

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

SECTION VII – ALLÉGATIONS RELIÉES À LA SANTÉ

Table des matières

VII – Allégations reliées à la santé	VII - 1
Aliment santé, nutritif, salubre, bon pour votre bien-être	VII - 1
Équilibré	VII - 1
Alimentation saine et conseils en alimentation	VII - 1
Lignes directrices relatives aux programmes d'information sur la santé traitant de la vente d'aliments	VII - 3
«Principes généraux concernant les allégations liées aux <i>Recommandations sur la nutrition</i> et au <i>Guide alimentaire canadien pour manger sainement</i> » et «Lignes directrices pour l'application des Principes généraux»	VII - 4
Référence à d'autres recommandations alimentaires	VII - 5
Allégations relatives à une «alimentation saine»	VII - 5
Référence au <i>Guide alimentaire canadien pour manger sainement</i>	VII - 6
Allégations publicitaires liées aux recommandations sur la nutrition faites par des organismes n'exerçant aucun contrôle sur l'emballage et l'étiquetage des produits alimentaires	VII - 7
Politique sur la distinction entre le matériel éducatif et le matériel publicitaire	VII - 8
Politique sur l'utilisation d'approbations, de logos et de sceaux d'approbation de tiers	VII - 9
Utilisation de symboles en forme de coeur et d'allégations relatives à la santé cardio-vasculaire	VII - 10
Aliments présentés comme contribuant à atteindre ou à maintenir un poids-santé	VII - 11
Allégations sur le rôle biologique des éléments nutritifs (y compris les allégations relatives aux effets physiologiques des fibres alimentaires)	VII - 12
Rôle biologique des éléments nutritifs	VII - 12
Allégations spécifiques	VII - 14
Allégations relatives aux effets physiologiques des fibres alimentaires ..	VII - 15
Témoignages et garanties concernant les vitamines et les minéraux nutritifs ..	VII - 15
Aliments toniques	VII - 16
Digestibilité	VII - 16
Aliment essentiel	VII - 16
Normes alimentaires	VII - 16
Allégations relatives à la prévention des maladies et allégations assimilant un aliment à une drogue	VII - 16
Traitement des maladies énumérées à l'annexe A	VII - 16
Information sur les régimes alimentaires et les maladies ne contrevenant pas à l'article 3 de la <i>Loi sur les aliments et drogues</i>	VII - 17
Traitement d'autres maladies	VII - 17
Obésité : régimes alimentaires	VII - 18
Médicamenteux	VII - 18
Allégations sur l'effet laxatif	VII - 19
Aliments utilisés à des fins nutritionnelles spéciales	VII - 19
Aliments à usage diététique spécial	VII - 19
Aliments à teneur réduite en glucides	VII - 20
Aliments sans sucre	VII - 20
Aliments à teneur réduite en calories	VII - 21
Aliments hypocaloriques	VII - 21
Aliments hyposodiques	VII - 21
Aliments sans gluten	VII - 22
Préparations pour régime liquide	VII - 22
Substituts de repas	VII - 22

Suppléments nutritifs	VII - 24
Définition d'un repas préemballé	VII - 24
Repas préemballés pour régimes amaigrissants	VII - 25
Aliments vendus par les cliniques d'amaigrissement	VII - 25
Aliments présentés comme étant conçus pour des régimes à très faible teneur en énergie	VII - 26
Aliments pour bébés et préparations pour nourrissons	VII - 27
Boissons pour sportifs, boissons isotoniques	VII - 27
Boissons pour sportifs	VII - 27
Boissons isotoniques	VII - 28
Annexe 1 – Maladies énumérées à l'annexe A de la <i>Loi sur les aliments et drogues</i>	VII - 29
Annexe 2 – Guide alimentaire canadien pour manger sainement	VII - 31
Annexe 3 – Lignes directrices pour l'application des <i>Principes généraux concernant les énoncés liés aux recommandations sur la nutrition qui figurent sur les étiquettes et dans la publicité</i>	VII - 33
Annexe 4 – Politique - allégations publicitaires liées aux recommandations sur la nutrition faites par des organismes n'exerçant aucun contrôle sur l'emballage et l'étiquetage des produits alimentaires	VII - 47
Annexe 5 – Politique au sujet de l'utilisation de symboles en forme de cœur et d'allégations relatives à la santé cardio-vasculaire sur les étiquettes et dans la publicité relatives aux aliments	VII - 53
Annexe 6 – Lignes directrices relatives aux programmes d'information sur la santé traitant de la vente d'aliments	VII - 57

VII – Allégations reliées à la santé

7.1 Aliment santé, nutritif, salubre, bon pour votre bien-être

Aucun aliment ne peut en soi maintenir la santé pour une période prolongée, exception faite des aliments spécialement préparés comme les préparations pour nourrissons et les préparations pour régimes liquides. Par conséquent, une description telle que «**sain**» ou «**aliment santé**» est à éviter si elle laisse entendre que la consommation d'un produit en particulier donne ou maintient la santé. Certains aliments peuvent être supérieurs à d'autres sur le plan nutritif, mais aucun à lui seul ne donne, ne rétablit ou ne maintient la santé. Un aliment peut toutefois être qualifié de «**nutritif**», de «**salubre**» ou de «**bon pour votre bien-être**» lorsqu'il s'agit de décrire la valeur nutritive d'un aliment de façon générale. Les consommateurs perçoivent souvent ces allégations comme signifiant qu'un produit est une bonne source d'au moins quelques éléments nutritifs. Ces allégations peuvent être trompeuses à moins qu'il ne soit prouvé que l'aliment en question est effectivement une bonne source d'au moins un élément nutritif. Toutefois, ces allégations n'appellent pas une déclaration de la valeur nutritive, ni la présentation de la liste de base de l'étiquetage nutritionnel ni une mention descriptive rappelant les lignes directrices sur l'alimentation. Des allégations additionnelles faites en conjugaison avec les allégations ci-dessus pourraient entraîner la présentation de l'étiquetage nutritionnel.

7.1.1 Équilibré

Aucun aliment ne peut passer pour «**équilibré**» ou pour être capable d'équilibrer un repas ou un régime. L'équilibre nutritionnel ne peut sans doute se produire qu'après un laps de temps raisonnable. Les aliments nutritifs peuvent favoriser un régime équilibré, mais on doit être extrêmement prudent en employant ce terme dans ce sens.

7.2 Alimentation saine et conseils en alimentation

Le régime alimentaire contribue de façon importante à la protection de la santé chez la population et réduit le risque de maladies liées à la nutrition. Les *Principes généraux concernant les allégations liées aux recommandations sur la nutrition et au Guide alimentaire canadien pour manger sainement qui figurent sur les étiquettes et dans la publicité*, ont trait aux énoncés liés aux recommandations sur la nutrition qui figurent sur les étiquettes et dans les annonces. Ils s'appliquent aussi à tout énoncé qui affirme, laisse entendre ou suppose qu'un aliment donné possède une ou plusieurs caractéristiques qui en font un élément acceptable dans le cadre d'un régime alimentaire sain.

La reconnaissance par de nombreux secteurs, comme la Fondation des maladies du coeur du Canada, qu'il existe un régime alimentaire sain pour tous, plutôt que plusieurs régimes différents, constitue un pas dans la bonne direction. Les *Recommandations sur la nutrition pour les Canadiens (RNC)* sont un guide dans le choix d'un régime

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

alimentaire qui apporterait les quantités recommandées de tous les aliments nutritifs essentiels tout en réduisant le risque de maladies chroniques. Les *Recommandations alimentaires pour la santé des Canadiens et Canadiennes (RASCC)* constituent les principaux énoncés du message devant être communiqué aux Canadiens en bonne santé. *Le Guide alimentaire canadien pour manger sainement (GACMS)* (annexe 2) poursuit la démarche amorcée par les RASCC, car il aborde l'alimentation dans son ensemble, fournissant des conseils qui se rapportent à tous les choix alimentaires.

L'étiquetage et la publicité peuvent jouer un rôle important dans le cadre d'une vaste initiative d'éducation sur la nutrition. En fournissant des renseignements sur la nutrition à l'endroit même où les consommateurs sont appelés à faire un choix alimentaire, c'est-à-dire dans les épiceries et les restaurants, on peut faciliter les bonnes décisions et promouvoir la santé chez de larges secteurs de la population. Il faut donc obtenir la coopération de nombreux secteurs et coordonner les efforts de chacun.

Les politiques, les programmes et les campagnes de promotion destinés aux consommateurs devraient appuyer ces lignes directrices sur l'alimentation. Les énoncés de principes suivants, qui se trouvent aux annexes de ce chapitre, peuvent s'avérer très utiles; les points principaux retrouvés dans chacun sont présentés aux rubriques 7.2.1 à 7.4.

- Lignes directrices relatives aux programmes d'information sur la santé traitant de la vente d'aliments (Direction des aliments, Santé Canada, mars 1995) (voir l'annexe 6)
- Principes généraux concernant les allégations liées aux *Recommandations sur la nutrition* et au *Guide alimentaire canadien pour manger sainement* qui figurent sur les étiquettes et dans la publicité (Principes généraux) - (Direction des aliments, Santé Canada - révisé en décembre 1993) (voir l'annexe 6) **et** Lignes directrices pour l'application des Principes généraux (Division des aliments, Agriculture et Agroalimentaire Canada, avril 1993) (voir les rubriques 7.2.2 et l'annexe 3)
- Politique sur les allégations publicitaires liées aux recommandations sur la nutrition faites par des organismes n'exerçant aucun contrôle sur l'emballage et l'étiquetage des produits alimentaires (Division des aliments, Agriculture et Agroalimentaire Canada, décembre 1995) (voir la rubrique 7.2.3 et l'annexe 4)
- Politique sur la distinction entre le matériel éducatif et le matériel publicitaire (Division des aliments, Agriculture et Agroalimentaire Canada, mars 1991) (voir la rubrique 7.2.4 et l'annexe I de l'annexe 6)
- Politique sur l'utilisation d'approbations, de logos et de sceaux d'approbation de tiers (Division des aliments, Agriculture et Agroalimentaire Canada, mars 1991) (voir la rubrique 7.3 et l'annexe II de l'annexe 6)

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

- Politiques au sujet de l'utilisation de symboles en forme de coeur et d'allégations relatives à la santé cardio-vasculaire sur les étiquettes et dans la publicité relatives aux aliments (Division des aliments, Agriculture et Agroalimentaire Canada, octobre 1992) (voir la rubrique 7.3.1 et l'annexe 5)
- Lettre de renseignements n° 793 - Promotion d'aliments visant à atteindre ou à maintenir un poids-santé (Direction des aliments, Santé Canada, avril 1991) (voir l'annexe 3)

7.2.1 Lignes directrices relatives aux programmes d'information sur la santé traitant de la vente d'aliments (voir aussi l'annexe 6)

1. Les lignes directrices ci-dessus visent à orienter l'application des programmes d'information sur la santé liés à la vente d'aliments dans les commerces de détail et dans les restaurants, du point de vue de la conformité à la *Loi* et au *Règlement sur les aliments et drogues*.
2. Ainsi, la diffusion de renseignements nutritionnels dans les points de vente est considérée comme de l'étiquetage ou de la publicité. Le vendeur est responsable de l'exactitude des renseignements concernant les aliments qu'il vend et doit veiller à ce que ces renseignements soient conformes aux dispositions pertinentes de la *Loi* et du *Règlement sur les aliments et drogues*.
3. Le statut légal des divers accessoires utilisés en magasin pour présenter des renseignements sur les aliments varie selon la nature de l'information requise. Les affiches et les affichettes de rayon dans les épiceries sont généralement considérées comme du matériel publicitaire, mais elles peuvent être perçues comme des étiquettes si elles sont placées à proximité d'un aliment non emballé (c'est-à-dire, un aliment qui n'a pas déjà une étiquette). Les menus, les sacs à provisions, les dépliants et autres articles peuvent être considérés comme du matériel publicitaire.
4. Lorsqu'une allégation est inscrite sur une étiquette, la déclaration requise doit également figurer sur cette étiquette. Lorsque l'allégation fait partie d'une annonce, la déclaration doit être mentionnée dans l'annonce si elle ne figure pas sur l'étiquette. En l'absence d'étiquette, une déclaration de la valeur nutritive fournie à l'appui d'une allégation doit être inscrite sur une affichette de rayon, une affiche, une affichette-chevalet ou un menu.
5. Le vendeur est responsable de l'exactitude des informations sur les étiquettes ou dans les annonces de l'aliment **tel qu'il est vendu**.
6. Dans le cas d'un aliment préemballé, c'est le fabricant qui est responsable de l'exactitude des renseignements sur l'étiquette, mais le vendeur est responsable de toute annonce en magasin ou de tout matériel d'étiquetage promotionnel conçu pour cet aliment et installé sur les rayons.

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

7. L'article 3 de la *Loi sur les aliments et drogues* interdit d'associer un produit alimentaire à la prévention d'une maladie figurant à l'annexe A (voir l'annexe 1 du présent guide). Cependant, un certain nombre de situations générales qui ne semblent pas constituer des infractions à l'article 3 sont présentées (voir la rubrique 7.11 sur les allégations relatives à la prévention des maladies).

