qui ont déjà une formation spécifique devraient bénéficier d'études mieux adaptées aux orientations nouvelles de l'alimentation, de la nutrition et du domaine des allégations. Par ailleurs, il conviendrait d'améliorer la reconnaissance portée à cette profession, mal connue hors des milieux hospitaliers pour leur rôle auprès des bien portants.

Le CNA considère avec le plus grand intérêt l'idée de disposer d'une référence commune en matière d'éducation nutritionnelle et alimentaire et, à ce titre, souligne le rôle essentiel que pourrait jouer le Comité français de l'éducation pour la santé (CFES) dans ce domaine ainsi que dans le soutien qu'une telle référence pourrait apporter aux associations de consommateurs et aux industriels qui entreprennent de telles actions.

Le CNA souligne, dans la logique de son avis sur la restauration scolaire (avis du 30 septembre 1997), qu'une politique globale associant ces professions devrait contribuer à l'amélioration de la qualité nutritionnelle des repas servis en collectivité.

La multiplication des allégations santé publicitaires devrait nécessairement être compensée par une coopération des industriels individuellement ou collectivement aux actions d'éducation et d'information sur l'alimentation définies ci-dessus (référence commune...).

Dans l'information qui est délivrée directement au consommateur, une référence à la nécessité d'une alimentation diversifiée et équilibrée devrait systématiquement être rappelée sur un produit faisant état d'une allégation santé (sur l'étiquette, par exemple).

2.3.2_ Les allégations les plus fortes devraient faire l'objet d'une évaluation périodique .

L'évolution des comportements alimentaires est liée à de multiples facteurs. Leur surveillance et celles des modifications éventuelles de consommation devraient être analysées en étudiant, parmi ces facteurs, l'impact des allégations et celui des actions d'éducation et d'information.

Les associations des consommateurs et l'interprofession agroalimentaire, y compris les distributeurs, devraient coopérer individuellement ou collectivement à cette évaluation. Les pouvoirs publics devraient être en mesure d'en garantir la qualité et la fiabilité.

2.3.3_ Faire connaître le système de validation aux opérateurs économiques, nationaux et étrangers, pour permettre son application homogène quelle que soit la provenance des produits .

La bonne application du système mis en place en France exige qu'il soit transparent et facilement accessible à l'ensemble des opérateurs, nationaux ou non. Il doit s'appliquer de façon homogène à tous les produits destinés à l'alimentation humaine, que ce soit sur le fond ou sur la forme, dans un souci de protection du consommateur et de concurrence loyale, en tenant compte des principes du droit alimentaire et des textes existants.

• *En conclusion* .

Le CNA estime que les conditions nécessaires pour que les allégations faisant un lien entre alimentation et santé, y compris fonctionnelles, constituent un fait positif pour les consommateurs sont :

- 1) L'interdiction des allégations « thérapeutiques ».
- 2) La nécessité d'appliquer de façon transparente les mêmes principes à tous les produits destinés à l'alimentation humaine vecteurs d'allégations santé, quelles que soient leur nature et leur provenance.
- 3) La mise en œuvre d'une période d'essai, associée à une observation de l'évolution des comportements alimentaires, et une analyse de l'impact des allégations santé et des actions d'éducation et de formation (mode de vie, alimentation diversifiée), avant une mise en place définitive.
- 4) L'instauration d'un système réglementaire clarifié, efficace et proportionné au niveau de revendication des allégations santé, dans la mesure où le cadre législatif actuel nécessite des adaptations pour assurer la protection du consommateur, sa sécurité et la loyauté des échanges.
- 5) Le haut niveau de qualité de la justification scientifique des effets allégués.
- 6) La reconnaissance et la valorisation des fonctions d'expertise nécessaires à la validation des allégations et une réorganisation du système d'expertise pour en améliorer l'efficacité.
- 7) La mise en œuvre d'un guide de bonnes pratiques de la communication par les allégations dans le cadre général de la publicité loyale et non trompeuse.
- 8) La nécessité d'une plus grande rigueur dans l'application des sanctions des allégations frauduleuses.
- 9) L'amélioration de la capacité d'expertise propre des consommateurs, avec la collaboration des associations de consommateurs, auxquelles des moyens supplémentaires doivent être donnés.
- 10) La responsabilisation de tous les acteurs de la filière alimentaire utilisant les allégations santé.
- 11) Un accompagnement du développement des allégations santé par une éducation et une formation adaptées du grand public et des relais (médecins, enseignants, diététiciens...), qui rappelle la nécessité d'une alimentation diversifiée et équilibrée.
- 12) La mise en place d'une réelle politique de nutrition, et notamment d'une référence commune pour les actions d'information et d'éducation alimentaire et nutritionnelle.

Annexe .

Participants au groupe de travail du CNA sur les allégations faisant un lien entre alimentation et santé.

Président : M. Martin (INSERM U189).

Collège des consommateurs : M. Chouleur (ADEIC-FEN), M^{me} Guillon (UFCS), M. Orphelin (Léo Lagrange), M. Philippe (ANC), M^{me} Preisler (Familles rurales), M^{me} Rache (INDECOSA-CGT), M. Rabardel (ASSECO-CFDT).

Collèges des industries de transformation : M. Allain (L'Alliance 7/ANIA), M^{me} Gailing (ANIA/Nestlé), M. Kozlowsky (SODIAAL), M^{me} Loc'h (Danone).

Collège des scientifiques : M. Apfelbaum et M. Le Quintrec (Université Paris VI).

Collège des distributeurs : M. De Ginestel (Auchan).

Représentants des administrations : M^{me} Baelde (ministère de l'Économie, DGCCRF), M. Dauchet (ministère de l'Économie, DGCCRF), M^{me} Halley des Fontaines (ministère de l'Agriculture, DGAL), M^{me} Ton Nu (ministère de l'Agriculture, DGAL).

Collège des institutions scientifiques : M^{me} Astier-Dumas (CSHPF), M. Chambolle (INRA), M^{me} Collet-Ribbing (CNERNA).

Personnalités invitées : M^{me} Bichon (Safrane 75), M^{me} Berthier, (Kellogg's), M. Bornet (Eridania Bégin-Say), M. Bouis (Bureau de vérification de la publicité), M^{me} Cloutier (Kellogg's), M^{me} Cotelte (CFES), M^{me} Giachetti (CPC-France), M^{me} Girault (Université d'Angers), M^{me} Huteau (Association des diététiciens de langue française), M. Jaillon (président de la Commission du visa PP), M. Le Bail-Collet (SYNPA), M^{me} Leroy (SB Alliance), M^{me} Mignot (SYNPA), M^{me} Latour-Raulin (APRIFEL), M. Méjean (INSERM Nancy), M^{me} Prigent (Nestlé), M^{me} Thiriet (Auchan), M. Volatier (CREDOC).

Invités et excusés : M. Benezet (SNRC), M^{me} Le Luong (secrétariat d'État à la Santé, DGS), M. Perrot (CSCV), M. Martel (ministère de la Recherche), M^{me} Marino (CNC), M^{me} Nicoli (UFC), M. Moulin-Wright (CFCA).