7.2.2 «Principes généraux concernant les allégations liées aux *Recommandations sur la nutrition* et au *Guide alimentaire canadien pour manger sainement*» et «Lignes directrices pour l'application des Principes généraux» (voir l'annexe 3 et l'annexe 6)

1. Les *Principes généraux* s'appliquent à l'utilisation des *Recommandations sur la nutrition pour les Canadiens (RNC)*, des *Recommandations alimentaires pour la santé des Canadiens et Canadiennes (RASCC)* et du *Guide alimentaire canadien pour manger sainement (GACMS)* qui donnent des recommandations sur le régime alimentaire à privilégier (les trois documents dont il est question ici sont désignés ci-après par l'expression «**les habitudes alimentaires recommandées**»).
2. Les *Lignes directrices pour l'application des Principes généraux* servent de guide aux concepteurs d'étiquettes et d'annonces qui doivent appliquer les *Principes généraux* lorsqu'ils conçoivent des étiquettes et des annonces faisant référence aux «habitudes alimentaires recommandées», y compris les allégations qui lient des aliments à une alimentation saine.
3. On vise à encourager la transmission de messages uniformes sur ce que constitue une alimentation saine, afin d'éviter de tromper les consommateurs et de les aider plutôt à faire des choix éclairés dans ce domaine.
4. Les conseils en alimentation et les allégations reliées à une alimentation saine doivent être fidèles aux habitudes alimentaires recommandées. Les références aux habitudes alimentaires recommandées doivent être accompagnées de la liste de base de l'étiquetage nutritionnel. Dans le cas d'une annonce, ces renseignements doivent figurer dans l'annonce s'ils ne sont pas présentés sur l'étiquette.
5. Une souplesse dans l'élaboration des messages contenus dans les recommandations est permise pourvu que ceux-ci demeurent fidèles aux habitudes alimentaires recommandées.
6. Une utilisation partielle des messages contenus dans les habitudes alimentaires recommandées est permise à la condition d'indiquer qu'il s'agit **d'une partie** ou **d'un élément** des recommandations.
7. Les éléments nutritifs qui peuvent être mentionnés sont ceux qui figurent dans les RNC et les *principales conclusions* ainsi que ceux qui sont mentionnés dans le Rapport du comité scientifique, pourvu qu'il y ait compatibilité avec les RNC.

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

8. En ce qui a trait aux éléments nutritifs qui ne sont pas quantifiés, c.-à-d. le sodium, le cholestérol et les fibres alimentaires, il ne faut pas donner l'impression qu'il existe des recommandations officielles sur les apports en ces éléments nutritifs. Il est permis d'associer à un régime alimentaire sain une «**teneur faible**» ou une «**teneur réduite**» en un élément nutritif donné ou une recommandation visant à en limiter ou à en réduire l'apport.
9. Il est permis d'associer un aliment qui est une source de fibres alimentaires, soit ≥ 2 g par portion, à une recommandation visant à inclure ou à augmenter les fibres alimentaires provenant de sources diverses.

7.2.2.1 Référence à d'autres recommandations alimentaires

1. L'utilisation de nombreuses recommandations divergentes en matière d'alimentation jette la confusion dans les esprits et risque d'induire les consommateurs en erreur. Seuls des messages décrivant les habitudes alimentaires présentées dans *Recommandations sur la nutrition... Un appel à l'action** doivent être présentés.
2. Les énoncés qui suggèrent que des professionnels ou des organismes de la santé recommandent un comportement alimentaire particulier, ou encore les énoncés qui indiquent qu'une habitude alimentaire recommandée est généralement acceptée, sont considérés comme des références au RNC et doivent être étoffés. Toutes les principales associations ayant un lien avec la santé ont repris à leur compte les recommandations sur la nutrition.

(*On peut obtenir la publication «*Recommandations sur la nutrition... Un appel à l'action*», Santé Canada, 1989, en en faisant la demande à Publications, Santé Canada, Localisation postale 0913A, Ottawa, Ontario, K1A 0K9.)

7.2.2.2 Allégations relatives à une «alimentation saine»

1. Un aliment ne doit pas être décrit comme étant «**sain**», ou présenté de façon à insinuer qu'il l'est en soi.
2. Les allégations présentant un aliment comme un «**choix sain**» ou un «**élément d'une alimentation saine**» peuvent être acceptables si elles sont accompagnées d'une mention reliant l'aliment aux habitudes alimentaires recommandées (énoncé de liaison) et de la liste de base de l'étiquetage nutritionnel (valeur énergétique en calories et kilojoules, protéines, matières grasses et glucides en grammes). Dans le cas d'une publicité, ces renseignements doivent figurer dans l'annonce s'ils n'apparaissent pas sur l'étiquette.
3. Tout mot ou ensemble de mots dans lequel se trouvent les mots «**santé**» ou «**sain**» et qui fait allusion à l'alimentation, au régime alimentaire, aux styles de

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

vie ou aux choix alimentaires individuels est considéré comme une allégation «santé».

4. L'énoncé de liaison peut relier une caractéristique nutritionnelle de l'aliment à l'une ou plusieurs des recommandations, ou à une partie de celles-ci si on indique que la ou les recommandations font partie d'un ensemble de recommandations ou de lignes directrices. Par exemple, «**le yogourt de marque XX fait partie d'un régime alimentaire sain parce qu'il a une est faible teneur en matières grasses; une des Recommandations sur la nutrition pour les Canadiens affirme que le régime alimentaire ne devrait pas fournir plus de 30% de la quantité totale d'énergie sous formes de matières grasses**» ou «**la consommation de divers aliments contenant des fibres contribue à un régime alimentaire sain; le produit XX est riche en fibres alimentaires**».
5. Il n'est pas nécessaire de présenter un tableau d'étiquetage nutritionnel lorsque l'allégation publicitaire associe des groupes d'aliments aux recommandations sur une alimentation saine, dans la mesure où tout le groupe d'aliments du Guide alimentaire canadien pour manger sainement, est identifié (voir la politique relative aux organismes qui n'exercent aucun contrôle sur l'emballage et l'étiquetage des produits alimentaires).

7.2.2.3 Référence au *Guide alimentaire canadien pour manger sainement* (voir l'annexe 2)

1. Lorsqu'on fait référence au *Guide alimentaire canadien pour manger sainement*, il convient d'utiliser le titre officiel de cette publication.
2. Lorsque, sur l'étiquette ou dans l'annonce, un aliment est associé au *Guide alimentaire canadien pour manger sainement*, l'étiquette doit comporter un énoncé établissant un lien entre l'aliment et :
 - a) un ou plusieurs des conseils donnés dans le *Guide alimentaire canadien pour manger sainement*, et/ou
 - b) le nombre recommandé de portions selon le *Guide alimentaire canadien pour manger sainement*.
3. Dans le cas d'une annonce, ces renseignements doivent être présents dans l'annonce s'ils ne figurent pas sur l'étiquette.
4. On ne doit faire aucune comparaison entre des aliments appartenant à des groupes d'aliments différents, ni entre un aliment d'un groupe d'aliments et un aliment de la catégorie «Autres aliments». Quand on établit un lien entre des aliments de la catégorie «Autres aliments» et le *Guide alimentaire canadien pour manger sainement*, l'énoncé doit comporter une allusion à la modération.
5. Une référence au *Guide alimentaire canadien pour manger sainement* doit être accompagnée de la liste de base de l'étiquetage nutritionnel et, dans le cas

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

d'une annonce, ces renseignements doivent être présents dans la publicité s'ils ne figurent pas sur l'étiquette.

7.2.3 Allégations publicitaires liées aux recommandations sur la nutrition faites par des organismes n'exerçant aucun contrôle sur l'emballage et l'étiquetage des produits alimentaires (voir l'annexe 4)

La politique à cet égard s'applique aux allégations publicitaires au sujet de la contribution à une «**alimentation saine**» faite par des aliments qui ne sont pas préemballés. Elle s'adresse aux annonceurs qui n'exercent aucun contrôle sur l'emballage ou l'étiquetage des produits alimentaires, comme les organismes de commercialisation, de promotion ou d'information, y compris les organismes de santé.

Pour les allégations publicitaires qui lient des **groupes d'aliments** à une «alimentation saine», il faut se conformer à toutes les exigences énoncées dans les *Principes généraux*. Cependant, la liste de base de l'étiquetage nutritionnel (énergie en calories et en kilojoules, protéines, matières grasses et glucides en grammes) et l'énoncé établissant le lien avec les habitudes alimentaires recommandées ne sont pas obligatoires, pourvu :

- a) que l'aliment en question soit représenté par le générique correspondant au groupe d'aliments, et
- b) que l'allégation ne fasse pas directement ou indirectement allusion à un aliment particulier du groupe d'aliments mentionné, comme lorsqu'une illustration montre un seul aliment.

Pour les allégations publicitaires au sujet **d'aliments précis**, il faut se conformer à toutes les exigences énoncées dans les *Principes généraux* et le *Règlement sur les aliments et drogues*. Cependant, la liste de base de l'étiquetage nutritionnel et l'énoncé établissant le lien avec le régime alimentaire recommandé peuvent figurer ailleurs que dans l'annonce où est présentée l'allégation. Par exemple :

- a) Dans le cas d'une annonce radiodiffusée ou télédiffusée, la justification fournie par l'étiquetage nutritionnel peut figurer dans l'annonce, ou être fournie aux consommateurs qui sont invités à composer un numéro de téléphone sans frais, ou être distribuée gratuitement sous forme d'imprimés au point de vente au détail. Si l'information n'apparaît pas sur l'étiquette, elle doit figurer dans l'annonce.
- b) Dans le cas d'une annonce imprimée, la justification fournie par l'étiquetage nutritionnel doit figurer dans l'annonce.
- c) Dans le cas d'une annonce au point de vente au détail, la justification fournie par l'étiquetage nutritionnel doit figurer dans l'annonce imprimée, qui doit être à proximité de l'aliment (affichette de rayon, vidéo, brochure, affiche ou autre type d'imprimé) ou ailleurs dans le magasin, à condition, dans ce dernier cas, de mettre un avis approprié à proximité de l'allégation.
- d) Dans le cas d'une annonce présentée dans un restaurant, la justification fournie par l'étiquetage nutritionnel peut figurer dans une annonce imprimée (menu, affiche), sur un imprimé déposé sur un chevalet de table, ou ailleurs dans le restaurant, à condition, dans ce dernier cas, de mettre un avis approprié à proximité de l'allégation.

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

e) Toutes les exigences prescrites en vertu du *Règlement sur les aliments et drogues* continuent de s'appliquer. La règle est stricte quant à l'emplacement où doit figurer l'information nutritionnelle rendue obligatoire par la mention d'une allégation nutritionnelle précise sur une étiquette. Ainsi, lorsqu'une allégation apparaît sur l'étiquette, l'information nutritionnelle doit également y figurer.

7.2.4 Politique sur la distinction entre le matériel éducatif et le matériel publicitaire (voir l'appendice I de l'annexe 6)

1. La politique à cet égard s'applique au matériel imprimé, radiodiffusé et télédiffusé qui est produit, parrainé ou distribué par des personnes qui annoncent ou qui vendent des aliments, qu'elles reçoivent ou non la collaboration d'associations oeuvrant dans le domaine de la santé.
2. Elle clarifie ce qui peut être considéré comme du «matériel éducatif» par opposition à du «matériel publicitaire», aux fins de l'application de la *Loi* et du *Règlement sur les aliments et drogues*, plus particulièrement du paragraphe 3(1) de la *Loi*.
3. Par «publicité» ou «annonce», on entend notamment la présentation, par tout moyen, d'un aliment, d'une drogue, d'un cosmétique ou d'un instrument en vue d'en stimuler directement ou indirectement l'aliénation, notamment par vente» (article 2 de la *Loi sur les aliments et drogues*).
4. En général, le matériel imprimé et les annonces radiodiffusées et télédiffusées sont évalués au cas par cas. Ils peuvent être considérés comme du matériel éducatif, si les conditions suivantes sont respectées :
 - Le contenu est considéré de nature éducative lorsqu'il est conçu dans le but d'informer les consommateurs plutôt que de promouvoir la vente d'un produit, c.-à-d. que le matériel énonce des faits, sans souci de mise en marché, en présentant des données pertinentes et divers points de vue, et non seulement ceux qui favorisent le commanditaire.
 - Le commanditaire peut être identifié, mais le matériel ne doit comporter aucune marque de commerce, sauf la mention du commanditaire, laquelle ne doit pas attirer l'attention de manière indue.
 - Si le matériel vise une catégorie d'aliments, il **doit s'inscrire dans le contexte global** des recommandations sur une saine alimentation et satisfaire aux exigences des *Principes généraux*.
 - Le matériel éducatif doit être exposé loin des aliments (p. ex., près de l'entrée du magasin). Le matériel éducatif sera d'ordinaire considéré comme matériel publicitaire s'il est exposé, au point de vente, avec les aliments qu'il vise ou à proximité de ceux-ci.
5. Lorsque du matériel éducatif est produit exclusivement par un organisme qui ne vend pas d'aliments, le détaillant, le restaurateur, etc., qui a mis le matériel en montre peut être présumé responsable de son utilisation à des fins de publicité.

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

7.3 Politique sur l'utilisation d'approbations, de logos et de sceaux d'approbation de tiers (voir l'appendice 2 de l'annexe 6)

Le sommaire suivant traite de la politique sur l'utilisation d'approbations, de logos et de sceaux d'approbation de tiers.

1. L'approbation d'un organisme privé pourrait enfreindre les paragraphes 3(1) et 5(1) de la *Loi sur les aliments et drogues*. Les énoncés d'approbation où l'on affirme ou laisse croire ou supposer qu'un aliment ou une marque d'aliment en particulier a une «**valeur nutritive supérieure**» ou est «**plus sain**» que d'autres aliments sont considérés comme trompeurs puisque la santé est tributaire d'un régime alimentaire global plutôt que de la consommation de certains aliments bien précis. En outre, un énoncé d'approbation selon lequel un aliment peut prévenir l'une des maladies énoncées à l'annexe A de la Loi est erroné et expressément interdit.
2. La politique ne s'applique pas au symbole adopté par l'Association canadienne de la maladie coeliaque pour indiquer l'absence de gluten, ni aux valeurs de choix alimentaires de l'Association canadienne du diabète (voir la rubrique 7.15.7 du présent guide).
3. **Principes généraux**
 - L'utilisation du nom, de la déclaration, du logo, du symbole, du sceau d'approbation ou d'une autre marque déposée d'un tiers, sur l'étiquette ou dans l'annonce d'un aliment, peut être perçue par les consommateurs comme un signe d'approbation de cet aliment par l'organisme concerné.
 - Les approbations de tiers peuvent être considérées comme trompeuses, car un aliment qui porte un telle approbation peut être perçue par les consommateurs comme étant supérieur sur les plans de la santé, de la salubrité ou de la nutrition.
4. **Conditions pour l'utilisation du nom, de la déclaration, du logo, du symbole ou du sceau d'approbation de tiers**

On ne doit pas laisser supposer que l'aliment est supérieur sur les plans de la santé, de la salubrité ou de la nutrition, ou qu'il constitue un traitement, une mesure préventive d'une maladie ou un moyen de guérison.

De plus, on doit remplir l'une des trois conditions suivantes (sur l'étiquette) :

- a) le motif de l'utilisation du logo, etc. doit être clairement énoncé (p. ex., une aide financière);
- b) il doit être clairement indiqué que le nom, le logo, etc. ne constitue pas une approbation de l'aliment; ou

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

c) le nom du tiers doit être indiqué conjointement avec sa ou ses recommandation(s) ou lignes directrices en matière de nutrition.

7.3.1 Utilisation de symboles en forme de coeur et d'allégations relatives à la santé cardio-vasculaire (voir aussi la rubrique 7.11 et l'annexe 5)

Les paragraphes suivants résument la politique sur l'utilisation de symboles en forme de coeur et d'allégations relatives à la santé cardio-vasculaire, sur les étiquettes et dans les annonces.

1. L'utilisation de symboles en forme de coeur sur une étiquette ou un menu peut donner la fausse impression que la consommation de l'aliment en question assurera en soi la santé cardio-vasculaire.
2. Un symbole en forme de coeur ou le mot coeur peut être acceptable dans le logo ou dans le mot-symbole du nom d'un organisme de santé à condition qu'on ne laisse pas supposer que l'aliment en soi peut aider à prévenir les maladies cardio-vasculaires et que la présentation du nom, du logo ou du mot-symbole soit conforme aux conditions énoncées dans la politique sur l'utilisation d'approbations, de logos et de sceaux d'approbation de tiers.
3. On s'oppose à l'utilisation d'expressions comme **«aliment sain pour le coeur»**, **«choix sain pour le coeur»** et de tout autre terme synonyme sur une étiquette ou un menu. Elles laissent supposer qu'un aliment peut prévenir une des maladies énoncées à l'annexe A, allégation qui est spécifiquement interdite par les paragraphes 3(1) et/ou 5(1) de la *Loi sur les aliments et drogues*, quand, en fait, on sait qu'un régime alimentaire sain peut contribuer à réduire les risques de maladies, mais qu'il ne représente qu'un élément parmi les multiples facteurs en cause.
4. Il peut être acceptable qu'un programme d'information parrainé par un organisme de santé identifie des plats au menu des restaurants à l'aide d'une coche (✓) comme étant de bons choix à condition que le programme soit désigné comme tel, par exemple **«le programme Coeur atout est un programme d'information de la Fondation des maladies du coeur du Canada»** et qu'il satisfasse aussi aux exigences des *Principes généraux*.

7.4 Aliments présentés comme contribuant à atteindre ou à maintenir un poids-santé (voir la Lettre de renseignements, No. 793, de la Direction générale de la protection de la santé)

Les directives suivantes visent les aliments présentés comme contribuant à atteindre ou à maintenir un poids-santé.

Un aliment peut être présenté comme permettant d'atteindre et de maintenir un poids-santé, pourvu que les conditions suivantes soient respectées :

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

1. L'espace principal de l'étiquette de l'aliment et toute publicité sur cet aliment doit contenir la déclaration suivante : **«Dans le cadre d'un régime alimentaire sain, cet aliment peut aider à atteindre et à maintenir un poids-santé parce qu'il fournit ... par exemple: un apport énergétique réduit (suivi d'une déclaration offrant une comparaison appropriée) ; des portions contrôlées ; une faible teneur en matières grasses».**
2. L'étiquette doit fournir la liste de base des éléments nutritifs : valeur énergétique, teneur en protéines, en matières grasses et en glucides.
3. L'étiquetage ou la publicité peut associer l'aliment aux Recommandations sur la nutrition pour les Canadiens ou aux Recommandations alimentaires pour la santé des Canadiens et Canadiennes; toutefois lorsqu'on utilise une ou une partie de ces recommandations, celles-ci doivent être présentées comme une composante desdites recommandations.
4. L'aliment ne doit pas être étiqueté, emballé, annoncé, ou vendu de façon à donner l'impression qu'il peut être utilisé dans le cadre d'un régime amaigrissant.
5. Les étiquettes des aliments dont la marque de commerce ou l'appellation commerciale ont traditionnellement été associées à des aliments utilisés dans le cadre de régimes amaigrissants doivent comporter, bien en évidence à côté de la marque de commerce ou de l'appellation commerciale, une déclaration indiquant que l'aliment en question doit être utilisé pour le maintien plutôt que la perte de poids, par exemple : (mention de la marque de commerce ou de l'appellation commerciale) - **«pour maintien du poids».**

7.5 Allégations sur le rôle biologique des éléments nutritifs (y compris les allégations relatives aux effets physiologiques des fibres alimentaires)

7.5.1 Rôle biologique des éléments nutritifs

En vertu de la *Loi* et du *Règlement sur les aliments et drogues* (B.01.311, D.01.006 et D.02.004), des allégations portant sur l'action ou les effets des éléments nutritifs suivants sont admissibles :

protéines
matières grasses
glucides
sucres (tous les monosaccharides et disaccharides)
sorbitol
mannitol
xylitol
amidon
fibres alimentaires

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

acides aminés
acide linoléique
acides gras polyinsaturés à interruption *cis*-méthylénique
acides gras *cis*-monoinsaturés
acides gras saturés
vitamines et minéraux nutritifs énumérés aux tableaux 1 et 2 de la partie D du Règlement

aux conditions suivantes :

1. L'allégation **ne doit pas** porter directement ou indirectement sur le traitement, l'atténuation ou la prévention d'une maladie, d'un désordre ou d'un état physique anormal, ou de leurs symptômes, et **ne doit pas** non plus porter directement ou indirectement sur la correction, la restauration ou la modification des fonctions organiques (voir la rubrique 7.11.3 du présent guide pour la définition de ce qu'est une drogue).
2. L'allégation ne doit pas porter directement ou indirectement sur le traitement, la prévention ou la guérison des maladies mentionnées à l'annexe A de la *Loi sur les aliments et drogues* [paragraphe 3(1)].
3. L'allégation doit se limiter aux fonctions généralement reconnues de l'élément nutritif, comme aide au maintien des fonctions corporelles nécessaires à la santé et à la croissance et au développement normaux. Les fonctions généralement reconnues des éléments nutritifs figurent dans les *Recommandations sur la nutrition pour les Canadiens* (RNC).

Voici des exemples d'allégations **admissibles** :

- **«Le calcium favorise la formation et le maintien des os et des dents.»**
- **«Les protéines aident à la formation et à la réparation des tissus corporels.»**

Voici des exemples d'allégations **inadmissibles** :

- **«Le calcium combat les maladies osseuses comme l'ostéoporose.»**
 - **«Les protéines renforcent les muscles et vous rendent plus fort.»**
4. L'allégation entraîne une déclaration de la teneur en éléments nutritifs d'une portion déterminée de l'aliment.
 5. L'aliment doit renfermer une concentration minimum de l'élément nutritif. Dans le cas des protéines, une ration quotidienne normale doit avoir une cote protéique d'au moins 20; dans le cas des vitamines et des minéraux nutritifs,

Agence canadienne d'inspection des aliments

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

une portion déterminée doit contenir au moins 5 % de l'«apport quotidien recommandé» pour cet élément nutritif.

6. Les allégations relatives à l'action ou au rôle biologique des éléments nutritifs ne doivent pas laisser entendre que la consommation de l'aliment lui-même produit l'effet imputé à l'élément nutritif.

Voici un exemple d'une allégation **admissible** :

- **«Le lait est une excellente source de calcium, lequel contribue à la formation de bons os et de dents saines.»**

Voici un exemple d'une allégation **inadmissible** :

- **«Le lait contribue à la formation de dents saines et de bons os.»**

7. Les allégations générales suivantes sur le rôle biologique des éléments nutritifs, qui sont des fonctions qu'on leur attribue généralement (B.01.311, D.01.006 et D.02.004), sont admissibles :

- **«(nom de l'élément nutritif) contribue au maintien d'une bonne santé.»**
- **«(nom de l'élément nutritif) contribue à une croissance et un développement normaux.»**

7.5.2 Allégations spécifiques

Le tableau qui suit fournit un sommaire des allégations acceptables du rôle biologique des éléments nutritifs.

ALLÉGATIONS ADMISSIBLES QUANT À LA FONCTION BIOLOGIQUE DES ÉLÉMENTS NUTRITIFS	
PROTÉINES	- aident à la formation et à la réparation des tissus d'organisme - aident à la formation des anticorps
MATIÈRES GRASSES	- fournissent de l'énergie - favorisent l'absorption des vitamines liposolubles
GLUCIDES	- fournissent de l'énergie - interviennent dans l'utilisation des matières grasses
VITAMINE A	- contribue au développement normal des os et des dents - facilite la vue dans l'obscurité - favorise le maintien de la peau et des muqueuses en bon état
VITAMINE D	- joue un rôle dans la formation et le maintien de bons os et de dents saines - améliore l'assimilation et l'utilisation du calcium et du phosphore

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

ALLÉGATIONS ADMISSIBLES QUANT À LA FONCTION BIOLOGIQUE DES ÉLÉMENTS NUTRITIFS	
VITAMINE E	- prévient l'oxydation des graisses contenues dans les tissus
VITAMINE C	- joue un rôle dans le développement et la santé des os, des cartilages, des dents et des gencives
THIAMINE (VITAMINE B ₁)	- libère l'énergie des glucides - favorise la croissance normale
RIBOFLAVINE (VITAMINE B ₂)	- joue un rôle dans le métabolisme de l'énergie et la formation des tissus
NIACINE	- favorise la croissance et le développement normaux - joue un rôle dans le métabolisme de l'énergie et la formation des tissus
VITAMINE B ₆	- joue un rôle dans le métabolisme de l'énergie et la formation des tissus
FOLACINE	- contribue à la formation des globules rouges du sang
VITAMINE B ₁₂	- contribue à la formation des globules rouges du sang
ACIDE PANTOTHÉNIQUE	- joue un rôle dans le métabolisme de l'énergie et la formation des tissus
CALCIUM	- favorise la formation et le maintien de bons os et de dents saines
PHOSPHORE	- joue un rôle dans la formation et le maintien de bons os et de dents saines
MAGNÉSIUM	- joue un rôle dans le métabolisme de l'énergie, la formation des tissus et le développement osseux
FER	- joue un rôle dans la formation des globules rouges du sang
ZINC	- joue un rôle dans le métabolisme de l'énergie et la formation des tissus
IODE	- contribue au fonctionnement normal de la glande thyroïde

7.5.3 Allégations relatives aux effets physiologiques des fibres alimentaires

Les allégations mettant en valeur «**l'action régulatrice des fibres sur les fonctions intestinales**» sont acceptables lorsqu'un aliment apporte au moins **7 g** de fibres alimentaires provenant du **son de blé grossier** à une ration quotidienne normale. On peut faire de telles allégations pour **d'autres aliments** pourvu qu'elles soient étayées par des études cliniques montrant qu'une ration quotidienne normale de l'aliment exerce une action régulatrice et n'a pas d'effets délétères. Si une ration quotidienne normale comprend **plusieurs portions**, l'allégation doit préciser la quantité de l'aliment et le nombre de portions nécessaires pour que s'exerce l'action régulatrice.

Les allégations selon lesquelles un aliment est un «**laxatif**» ou qu'il prévient ou guérit la «**constipation**», ou les allégations selon lesquelles un aliment ou une fibre abaisse les lipides sanguins ou le cholestérol, a un effet sur le taux de glucose sanguin ou contribue

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

à une perte de poids ou au contrôle de l'appétit, sont considérées comme réservées aux médicaments et ne sont pas acceptables.

7.6 Témoignages et garanties concernant les vitamines et les minéraux nutritifs

Dans une annonce ou sur une étiquette d'un aliment décrit comme contenant une vitamine ou un minéral nutritif, il est interdit de donner quelque assurance ou garantie que ce soit à l'égard du résultat qui pourrait, a été ou sera obtenu en ajoutant la vitamine ou le minéral nutritif au régime alimentaire d'une personne. Il est également interdit de citer, de reproduire ou de faire allusion à quelque témoignage que ce soit (D.01.012, D.02.008, *RAD*).

Les garanties ne doivent pas être utilisées en association avec des allégations sur les propriétés nutritives ou thérapeutiques. La *Loi* et le *Règlement sur les aliments et drogues* ne permettent pas aux fabricants ou aux annonceurs de garantir la satisfaction ni de donner l'assurance des résultats à obtenir à la suite de l'addition de vitamines ou d'autres éléments nutritifs au régime alimentaire. Ainsi, une déclaration telle que «**la consommation quotidienne du jus d'orange Sunlite vous permet de ne jamais manquer de vitamine C**» n'est **pas permise** dans la publicité pour un aliment [D.01.012 et D.02.008, *RAD*, et par. 52(1) de la *Loi sur la concurrence*].

7.7 Aliments toniques

L'expression «aliment **tonique**» a été utilisée pour désigner une catégorie d'aliments jugés susceptibles de redonner un degré normal de vigueur ou de rétablir la santé. De nos jours, on ne l'utilise plus ainsi. Aucun aliment ne peut être présenté comme un tonique efficace. Néanmoins, il existe des aliments comme le «**soda tonique**» qui n'ont aucune propriété thérapeutique et pour lesquels le terme «tonique» désigne un arôme.

7.8 Digestibilité

Le terme digestibilité au sens courant veut dire qu'un aliment peut être facilement ou confortablement digéré sans effet désagréable. Dans les écrits scientifiques, l'expression «coefficient de digestibilité» au sujet d'un élément nutritif spécifique, telle la protéine, a un sens tout à fait différent si bien qu'on ne peut pas l'employer pour qualifier la digestibilité d'un aliment.

7.9 Aliment essentiel

Un aliment donné ne peut pas être décrit comme un élément «**essentiel**» d'un régime alimentaire. Santé Canada et les associations professionnelles publient périodiquement des recommandations en matière de nutrition à l'intention des Canadiens, afin qu'on les intègre aux programmes d'enseignement pour aider le public à adopter une saine alimentation. Ces recommandations ne peuvent pas être utilisées pour justifier l'utilisation de ce qualificatif.

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

7.10 Normes alimentaires

Les annonces ne doivent pas citer les normes officielles ou officieuses qui énumèrent ou proposent des apports en certains éléments nutritifs pour recommander la consommation d'aliments particuliers. Ces normes portent sur les besoins nutritionnels globaux et n'ont pas été établies à des fins promotionnelles pour un aliment particulier ou un groupe d'aliments. Par exemple, il serait trompeur de déclarer que 100 % de l'«apport quotidien recommandé» pour un élément nutritif ne peut être comblé à moins qu'un aliment particulier ne soit consommé.

7.11 Allégations relatives à la prévention des maladies et allégations assimilant un aliment à une drogue

7.11.1 Traitement des maladies énumérées à l'annexe A

Le paragraphe 3(1) de la *Loi sur les aliments et drogues* stipule qu'«il est interdit de faire la publicité d'un aliment, d'une drogue, d'un cosmétique ou d'un instrument à titre de traitement ou de mesure préventive d'une maladie, d'un désordre ou d'un état physique anormal énumérés à l'annexe A à titre de moyen de guérison» (voir l'annexe 1).

Ce paragraphe 3(1) de la *Loi sur les aliments et drogues* a été promulgué afin d'empêcher le grand public d'être exposé à des allégations de caractère publicitaire sur de graves problèmes de santé que seul un médecin peut diagnostiquer et traiter.

7.11.2 Information sur les régimes alimentaires et les maladies ne contrevenant pas à l'article 3 de la *Loi sur les aliments et drogues*

Une mention telle que «**un régime à faible teneur en matières grasses saturées peut réduire le risque de maladies du coeur**» est permise uniquement dans le cas où **aucun lien** n'est établi avec un produit particulier mis en vente. L'inscription de cette mention sur une étiquette ou son inclusion dans une annonce faite pour un produit particulier est considérée comme contrevenant au paragraphe 3(1) ou au paragraphe 3(2).

On considère que les situations générales suivantes ne constituent pas des infractions aux paragraphes 3(1) et 3(2) :

- a) les mentions qui n'établissent pas de lien avec un produit particulier mais qui décrivent le rôle du régime alimentaire dans la prévention des maladies en précisant le nom d'un organisme (p. ex., les messages d'intérêt public);
- b) les livres et le matériel éducatif (voir la rubrique 7.2.4) qui décrivent le rôle du régime alimentaire dans la prévention des maladies et dont la publication est parrainée par une société ou une marque commerciale d'une société, mais qui ne peuvent pas être considérés comme de la publicité en faveur de l'aliment en question;
- c) les directives et les recommandations en matière d'alimentation inscrites sur les étiquettes et incluses dans les annonces qui sont approuvées (voir la rubrique 7.3) par un organisme de santé non gouvernemental, mais qui ne font

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

pas allusion au potentiel préventif, thérapeutique ou curatif de l'aliment en question.

7.11.3 Traitement d'autres maladies

Bien que rien n'interdise la publicité d'un aliment en tant que remède contre des maladies autres que celles énumérées à l'annexe A, tout aliment pour lequel de telles allégations sont faites est considéré comme une drogue en vertu de l'article 2 de la *Loi sur les aliments et drogues* qui définit une drogue dans les termes suivants : «*les substances ou mélanges de substances fabriqués, vendus ou présentés comme pouvant servir :*

- a) *au diagnostic, au traitement, à l'atténuation ou à la prévention d'une maladie, d'un désordre, d'un état physique anormal, ou de leurs symptômes, chez l'homme ou les animaux;*
- b) *à la restauration, à la correction ou à la modification des fonctions organiques chez l'homme ou les animaux».*

7.12 Obésité : régimes alimentaires

Puisque l'obésité est citée à l'annexe A de la *Loi sur les aliments et drogues*, il est interdit d'annoncer au grand public des aliments comme moyen de traiter, de prévenir ou de guérir cette maladie. Toutefois, on fait une distinction entre l'obésité et l'embonpoint. Pour l'application de l'annexe A, quiconque a un indice de masse corporelle de 37 est considéré comme souffrant d'obésité.

Les seuls aliments qu'il est permis d'annoncer en vue de les utiliser dans un programme pour la perte de poids sont décrits au titre 24 du *Règlement sur les aliments et drogues* (voir la rubrique 7.15). Ce sont :

- a) les substituts de repas spécialement préparés;
- b) les repas préemballés prévus pour les régimes amaigrissants;
- c) les aliments vendus par des cliniques d'amaigrissement;
- d) les aliments présentés comme étant conçus pour des régimes à très faible teneur en énergie.

Les étiquettes sur les substituts de repas qui **ne remplacent pas** tous les repas d'une journée et sur les repas préemballés prévus pour les régimes amaigrissants doivent inclure dans le mode d'emploi un menu type de sept jours qui, lorsque l'on s'y conforme, procure un apport énergétique quotidien d'au moins 1 200 calories (5 040 kJ).

Le Règlement exige que l'annonce d'un substitut de repas ou d'un repas préemballé porte la mention selon laquelle la conformité au mode d'emploi peut réduire l'apport énergétique, réduction nécessaire à une perte de poids.

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

Les témoignages affirmant une perte de poids rapide, qui est jugée comme un danger pour la santé, et les témoignages des personnes qui ont souffert d'obésité sont inadmissibles (voir l'annexe 1, **Maladies énumérées à l'annexe A de la Loi sur les aliments et drogues**).

7.13 Médicamenteux

Un produit ne doit pas être vendu comme un aliment s'il est qualifié de **«médicamenteux»** puisque ce terme sert à décrire des produits auxquels on a ajouté une substance médicinale afin de traiter ou de prévenir une maladie. En vertu de la *Loi sur les aliments et drogues*, de tels aliments sont considérés comme des drogues et doivent être étiquetés et annoncés comme telles, conformément au *Règlement sur les aliments et drogues*.

7.14 Allégations sur l'effet laxatif

Les produits annoncés comme des laxatifs sont considérés comme des drogues. La seule mention d'**«effet laxatif»** ou de **«soulagement de la constipation»** sur une étiquette ou dans un annonce caractérise le produit comme une drogue. Par ailleurs, des expressions comme **«action régulatrice sur les fonctions intestinales»** et **«facilite les fonctions intestinales»** ne sont pas considérées comme des allégations assimilant un aliment à une drogue lorsqu'elles sont appliquées à un aliment. Ces dernières expressions font référence à la mollesse et au volume normaux des selles résultant des facteurs tels que l'augmentation de résidus non digérés ou de la masse bactérienne, le piégeage des gaz stomacaux ou la rétention d'eau (voir la rubrique 7.5.3).

7.15 Aliments utilisés à des fins nutritionnelles spéciales

7.15.1 Aliments à usage diététique spécial [RAD, titre 24]

Les exigences relatives à la composition et à l'étiquetage des «aliments à usage diététique spécial» énoncées dans le Règlement sont détaillées et explicites.

Conformément à l'article B.24.001 du Règlement, un «aliment à usage diététique spécial» désigne un aliment qui a été spécialement transformé ou formulé pour satisfaire les besoins alimentaires particuliers d'une personne

- manifestant un état physique ou physiologique particulier suite à une maladie, une blessure ou un désordre fonctionnel, ou
- chez qui l'on cherche à obtenir un résultat particulier, y compris, sans s'y limiter, une perte de poids, grâce au contrôle de sa ration alimentaire.

En général, seuls les aliments mentionnés au paragraphe B.24.003(1) du Règlement peuvent être présentés de manière à créer l'impression qu'il s'agit d'aliments à usage diététique spécial. Les aliments décrits par certains termes et expressions tels que «à

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

teneur réduite en glucides», «sans sucre», «à teneur réduite en calories», «à teneur réduite en énergie», «faible en énergie», «hypocalorique», «hyposodique» et leurs synonymes doivent satisfaire aux exigences mentionnées dans le titre 24 pour les aliments à usage diététique spécial. Une préparation pour régime liquide, un substitut de repas et un supplément nutritif ainsi qu'un aliment sans gluten et un aliment recommandé pour les régimes à teneur réduite en protéines, les régimes à faible teneur en acides aminés ou les régimes à très faible teneur en énergie sont également considérés comme des aliments à usage diététique spécial dans le titre 24.

Les expressions **«contient 25 % moins de sel que...», «non salé», «sans sel ajouté»** ne sont pas des allégations réservées à des aliments d'usage diététique spécial. Des allégations semblables pour les glucides, le sucre et les calories peuvent être utilisées pour décrire des aliments qui ne sont pas destinés à un usage diététique spécial (voir la section VI).

Les aliments à usage diététique spécial suivants peuvent être présentés comme étant conçus pour les régimes amaigrissants pourvu qu'ils satisfassent aux exigences prescrites au titre 24 : les substituts de repas et les repas préemballés prévus pour les régimes amaigrissants, les aliments vendus par une clinique d'amaigrissement à ses clients dans le cadre d'un programme d'amaigrissement supervisé par le personnel de la clinique, et les aliments présentés comme étant destinés aux régimes à très faible teneur en énergie.

7.15.2 Aliments à teneur réduite en glucides [RAD, B.24.004, B.24.009]

Un «aliment à teneur réduite en glucides» est un aliment

- qui tirerait au moins 25 % de ses calories de son contenu en glucides si la teneur en glucides n'était pas réduite; et
- qui, lorsque prêt à servir, ne contient pas plus de 50 % de glucides disponibles et ne fournit pas plus de calories qu'il ne le ferait si sa teneur en glucides n'était pas réduite.

L'étiquette d'un aliment «à teneur réduite en glucides» doit porter des renseignements sur la teneur en certains éléments nutritifs et, sur l'espace principal, à proximité du nom usuel et en caractères de même dimension que celui-ci, la mention **«réduit en glucides»**. L'étiquette et l'annonce d'un aliment «à teneur réduite en glucides» doivent préciser que l'aliment est recommandé pour les **«régimes à teneur réduite en glucides»** (B.24.009).

7.15.3 Aliments sans sucre [RAD, B.24.005, B.24.010]

Un aliment «sans sucre» est un aliment à teneur réduite en glucides qui, lorsque prêt à servir,

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

- ne contient pas plus de 0,25 % de glucides disponibles, déterminé par une méthode acceptable, et
- ne fournit pas, exception faite de la gomme à mâcher, plus d'une calorie par 100 g ou par 100 mL de l'aliment.

L'étiquette d'un aliment «sans sucre» doit porter des renseignements sur la teneur en certains éléments nutritifs et, sur l'espace principal, à proximité du nom usuel et en caractères de même dimension que celui-ci, la mention «**sans sucre**». L'étiquette et l'annonce d'un aliment «sans sucre» doivent préciser que l'aliment est recommandé pour les «**régimes à teneur réduite en glucides**» (B.24.010).

7.15.4 Aliments à teneur réduite en calories [RAD, B.24.006, B.24.011]

Un aliment à «teneur réduite en calories» est un aliment qui, au moment d'être servi, ne fournit pas plus de 50 % des calories qu'il fournirait normalement si sa teneur en calories n'était pas réduite.

L'étiquette d'un aliment à «teneur réduite en calories» doit porter des renseignements sur la teneur en certains éléments nutritifs et, sur l'espace principal, à proximité du nom usuel et en caractères de même dimension que celui-ci, la mention «**réduit en calories**». L'étiquette et l'annonce d'un aliment à «teneur réduite en calories» doivent préciser que l'aliment est recommandé pour les «**régimes à teneur réduite en calories**» (B.24.011).

7.15.5 Aliments hypocaloriques [RAD, B.24.007, B.24.012]

Un aliment «hypocalorique» est

- un aliment à teneur réduite en calories, et
- un aliment prêt à servir ne fournissant pas plus de 15 calories par portion normale et pas plus de 30 calories par ration quotidienne normale visée à l'annexe K (voir l'annexe 1 de la section VI).

L'étiquette d'un aliment «hypocalorique» doit porter des renseignements sur la teneur en certains éléments nutritifs et, sur l'espace principal, à proximité du nom usuel et en caractères de même dimension que celui-ci, la mention «**hypocalorique**». L'étiquette et l'annonce d'un aliment «hypocalorique» doivent préciser que l'aliment est recommandé pour les «**régimes à teneur réduite en calories**» (B.24.012).

7.15.6 Aliments hyposodiques [RAD, B.24.008, B.24.013]

Un aliment «hyposodique» est un aliment qui, au moment d'être servi, ne contient

- pas plus de 50 % du sodium qu'il contiendrait normalement si sa teneur en sodium n'était pas réduite;

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

- pas plus de 40 mg de sodium par 100 g de l'aliment, sauf dans le cas des produits de la viande, du poisson et de la volaille, et du fromage cheddar;
- pas plus de 80 mg de sodium par 100 g de l'aliment, dans le cas des produits de la viande, du poisson et de la volaille;
- pas plus de 50 mg de sodium par 100 g de l'aliment, dans le cas du fromage cheddar;
- pas de sels de sodium ajoutés, sans dans le cas des succédanés de sel.

L'étiquette d'un aliment «hyposodique» doit porter des renseignements sur la teneur en certains éléments nutritifs et, sur l'espace principal, à proximité du nom usuel et en caractères de même dimension que celui-ci, la mention «**hyposodique**». L'étiquette et l'annonce d'un aliment «hyposodique» doivent préciser que l'aliment est recommandé pour les «**régimes à teneur réduite en sodium**» (B.21.013).

7.15.7 Aliments sans gluten [RAD, B.24.018, B.24.019]

Il est interdit d'étiqueter, d'emballer ou de vendre un aliment ou d'en faire la publicité de manière à donner l'impression qu'il est «sans gluten», sauf s'il s'agit d'un aliment qui ne contient ni blé – dont l'épeautre et le kamut –, ni avoine, ni orge, ni seigle, ni triticales, ni aucun élément de ces grains.

L'étiquette d'un aliment annoncé ou étiqueté comme un aliment «sans gluten», doit préciser la valeur énergétique et la teneur en protéines, en matières grasses et en glucides de l'aliment (B.24.019) (voir la section 7.3 et l'appendice II de l'annexe 6).

7.15.8 Préparations pour régime liquide [RAD, B.24.001, B.24.100 à B.24.103]

Aux termes de l'article B.24.001 du Règlement, une «préparation pour régime liquide» désigne un aliment

- qui est vendu pour consommation sous forme liquide, et
- qui est vendu ou présenté comme régime alimentaire complet pris par voie orale ou administré à la sonde stomacale à une personne manifestant un état physique ou physiologique particulier suite à une maladie, une blessure ou un désordre fonctionnel.

Une préparation pour régime liquide doit être un substitut complet à l'ensemble d'un régime alimentaire en ce qu'il satisfait aux besoins nutritionnels d'une personne (B.24.102). Il est interdit d'annoncer une préparation pour régime liquide auprès du grand public (B.24.100) et de l'assimiler à une préparation pour nourrissons (voir la rubrique 7.16 du présent guide).

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

Les exigences relatives à la composition d'une préparation pour régime liquide sont précisées à l'article B.24.102 du Règlement. Les exigences relatives à l'étiquetage d'une préparation pour régime liquide sont précisées à l'article B.24.103 du Règlement.

7.15.9 Substituts de repas [RAD, B.24.200, B.24.202, B.24.204]

Aux termes de l'article B.01.001 du Règlement, un «substitut de repas» est une préparation alimentaire qui, à elle seule, peut remplacer au moins un repas quotidien.

Les exigences relatives à la composition d'un substitut de repas sont précisées à l'article B.24.200 du Règlement. Parmi ces exigences, mentionnons une teneur minimale en énergie de 225 calories par portion, une qualité et une quantité données de protéines, une teneur maximale en matières grasses (35 % de l'énergie utilisable), et une quantité donnée de certains éléments minéraux et vitamines. Lorsqu'un substitut de repas est présenté comme pouvant remplacer tous les repas de la journée, au plus 30 % de l'énergie utilisable doit provenir des matières grasses et au plus 10 % de l'énergie utilisable, des gras saturés.

Les exigences relatives à l'étiquetage d'un substitut de repas sont précisées dans les articles B.24.202 et B.24.204 du Règlement. Elles diffèrent selon que le substitut de repas est vendu ou annoncé comme étant le substitut de tous les repas de la journée, de certains repas seulement ou comme étant destiné aux régimes amaigrissants. Parmi les exigences en matière d'étiquetage, mentionnons :

- la teneur en certains éléments nutritifs par portion déterminée tel que l'aliment est vendu et par quantité spécifiée lorsqu'il est prêt à servir;
- un mode d'emploi qui assurera au consommateur un apport énergétique quotidien d'au moins 1 200 calories (5 040 kilojoules) dans le cas d'un substitut de repas vendu ou annoncé comme étant conçu pour un régime amaigrissant [B.24.202 b)]; si le substitut de repas est présenté comme pouvant remplacer tous les repas d'une journée, le mode d'emploi doit assurer au consommateur un apport énergétique quotidien d'au moins 900 calories (3 780 kilojoules);
- dans le cas d'un substitut de repas vendu ou annoncé comme élément d'un régime amaigrissant, la mention **«utile pour perdre du poids seulement dans le cadre d'un régime à teneur réduite en énergie / useful in weight reduction only as part of an energy-reduced diet»**, inscrite bien en évidence dans l'espace principal de l'étiquette [B.24.202 e)] (cette mention doit également figurer dans toutes les annonces du produit);
- dans le cas d'un substitut de repas non présenté comme pouvant remplacer tous les repas d'une journée, un mode d'emploi donnant un exemple d'un menu de sept jours montrant quel repas peut être remplacé par le substitut, lorsque ce dernier est emballé, vendu ou annoncé comme élément d'un régime amaigrissant.

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

Les exigences relatives au menu type sont précisées à l'article B.24.204 du Règlement. Chaque repas doit comprendre au moins une portion de chacun des quatre groupes d'aliments mentionnés dans le *Guide alimentaire canadien pour manger sainement*. En plus de prévoir un apport énergétique quotidien minimal de 1 200 calories, le menu doit assurer une teneur maximale ou minimale en d'autres éléments nutritifs comme les matières grasses, le gras saturé, les vitamines et les minéraux nutritifs. Aucune référence ne doit être faite dans le menu à des suppléments vitaminiques ou minéraux.

Les étiquettes ou les annonces ne doivent pas faire allusion, ni directement ni indirectement, à des suppléments vitaminiques ou minéraux. Il est interdit d'étiqueter ou d'annoncer un substitut de repas de manière à donner l'impression que la

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

consommation de suppléments vitaminiques ou minéraux doit ou devrait faire partie d'un régime amaigrissant.

7.15.10 Suppléments nutritifs [RAD, B.24.201, B.24.202]

Aux termes de l'article B.01.001 du Règlement, un «supplément nutritif» est un aliment vendu ou présenté comme supplément à un régime alimentaire dont l'apport en énergie et en éléments nutritifs essentiels peut ne pas être suffisant.

Les exigences relatives à la composition d'un supplément nutritif sont précisées à l'article B.24.201 du Règlement. Elles diffèrent selon le nombre de calories par portion fournies par le supplément nutritif. Par exemple, lorsqu'un supplément nutritif contient moins de 225 calories par portion, il doit satisfaire aux exigences suivantes : teneur en énergie d'au moins 150 calories, une qualité et une quantité données de protéines, et une quantité donnée de certains éléments minéraux et vitamines. Lorsqu'un supplément nutritif procure 225 calories ou plus par portion, il doit satisfaire notamment aux exigences suivantes : une quantité et une qualité données de protéines, une quantité maximale de matières grasses, et une quantité précise de certains éléments minéraux et vitamines.

Les exigences relatives à l'étiquetage d'un supplément nutritif sont précisées à l'article B.24.202 du Règlement. Ainsi, il faut indiquer sur l'étiquette la teneur en certains éléments nutritifs par portion déterminée tel que l'aliment est vendu et par quantité spécifiée lorsqu'il est prêt à servir.

7.15.11 Définition d'un repas préemballé

Aux termes de l'article B.01.001 du Règlement, un «repas préemballé» est défini comme étant un choix préemballé d'aliments destiné à une seule personne, qui ne requiert aucune autre préparation que le réchauffage et qui contient au moins les portions suivantes, selon la description qui en est donnée dans la publication intitulée *Guide alimentaire canadien pour manger sainement* :

- une portion de viande, poisson, volaille, légumineuses, noix, graines, oeufs ou lait ou produits du lait autres que le beurre, la crème, la crème sure, la crème glacée, le lait glacé et le sorbet;
- une portion de légumes, fruits ou produits céréaliers.

Il n'y a aucune exigence précise concernant l'étiquetage d'un repas préemballé qui n'est pas emballé, vendu ou annoncé comme étant conçu pour les régimes amaigrissants. Pour les repas préemballés qui sont présentés comme étant conçus pour les régimes amaigrissants, voir la rubrique 7.4.

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

7.15.11.1 Repas préemballés pour régimes amaigrissants [RAD, B.24.003, B.24.204, B.24.205]

Les exigences en matière d'étiquetage d'un repas préemballé qui est emballé, vendu ou annoncé pour les régimes amaigrissants sont précisées dans les articles B.24.203 et B.24.204 du Règlement. Entre autres, l'étiquette doit porter les renseignements suivants :

- la teneur en certains éléments nutritifs par portion déterminée tel que l'aliment est vendu et par quantité spécifiée lorsqu'il est prêt à servir [B.24.203a)];
- la mention «**utile pour perdre du poids seulement dans le cadre d'un régime à teneur réduite en énergie / useful in weight reduction only as part of an energy-reduced diet**», inscrite bien en évidence dans l'espace principal [B.24.203 b)] (cette mention doit également figurer dans toutes les annonces du produit);
- dans le mode d'emploi, un menu type de sept jours dans lequel figure le repas préemballé (B.24.204).

Les exigences relatives au menu type sont précisées dans l'article B.24.204 du Règlement. Chaque repas doit comprendre au moins une portion de chacun des quatre groupes d'aliments mentionnés dans le *Guide alimentaire canadien pour manger sainement*. En plus de prévoir un apport énergétique quotidien minimal de 1 200 calories, le menu doit assurer une teneur maximale ou minimale en d'autres éléments nutritifs comme les matières grasses, le gras saturé, les vitamines et les minéraux nutritifs. Aucune référence ne doit être faite dans le menu à des suppléments vitaminiques ou minéraux.

Les étiquettes ou les annonces ne doivent pas faire allusion, ni directement ni indirectement, à des suppléments vitaminiques ou minéraux. Il est interdit d'étiqueter ou d'annoncer un substitut de repas de manière à donner l'impression que la consommation de suppléments vitaminiques ou minéraux doit ou devrait faire partie d'un régime amaigrissant.

7.15.12 Aliments vendus par les cliniques d'amaigrissement [RAD, B.24.203, B.24.204, B.24.205]

Les cliniques d'amaigrissement peuvent présenter et vendre des aliments dans le cadre d'un régime amaigrissant supervisé par le personnel de la clinique.

Les exigences relatives à l'étiquetage des aliments vendus par les cliniques d'amaigrissement sont précisées dans les articles B.24.203, B.24.204 et B.24.205 du Règlement. Les étiquettes doivent notamment fournir les renseignements suivants :

- la teneur en certains éléments nutritifs par portion déterminée tel que l'aliment est vendu et par quantité spécifiée lorsqu'il est prêt à servir «B.24.203 a)];

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

- la mention «**utile pour perdre du poids seulement dans le cadre d'un régime à teneur réduite en énergie / useful in weight reduction only as part of an energy-reduced diet**», inscrite bien en évidence dans l'espace principal [B.24.203 b] (cette mention doit également figurer dans toutes les annonces du produit);
- dans le mode d'emploi, un menu type de sept jours dans lequel figure le repas préemballé (B.24.204).

Les exigences relatives au menu type sont précisées dans l'article B.24.204 du Règlement. Chaque repas doit comprendre au moins une portion de chacun des quatre groupes d'aliments mentionnés dans le *Guide alimentaire canadien pour manger sainement*. En plus de prévoir un apport énergétique quotidien minimal de 1 200 calories, le menu doit assurer une teneur maximale ou minimale en d'autres éléments nutritifs comme les matières grasses, le gras saturé, les vitamines et les minéraux nutritifs. Aucune référence ne doit être faite dans le menu à des suppléments vitaminiques ou minéraux.

Les étiquettes ou les annonces ne doivent pas faire allusion, ni directement ni indirectement, à des suppléments vitaminiques ou minéraux. Il est interdit d'étiqueter ou d'annoncer un substitut de repas de manière à donner l'impression que la consommation de suppléments vitaminiques ou minéraux doit ou devrait faire partie d'un régime amaigrissant (B.24.205).

7.15.13 Aliments présentés comme étant conçus pour des régimes à très faible teneur en énergie [RAD, B.24.300 à B.24.306]

La vente et l'annonce d'aliments présentés comme étant conçus pour des régimes à très faible teneur en énergie sont réglementées. Il est interdit d'annoncer ces aliments auprès du grand public (B.24.300). Seuls les pharmaciens sont autorisés à vendre ces aliments au grand public, sur l'ordre écrit d'un médecin (B.24.301, B.24.302). Santé Canada doit être notifié de l'intention de vendre l'aliment ou de l'annoncer en vue de la vente, y compris lorsque l'aliment a subi un changement majeur (article B.24.306). Le règlement prévoit également des exigences quant au préavis à donner avant leur mise en marché, y compris les étiquettes.

Les exigences relatives à la composition des aliments présentés comme étant conçus pour les régimes à très faible teneur en énergie sont précisées à l'article B.24.303 du Règlement.

Les exigences en matière d'étiquetage des aliments présentés comme étant conçus pour les régimes à très faible teneur en énergie sont précisées à l'article B.24.304 du Règlement.

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

7.16 Aliments pour bébés et préparations pour nourrissons [Titre 25, RAD]

Il est interdit de vendre ou d'annoncer une préparation pour nourrissons qui, telle qu'elle est consommée normalement, n'est pas conforme aux exigences de composition des préparations pour nourrissons prévues dans le *Règlement sur les aliments et drogues*.

Il est interdit de vendre ou d'annoncer une préparation pour nourrissons qui, préparée conformément au mode d'emploi, exige l'ajout d'une substance nutritive autre que l'eau ou une source de glucides, ou les deux.

Sauf pour indiquer la quantité de fer sur l'étiquette, il est interdit d'annoncer la teneur en fer d'une préparation pour nourrissons à moins que celle-ci ne contienne au moins 1 milligramme de fer par 100 calories utilisables.

Des exigences d'étiquetage très explicites pour les préparations pour nourrissons sont prévues au titre 25 du *Règlement sur les aliments et drogues*.

Toutes les préparations pour nourrissons qui ont subi un changement majeur doivent faire l'objet d'un préavis avant leur mise en marché. Les étiquettes doivent être soumises à Santé Canada dans le cadre de l'examen précédant la mise en marché.

L'usage d'additifs alimentaires dans les aliments pour bébés et les préparations pour nourrissons est strictement contrôlé par le *Règlement sur les aliments et drogues*.

Les aliments pour bébés sont assujettis à des teneurs maximales en sodium. Il s'agit d'une infraction que de vendre ou d'annoncer un aliment pour bébés contenant plus de sodium que ne le prévoit le Règlement.

7.17 Boissons pour sportifs, boissons isotoniques

7.17.1 Boissons pour sportifs

Les boissons destinées aux sportifs sont assujetties aux dispositions générales sur les aliments. Il n'existe pas de dispositions particulières prévoyant l'addition de vitamines, de minéraux nutritifs (y compris les électrolytes) ou d'acides aminés à ces boissons.

Toute allégation portant sur ces boissons doit se limiter au remplacement des pertes de fluides (eau) et, dans le cas des boissons renfermant une source de glucides, à l'apport de glucides comme source d'énergie (voir la rubrique 6.2.1). Les allégations relatives à toute fonction particulière des glucides dans ces produits seront examinées cas par cas.

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

7.17.2 Boissons isotoniques

Lorsqu'il est appliqué à une boisson, le terme «isotonique» qualifie une solution ayant la même concentration en électrolytes et en non-électrolytes que la solution à laquelle on la compare. Par exemple, une boisson pourrait avoir la même tonicité que la sueur, le sérum, etc. Il n'y a pas d'objection à l'emploi de ce terme lorsque l'allégation est exacte et la comparaison appropriée.

Agence canadienne d'inspection des aliments

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

Annexe 1 – Maladies énumérées à l'annexe A de la *Loi sur les aliments et drogues*

Alcoolisme	Impétigo
Alopécie (sauf l'alopécie androgénogénétique)	Impuissance sexuelle
Apendicite	Leucémie
Artériosclérose	Maladies thrombotiques et embolies
Arthrite	Maladies vénériennes
Cancer	Nausées et vomissements de la grossesse
Coeur (maladies)	Obésité
Convulsions	Oedème
Dépression	Pleurésie
Diabète	Prostate (maladies)
Dysenterie	Reins (maladies)
Épilepsie	Rhumatisme articulaire aigu
États d'angoisse	Septicémie
Foie (maladies sauf l'hépatite)	Troubles de flot menstruel
Gangrène	Tumeurs
Glande thyroïdienne (affections)	Ulcères des voies gastro- intestinales
Glaucome	Vésicule biliaire (maladies)
Goutte	Vessie (maladies)
Hernie	
Hypertension	
Hypotension	

Agence canadienne d'inspection des aliments

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

Annexe 2 – Guide alimentaire canadien pour manger sainement

(insérez deux pages ici)

Agence canadienne d'inspection des aliments

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

Annexe 3 – Lignes directrices pour l'application des *Principes généraux concernant les énoncés liés aux recommandations sur la nutrition qui figurent sur les étiquettes et dans la publicité*

Objet :

Les lignes directrices suivantes visent à guider les agents gouvernementaux en ce qui concerne l'application des *Principes généraux concernant les énoncés liés aux recommandations sur la nutrition qui figurent sur les étiquettes et dans la publicité**. Les buts de la politique des Principes généraux sont les suivants :

- Encourager l'industrie de l'alimentation à transmettre aux consommateurs des messages faisant la promotion d'un régime alimentaire sain, tel que défini dans la publication *Recommandations sur la nutrition... Un appel à l'action***;
- Encourager la transmission d'un message uniforme;
- Éviter de communiquer aux consommateurs des renseignements trompeurs ou déroutants;
- Aider les consommateurs à faire des choix éclairés aux fins d'une saine alimentation.

(* Ligne directrice no 6 de la Direction des aliments, Direction générale de la protection de la santé, Santé et Bien-être social Canada, le 1er mars 1991 - non-comprises, les allégations se rattachant au Guide alimentaire canadien pour manger sainement.)

(** Le rapport *Recommandations sur la nutrition... Un appel à l'action*, de Santé et Bien-être social Canada, 1989, est disponible auprès de Publications, Localisation postale 0913A, Santé Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0K9)

Champ d'application :

Les *Principes généraux* et les présentes lignes directrices ont trait à :

- l'utilisation de recommandations relatives à la nutrition ou de lignes directrices sur l'alimentation pour l'étiquetage et la publicité des aliments;
- tout énoncé qui affirme, laisse entendre ou suppose qu'un aliment donné possède une ou plusieurs caractéristiques qui en font un élément acceptable dans le cadre d'un régime alimentaire sain.

REMARQUE : Ces Principes généraux ne visent pas à remplacer aucune des dispositions de la *Loi et du Règlement sur les aliments et drogues*.

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

A. CRITÈRES GÉNÉRAUX POUR L'ÉVALUATION DES ÉNONCÉS

Les critères suivants devraient être appliqués lorsqu'il s'agit d'examiner tous les messages et énoncés exposés dans la partie B :

1. MESSAGES ACCEPTABLES

a) Habitudes alimentaires recommandées

Seuls les messages décrivant les habitudes alimentaires recommandées dans la publication intitulée *Recommandations sur la nutrition... Un appel à l'action* devraient être utilisés. Ils comprennent notamment :

- les *Recommandations alimentaires pour la santé des Canadiens et Canadiennes* (RASCC), à l'annexe 2;

REMARQUE : Il s'agit des messages-clés, et il est préférable de les utiliser, dans la mesure du possible.

- les *Recommandations sur la nutrition pour les Canadiens* (RNC), à l'annexe 6;
- les énoncés qui se trouvent dans les *principales conclusions* (l'appendice IV de l'annexe 6) qui ne font pas allusion à la maladie ou à des transformations des fonctions du corps (c.-à-d. les déclarations qui n'enfreignent pas le paragraphe 3(1) de la *Loi sur les aliments et drogues* ou qui ne font pas en sorte que l'aliment corresponde à la définition d'un médicament).

b) Éléments nutritifs dont il peut être fait mention

- (i) Dans le cadre des habitudes alimentaires recommandées, il peut être fait mention de la valeur énergétique et des éléments nutritifs dont il est question dans les RNC ou les RASCC, y compris les éléments nutritifs essentiels (protéines, acide linoléique, vitamines et minéraux [ceux pour lesquels des énoncés sont permis en vertu du Règlement sur les aliments et drogues]), les matières grasses, les acides gras saturés, les glucides et le sodium ainsi que les autres éléments nutritifs qui ne sont mentionnés que dans les *principales conclusions*, notamment les fibres alimentaires, les glucides complexes, le β -carotène et le cholestérol.

Exemples de messages acceptables :

- Selon une des *Recommandations sur la nutrition pour les Canadiens*, le régime alimentaire des Canadiens ne devrait pas leur fournir plus de 30 % de la quantité totale d'énergie sous forme de lipides.

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

- La consommation d'une moins grande quantité de cholestérol constitue un élément d'une alimentation saine.
 - Cette céréale à haute teneur en fibres contient des fibres alimentaires provenant de son d'avoine et de son de blé; la consommation de divers aliments contenant des fibres contribue à un régime alimentaire sain.
- (ii) Des déclarations concernant des éléments nutritifs dont le nom n'est pas mentionné dans les *principales conclusions*, mais qui se trouve dans le Rapport du Comité scientifique de révision intitulé *Recommandations sur la nutrition** (rapport du CSR) peuvent être faites, pourvu qu'elles soient compatibles avec les *Recommandations sur la nutrition... Un appel à l'action* (p. ex., pour les éléments nutritifs essentiels, à savoir les protéines, les vitamines et minéraux et l'acide linoléique).
(* *Recommandations sur la nutrition*, rapport du Comité scientifique de révision, Centre d'édition du gouvernement du Canada, Approvisionnement et Services Canada, Ottawa, 1990.)

Les déclarations indiquant que la teneur en acides gras polyinsaturés ou monoinsaturés devrait être accrue dans le régime alimentaire ou que la teneur en sucre devrait y être réduite ne sont pas acceptables, car elles ne cadrent pas avec la preuve présentée dans le rapport du CSR et parce que ces éléments nutritifs ne font pas l'objet d'une recommandation.

Il ne peut être fait mention de certains acides gras et groupes d'acides gras dont il est question dans le rapport du CSR en raison d'une interdiction générale en vertu de l'article B.01.311 du Règlement sur les aliments et drogues. Ces interdictions visent notamment l'acide linoléique, les acides gras insaturés, les acides gras omega-3 et omega-6 ainsi que les acides gras *trans*.

Exemples de messages acceptables (d'après le rapport du CSR) :

- Le calcium est un élément nutritif essentiel. Une des recommandations sur la nutrition indique que le régime alimentaire des Canadiens devrait leur fournir les quantités recommandées d'éléments nutritifs essentiels.
- L'huile de tournesol Golden Brand constitue une source d'acide linoléique. Une consommation de la quantité recommandée d'acide linoléique, qui est un élément essentiel, fait partie d'une alimentation saine.

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

Exemple d'un message inacceptable :

- La margarine d'huile de maïs de marque X contribue à une alimentation saine en raison de sa teneur élevée en acides gras polyinsaturés.

c) **Aspect quantitatif des recommandations**

Les RNC et les *principales conclusions* comprennent des recommandations d'ordre quantitatif en ce qui concerne les glucides totaux, les lipides et les graisses saturées, et le rapport du CSR fait mention des quantités recommandées pour les vitamines et les minéraux. Toutefois, aucune quantité n'est recommandée pour le cholestérol, le sodium, les glucides complexes ou les fibres alimentaires. Il ne faut donc pas laisser supposer que ces éléments nutritifs font l'objet de recommandations quantitatives.

Exemple d'un message inacceptable en ce qui concerne la quantité :

Les spécialistes recommandent que les Canadiens consomment de 20 à 30 grammes de fibres alimentaires par jour.

Exemples de messages acceptables :

portant sur la quantité :

- Une proportion d'au plus 10 % de matières grasses saturées dans la valeur énergétique des aliments consommés représente une composante d'une alimentation saine.

ne portant pas sur la quantité :

- Les spécialistes recommandent de choisir une variété d'aliments contenant des fibres alimentaires.

2. **PRÉSENTATION DE MESSAGES**

- a) La souplesse dans le libellé des messages est acceptable, pourvu que les messages demeurent fidèles aux habitudes alimentaires recommandées (y compris pour les éléments nutritifs) et ne soient pas trompeurs.
- b) Les RNC et les RASCC peuvent être utilisées en totalité ou en partie. Lorsqu'il n'est fait mention que d'une ou quelques-unes des recommandations, ou encore que d'une partie d'une recommandation, celle-ci **ne doit pas** être présentée de façon à laisser entendre qu'il s'agit de l'unique composante ou de la composante prédominante. Par exemple, pour une indication partielle, comme "limiter la consommation de matières grasses", il doit être indiqué qu'il s'agit

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

"d'une partie" ou "d'un élément" des RNC ou des RASCC, ou un autre énoncé pourrait laisser entendre le même message.

Exemples de messages acceptables :

- Une des *Recommandations alimentaires pour la santé des Canadiens et Canadiennes* recommande de mettre l'accent sur les céréales, le pain et les autres produits céréaliers, les légumes et les fruits.
- La consommation d'une quantité de matières grasses constituant au plus 30 % de la valeur énergétique fait partie des *Recommandations sur la nutrition pour les Canadiens*.
- Une consommation accrue de glucides fait partie d'une alimentation saine.

3. RÉFÉRENCES À D'AUTRES LIGNES DIRECTRICES SUR L'ALIMENTATION

La référence à d'**autres** lignes directrices sur l'alimentation, y compris celles de pays étrangers, est acceptable, **pourvu que celles-ci correspondent** aux habitudes alimentaires recommandées dans la publication intitulée *Recommandations sur la nutrition... Un appel à l'action*. Une partie importante de la stratégie de Santé et Bien-être social a été d'encourager les organismes de la santé à adopter ou à approuver officiellement les RNC et les RASCC. Il est à noter que, dans la plupart des cas, les lignes directrices en matière d'alimentation des pays étrangers ont de fortes chances de ne pas correspondre, sur certains points, aux recommandations canadiennes (p. ex., une recommandation visant à limiter la consommation de sucre ou une recommandation voulant que le régime alimentaire soit limité à une certaine concentration de sodium, de cholestérol ou de fibres alimentaires, ou assure une telle concentration).

B. CONDITIONS RELATIVES À L'UTILISATION

Voici les conditions relatives à l'utilisation sur les étiquettes et dans les annonces dans le cas 1) d'une référence aux RNC et aux RASCC; 2) des énoncés ayant trait à une alimentation ou à un régime alimentaire sain; 3) des déclarations génériques ayant trait aux RNC, aux RASCC et à une alimentation saine dans les annonces; 4) de la référence au maintien d'un poids corporel sain. **En outre, chaque type d'énoncé doit faire l'objet d'une évaluation se rattachant aux critères exposés dans la partie A.**

1. DÉCLARATIONS RELATIVES AUX RNC ET AUX RASCC ET AUTRES RECOMMANDATIONS

- a) **Description de l'énoncé**
-

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

Il s'agit d'une déclaration ou d'une référence à une ou plusieurs des RNC ou des RASCC, mais qui n'est reliée à aucun énoncé concernant la teneur en éléments nutritifs de l'aliment.

MISE EN GARDE : Dans certains cas, l'indication d'une seule recommandation ou ligne directrice peut laisser supposer que l'aliment comporte un avantage sur le plan nutritionnel, lequel se rattache à la recommandation ou ligne directrice. De telles déclarations peuvent enfreindre le paragraphe 5(1) de la *Loi sur les aliments et drogues*. Par exemple, la déclaration "Les Recommandations alimentaires pour la santé des Canadiens et Canadiennes conseillent de choisir des produits laitiers ayant une plus faible teneur en matières grasses" sur l'étiquette du "yogourt de marque X" pourrait laisser supposer que ce yogourt a une teneur faible ou réduite en matières grasses ou qu'il se situe parmi les produits moins gras mentionnés dans le Guide alimentaire canadien pour manger sainement* (voir les feuillets de renseignements). Si tel n'est pas le cas, la déclaration ne devrait pas être faite.
(* Le Guide alimentaire canadien pour manger sainement: Renseignements sur le Guide alimentaire à l'intention des éducateurs et des communicateurs, Santé et Bien-être social Canada, 1992.)

Les recommandations d'ordre alimentaire faites par des professionnels et(ou) des organismes de la santé ou les déclarations indiquant qu'une habitude alimentaire recommandée est généralement acceptée sont considérées comme des références aux RNC et aux RASCC.

Exemples :

- Selon l'organisme de la santé _____, une réduction de la teneur en matières grasses totales et en matières grasses saturées fait partie d'un régime alimentaire sain.
- Les professionnels de la santé suggèrent...
- Il est bien connu que...

b) **Exigence relative à l'étiquetage**

Lorsque l'énoncé figure sur l'étiquette, la liste de base de l'étiquetage nutritionnel concernant l'aliment (valeur énergétique, protéines, matières grasses et glucides) doit se trouver sur l'étiquette.

c) **Exigence relative à la publicité**

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

Lorsque l'énoncé figure dans l'annonce de l'aliment, la liste de base de l'étiquetage nutritionnel devrait se trouver dans l'annonce, si elle n'est pas déjà sur l'étiquette de l'aliment.

Exemples :

1) **Énoncé :**

Les Recommandations alimentaires pour la santé des Canadiens et Canadiennes indiquent en partie ce qui suit :

- agrémentez votre alimentation par la variété;
- donnez la plus grande part aux céréales, pains, autres produits céréaliers ainsi qu'aux légumes et aux fruits;
- optez pour des produits laitiers moins gras, des viandes plus maigres et des aliments préparés avec peu ou pas de matières grasses.

Exigence :

Liste de base de l'étiquetage nutritionnel

2) **Énoncé :**

Il est bien connu que les Canadiens devraient consommer moins de matières grasses.

Exigences :

Liste de base de l'étiquetage nutritionnel et rédaction d'un nouvel énoncé indiquant qu'il ne s'agit que d'une composante des habitudes alimentaires recommandées

3) **Énoncé :**

La consommation d'une variété d'aliments contribue à une alimentation saine.

Exigence :

Liste de base de l'étiquetage nutritionnel

2. **ÉNONCÉS RELATIFS À UNE ALIMENTATION OU À UN RÉGIME ALIMENTAIRE SAIN**

Un aliment ne doit **pas** être décrit comme étant sain, p. ex., "(nom de l'aliment) sain(e)", ou être présenté de façon à insinuer qu'il ou qu'il est sain en soi ou qu'il

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

permettra d'assurer, de maintenir ou de recouvrer la santé. Cependant, un aliment peut être décrit comme faisant partie d'une alimentation saine ou comme choix sain.

a) **Description de l'énoncé**

Tout énoncé qui indique ou laisse entendre ou supposer qu'un aliment :

- (i) **contribue à un "régime alimentaire sain" ou à une "alimentation saine" ou en fait partie, ou des expressions synonymes.** Aux fins d'application des présentes lignes directrices, une expression synonyme **comprend** tout mot ou ensemble de mots dans lequel se trouvent les mots "santé", "sain" ou "salutaire" et qui fait allusion à l'alimentation, au régime alimentaire, aux styles de vie ou aux choix alimentaires individuels.

Exemples d'énoncés :

- Régime alimentaire salubre, cap santé (healthy catch), moisson santé, choix sain, style de vie sain, l'aliment de marque _____ fait partie d'un style de vie sain
- (ii) **comporte une ou plusieurs caractéristiques qui en font un élément valable dans le cadre des RNC, des RASCC ou d'une alimentation saine,** c.-à-d. qu'un énoncé est fourni au sujet de la teneur en éléments nutritifs de l'aliment et qu'il se trouve placé près d'une recommandation ou d'une déclaration relative à une alimentation saine.

En général, les énoncés relatifs aux éléments nutritifs qui satisfont aux exigences relatives aux mentions "source de", "faible teneur en", "teneur réduite en" et "sans" peuvent être associés aux déclarations correspondantes sur les RNC et les RASCC.

Exemple d'énoncé :

- "Sans sodium", associé à "une consommation modérée de sel fait partie d'une alimentation saine"

Lorsqu'un énoncé ayant trait à la quantité bien précise de sodium, de cholestérol, de matières grasses ou de graisses saturées que renferme un aliment est associé à une alimentation saine ou à une recommandation visant à amoindrir/réduire la consommation de ces éléments nutritifs, la quantité qui se trouve dans l'aliment devrait être relativement faible, de manière à contribuer à une réduction générale sur le plan alimentaire. Les quantités qui correspondent à la définition réglementaire des expressions "faible teneur en" ou "sans" ou qui satisfont aux exigences des lignes directrices concernant la mention "réduit de X %" peuvent donc être mentionnées avec la

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

recommandation. Lorsque ces concentrations ne sont pas respectées, ce qui est souvent le cas pour les énoncés comme "teneur contrôlée en sodium/cholestérol" ou "seulement X mg de ...", il faut évaluer chaque cas individuellement afin de déterminer s'il y a infraction au paragraphe 5(1) de la *Loi sur les aliments et drogues*.

Exemple d'énoncé acceptable :

- L'énoncé "seulement X grammes de matières grasses par portion" sur l'étiquette d'une viande préparée, accompagné de la recommandation "une alimentation saine consiste en partie à choisir des viandes plus maigres", est acceptable si le produit satisfait aux critères relatifs à la mention "maigre".

Lorsqu'un énoncé a trait à une quantité bien précise de glucides complexes ou de fibres alimentaires et que cette quantité satisfait au moins aux critères relatifs à la mention "source de", ledit énoncé peut alors être relié à la recommandation concernant les glucides qui se trouve dans les *principales conclusions*. Il ne peut toutefois pas préciser la concentration de glucides complexes ou de fibres alimentaires à être consommée.

Exemple d'énoncé acceptable :

- La mention "17 grammes de glucides complexes par portion de 30 grammes" sur une étiquette de céréales et associée à la déclaration "Une alimentation saine consiste en partie à s'assurer que 55 % de la valeur énergétique est fournie par des glucides provenant de diverses sources."

b) **Exigences relatives à l'étiquetage**

- (i) Lorsque l'énoncé se trouve sur l'étiquette, celle-ci doit **porter une déclaration reliant l'aliment aux habitudes alimentaires recommandées**. De telles déclarations font généralement mention d'une caractéristique nutritionnelle de l'aliment ainsi que de la ligne directrice ou de la recommandation qui s'applique à cette caractéristique. Pour ce qui est d'un énoncé dont le lien entre l'aliment et l'habitude alimentaire recommandée est clair, aucune information supplémentaire n'est nécessaire. La **déclaration de liaison** doit être inscrite intégralement à un des trois endroits suivants :

- dans l'énoncé le plus en vue indiquant ou laissant entendre que l'aliment contribue à une alimentation saine, etc., ou tout près de cet énoncé;

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

- sur la même face en étant reliée clairement à cet énoncé au moyen d'un astérisque;
 - avec l'information nutritionnelle, pourvu que l'énoncé relié à une "alimentation saine" soit accompagné d'une déclaration indiquant où se trouvent les renseignements pertinents; p. ex., "contribue à un régime alimentaire sain (voir la face ___)".
- (ii) La liste de base de l'étiquetage nutritionnel (valeur énergétique, protéines, matières grasses et glucides) et tout renseignement rendu nécessaire par la mention de la caractéristique de l'aliment dans la déclaration de liaison doivent se trouver sur l'étiquette.
- c) **Exigences relatives à la publicité**

Lorsque l'énoncé se trouve dans l'annonce, la liste de base de l'étiquetage nutritionnel et la déclaration de liaison devraient également s'y trouver, si elles n'apparaissent pas sur l'étiquette de l'aliment.

Exemples d'énoncés relatifs à une alimentation saine :

- 1) **Énoncé :** Le yogourt de marque X fait partie d'un régime alimentaire sain.

Exigences :

a) **Déclaration de liaison**

Faible teneur en matières grasses; une des Recommandations sur la nutrition pour les Canadiens prévoit une réduction de la consommation de matières grasses.

b) **Liste de base de l'étiquetage nutritionnel**

- 2) **Énoncé :** Le fromage cottage léger de marque X constitue un choix sain.

Exigences :

a) **Déclaration de liaison**

50 % de matières grasses de moins que notre fromage cottage ordinaire; le choix de produits laitiers moins gras est une composante d'une alimentation saine.

b) **Liste de base de l'étiquetage nutritionnel**

- 3) **Énoncé :** La pomme constitue "un choix sain".

Exigences :

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

a) **Déclaration de liaison**

Les Recommandations alimentaires pour la santé des Canadiens et Canadiennes attribuent notamment de l'importance à la consommation de légumes et de fruits.

b) **Liste de base de l'étiquetage nutritionnel**

- 4) **Énoncé :** Une portion moyenne de la céréale de blé entier de marque X contient 5 grammes de fibres; une des nouvelles recommandations sur la nutrition de Santé et Bien-être social propose d'augmenter la consommation de fibres dans le régime alimentaire.

Exigences :

a) **Déclaration de liaison**

Aucune déclaration de liaison n'est nécessaire, car l'énoncé est complet et le produit a une teneur élevée en fibres.

b) **Liste de base de l'étiquetage nutritionnel et déclaration de la teneur en fibres alimentaires**

- 5) **Énoncé :** Teneur contrôlée en matières grasses saturées; il est bien connu que, dans le régime alimentaire des Canadiens, les matières grasses saturées ne devraient pas fournir plus de 10 % de la valeur énergétique.

Exigences :

a) **Déclaration de liaison**

En supposant que le produit a une teneur faible ou assez faible en saturés, et qu'il a été évalué individuellement en vertu du paragraphe B.2a), aucune déclaration de liaison n'est exigée puisque le lien est évident. La recommandation doit toutefois être reformulée afin d'indiquer qu'il ne s'agit que d'une partie des habitudes alimentaires recommandées pour une alimentation saine.

b) **Liste de base de l'étiquetage nutritionnel et profil des acides gras, comme l'exige l'article B.01.303 du Règlement sur les aliments et drogues**

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

3. **DÉCLARATIONS GÉNÉRIQUES RELIÉES AUX RNC, AUX RASCC ET À UNE ALIMENTATION Saine DANS LES ANNONCES**

Dans les annonces, il **n'est pas** nécessaire que les déclarations ou les énoncés qui associent un **groupe d'aliments** aux RNC, aux RASCC ou à une alimentation saine présentent la liste de base de l'étiquetage nutritionnel, à condition que les aliments soient désignés de façon générique comme un groupe d'aliments intégral figurant dans le *Guide alimentaire canadien pour manger sainement*, c.-à-d. les produits céréaliers, les légumes et les fruits, les produits laitiers ainsi que la viande et les substituts.

Exemples :

1) **Énoncé dans la publicité :**

Les légumes et les fruits font partie d'une alimentation saine.

Exigence :

Aucune exigence particulière pour l'annonce ou l'étiquetage

2) **Énoncé dans l'étiquetage :**

Les légumes et les fruits font partie d'une alimentation saine.

Exigence :

L'exigence exposée à l'article B.1 (c.-à-d. la liste de base de l'étiquetage nutritionnel) doit être respectée.

4. **RÉFÉRENCES AU MAINTIEN D'UN POIDS-SANTÉ - LETTRE D'INFORMATION N° 793**

Il peut être annoncé qu'un aliment contribue à l'atteinte et au maintien d'un poids-santé, aux conditions suivantes :

- a) que l'**espace principal** de l'étiquette de l'aliment et que toute annonce de cet aliment portent la déclaration suivante : "Dans le cadre d'une alimentation saine, cet aliment peut aider à atteindre et à maintenir un poids-santé, car... p. ex., sa valeur énergétique est plus faible (avec déclaration comparative pertinente); les portions sont contrôlées; il a une faible teneur en matières grasses";
- b) que l'étiquette porte la liste de base de l'étiquetage nutritionnel (valeur énergétique, protéines, matières grasses et glucides);

Agence canadienne d'inspection des aliments

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

- c) que l'aliment ne soit pas étiqueté, emballé, annoncé ou vendu de manière à donner l'impression qu'il est destiné à être utilisé dans un régime amaigrissant (pour plus de détails, voir la lettre d'information n° 793).

(* Lettre d'information n° 793, Direction générale de la protection de la santé, Santé et Bien-être social Canada, 1991.)

REMARQUE : Des lignes directrices complémentaires seront élaborées afin de préciser le rôle que joue le *Guide alimentaire canadien pour manger sainement* (publié le 20 novembre 1992) en ce qui concerne l'étiquetage et l'annonce des aliments.

Division des aliments
Direction des produits de consommation
Consommation et Affaires commerciales Canada*

* Consommateurs et Sociétés Canada n'existe plus depuis le 25 juin 1993. Ses responsabilités relatives à l'étiquetage et à la publicité ont été transférées à la Division des aliments de la Direction générale de la production et de l'inspection des aliments, Agriculture et Agroalimentaire Canada (depuis le 1^{er} avril 1997, Division des aliments, Agence canadienne d'inspection des aliments).

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

Annexe 4 – Politique - allégations publicitaires liées aux recommandations sur la nutrition faites par des organismes n'exerçant aucun contrôle sur l'emballage et l'étiquetage des produits alimentaires

A. Portée

La présente politique s'applique aux énoncés et aux allégations lorsqu'ils lient des aliments aux Recommandations alimentaires pour la santé des Canadiens et des Canadiennes (RASCC), aux Recommandations sur la nutrition pour les Canadiens (RNC), au Guide alimentaire canadien pour manger sainement (GACMS), à une «saine alimentation» ou à un «régime alimentaire sain» ou à un «choix sain». La présente politique est un complément aux «Principes généraux concernant les énoncés liés aux recommandations sur la nutrition qui figurent sur les étiquettes et dans la publicité» (ci-après, les «Principes généraux»).

B. But

Offrir différentes méthodes de faire des allégations reliées aux recommandations sur la nutrition et à une alimentation saine aux associations de producteurs et de fabricants, aux offices de commercialisation et aux autres organismes de promotion ou d'information qui n'exercent aucun contrôle sur l'emballage ou l'étiquetage des produits alimentaires visés par la présente, ou qui n'en sont pas responsables.

C. Politique

(1) Les allégations de «saine alimentation» concernant des groupes d'aliments

Pour les énoncés et les allégations publicitaires qui lient des groupes d'aliments à une ou plusieurs des RNC/RASCC/GACMS, à une «alimentation saine» ou à un «régime alimentaire sain» ou à un «choix sain» ou tout autre expression synonyme au mot «sain», il faut se conformer à toutes les exigences énoncées dans les «Principes généraux», sous réserve des exceptions suivantes :

La liste de base de l'étiquetage nutritionnel (valeur énergétique en Calories et kilojoules, protéines, matières grasses et glucides), et l'énoncé établissant le lien entre le groupe d'aliments et les habitudes alimentaires décrites dans les RNC/RASCC/GACMS ne seront pas d'utilisation obligatoire, pourvu que :

- (i) l'aliment en question soit représenté par le générique correspondant à l'ensemble du groupe d'aliments, c'est-à-dire «produits céréaliers», «légumes et fruits», «produits laitiers», «viandes et substituts», et
- (ii) l'énoncé ou l'allégation ne fasse pas allusion directement ou indirectement à un ou des aliments particuliers du groupe d'aliments mentionné par exemple, un énoncé soulignant que «La consommation de viandes plus maigres contribue à un régime alimentaire sain»,

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

assorti uniquement d'une illustration de la viande de boeuf, serait considérée comme étant une allusion indirecte au boeuf.

Voici, au titre des exceptions susmentionnées, des exemples d'allégations acceptables :

- Dans les Recommandations alimentaires pour la santé des Canadiens et des Canadiennes, il est suggéré : «Dans l'ensemble de votre alimentation, donnez la plus grande part aux céréales, pains et autres produits céréaliers, ainsi qu'aux légumes et aux fruits»;
- «Consommer des viandes plus maigres, c'est manger sainement»;
- «Les produits laitiers sont des composantes d'un régime alimentaire sain»;
- «Les légumes et les fruits contribuent à un régime alimentaire sain»;
- «Le produits céréaliers contribuent à une saine alimentation»;

(2) Les allégations de «saine alimentation» concernant des aliments spécifiques

Pour les allégations publicitaires qui associent un ou des aliments spécifiques à une ou plusieurs des RASCC des RNC, ou au GACMS, à une «saine alimentation» ou à un «régime alimentaire sain» ou à un «choix sain» ou tout autre expression synonyme tel «Le boeuf contribue à un régime alimentaire sain», il faut se conformer à toutes les exigences énoncées dans les «Principes généraux». Cependant, la liste de base de l'étiquetage nutritionnel peut figurer ailleurs que dans l'annonce où est présentée l'allégation, c'est-à-dire :

(a) Les annonces radiodiffusées :

Dans le cas des annonces radiodiffusées, la liste de base de l'étiquetage nutritionnel doit figurer dans l'annonce, ou être communiquée de l'une des façons suivantes :

- (i) en invitant les consommateurs à composer un numéro de téléphone sans frais (1-800) ou un autre numéro de téléphone approprié, selon la diffusion de l'annonce, le numéro de téléphone devant être précisé dans l'annonce, ou
- (ii) au moyen d'imprimés (par exemple, des brochures), pourvu qu'ils soient distribués gratuitement et qu'ils soient facilement accessibles aux consommateurs au point de vente au détail, dans la mesure du possible, juste à côté de l'aliment faisant l'objet de l'annonce, sinon, ailleurs dans le point de vente au

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

détail, à condition qu'avis en soit donné aux consommateurs à proximité de l'aliment.

Nota : Des preuves attestant de la distribution d'imprimés pourraient être exigées au moment de l'approbation d'une annonce radiodiffusée. Les exigences, au titre de la distribution, seront fonction de la diffusion de l'annonce. S'il s'agit d'une annonce nationale, les consommateurs devraient pouvoir se procurer l'imprimé dans un nombre important de points de vente au détail dans toutes les régions du Canada.

(b) Les annonces imprimées

Lorsqu'une allégation est présentée dans une annonce imprimée publiée dans des journaux, des magazines, des brochures, des coupons ou d'autres supports de diffusion générale, la liste de base de l'étiquetage nutritionnel doit figurer dans l'annonce.

(c) Les annonces dans les points de vente au détail

Lorsque l'allégation figure dans une annonce affichée dans un point de vente au détail (par exemple, une affichette d'étagère, ou un circulaire), la liste de base de l'étiquetage nutritionnel doit figurer dans l'annonce imprimée, ou elle doit être facilement accessible aux consommateurs à proximité de l'aliment (par exemple, un vidéo, une brochure, une affiche ou un autre type d'imprimé). Aussi, le support d'information peut être aménagé ailleurs dans le point de vente au détail mais il faut alors en donner avis aux consommateurs à proximité de l'allégation.

Il importe de souligner qu'il incombe au détaillant de se conformer aux «Principes généraux», de même qu'aux autres exigences et directives prescrites en vertu de la Loi des aliments et drogues et de son règlement d'application. Cela s'applique aussi lors des ententes de partenariat avec des organismes de la santé qui diffuse des programmes d'information en nutrition dans les établissements de vente au détail.

(d) Les annonces dans les restaurants

Si l'annonce est présentée dans un restaurant (par exemple, dans le menu), la liste de base de l'étiquetage nutritionnel doit figurer dans l'annonce imprimée ou sur un imprimé déposé sur la table, par exemple, au moyen d'une affichette-chevalet. On peut également communiquer cette information au moyen d'autres supports, par exemple, des affiches ou des brochures étalées bien en vue dans le restaurant et les consommateurs informés, à proximité de l'allégation, de l'existence dudit support.

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

Il importe de souligner qu'il incombe au restaurateur de se conformer aux «Principes généraux» et à toutes les autres exigences et directives prescrites en vertu de la Loi des aliments et drogues et de son règlement d'application. Cela s'applique aussi lors des ententes de partenariat avec des organismes de la santé qui diffuse des programmes d'information en nutrition dans les restaurants.

OBSERVATION GÉNÉRALE

Observation concernant des aliments spécifiques assortie d'allégations nutritionnelles spécifiques :

Les exigences concernant les allégations nutritionnelles prescrites en vertu du Règlement des aliments et drogues continueront de s'appliquer. Une allégation concernant un élément nutritif doit être assortie d'une déclaration précisant la teneur de cet élément nutritif dans une portion donnée de l'aliment, et elle doit figurer dans l'annonce ou sur l'étiquette de l'aliment, si l'allégation est présentée dans l'annonce; si l'allégation figure sur l'étiquette, l'information doit être présentée sur l'étiquette. Cette condition s'applique qu'il y ait ou non allégation de saine alimentation. Par exemple, «Les fraises sont une excellente source de vitamine C» - il faut alors présenter la teneur en vitamine C en pourcentage de l'apport quotidien recommandé; «La morue a une faible teneur en matières grasses» - il faut alors préciser la teneur contenu en matières grasses en grammes par portion.

D. Mise en oeuvre et évaluation

La présente politique entre en vigueur immédiatement. Son application continuera de faire l'objet d'un contrôle et d'une évaluation afin de mesurer l'efficacité des divers moyens empruntés pour présenter les renseignements en matière d'étiquetage nutritionnel. Tous les organismes visés par la présente politique sont invités à effectuer des sondages afin de contribuer à cette évaluation.

Le rapport *Recommandations sur la nutrition... Un appel à l'action*, Santé et Bien-être social Canada, 1989, comprend les *Recommandations alimentaires pour la santé des Canadiens et Canadiennes*, et les *Recommandations dur la nutrition pour les Canadiens* et les «Principales conclusions». S'adresser à:

Agence canadienne d'inspection des aliments

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

Publications
Santé Canada
Localisation postale 0913A
Ottawa (Ontario), K1A 0K9

le 13 décembre 1995

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

Annexe 5 – Politique au sujet de l'utilisation de symboles en forme de coeur et d'allégations relatives à la santé cardio-vasculaire sur les étiquettes et dans la publicité relatives aux aliments

Contexte :

Depuis toujours, l'utilisation, sur les étiquettes et dans la publicité relatives aux aliments, de symboles en forme de coeur et de mentions relatives à la «santé cardio-vasculaire» sont considérées comme des infractions vraisemblables à la *Loi sur les aliments et drogues (LA&D)*, car le message véhiculé peut éventuellement être trompeur, aux termes du paragraphe 5(1) et (ou) donner à croire à l'utilité d'un produit à titre de mesure préventive des maladies cardio-vasculaires (paragraphe 3(1)).

Pour donner suite au travail du Groupe intersectoriel ad hoc étudiant les programmes d'information sur la santé liés à la vente d'aliments et l'utilisation des Recommandations sur la nutrition dans les annonces et sur les étiquettes d'aliments, des politiques ont été émises, le 1^{er} mars 1991, regroupées sous le titre de **Lignes directrices relatives aux programmes d'information sur la santé traitant de la vente d'aliments** (Ligne directrice n° 6, Direction des aliments, Direction générale de la protection de la santé).

L'une des politiques figurant dans ce document porte sur les allégations qui figurent sur les étiquettes et dans la publicité relativement à la prévention de la maladie. Cet énoncé de politique a servi à réitérer l'engagement du gouvernement à continuer à assurer l'application de l'article 3 de la LA&D, à confirmer l'interdiction, aux termes de l'article 3 de la Loi, d'établir un lien entre la consommation d'un aliment et la prévention de la maladie, ainsi qu'à décrire plusieurs cas où l'industrie de l'alimentation peut transmettre de l'information du même ordre sans contrevenir à l'article 3. Toutefois, le document n'aborde pas expressément la question de l'utilisation de symboles en forme de coeur ni d'allégations relatives à la santé cardio-vasculaire sur les étiquettes et dans la publicité relatives aux aliments.

La politique suivante vise à clarifier encore davantage la position adoptée au sujet de l'utilisation de symboles en forme de coeur et d'allégations relatives à la santé cardio-vasculaire et vient compléter les politiques plus générales du groupe intersectoriel ad hoc sur les programmes d'information sur la santé dont il a ci-dessus été question.

Portée :

La présente politique s'applique à l'utilisation de symboles en forme de coeur et d'énoncés ou d'allégations ayant trait à la santé cardio-vasculaire, sur les étiquettes et dans la publicité relatives aux aliments.

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

Politique :

1. Symboles en forme de coeur

- (1) Les énoncés où l'on affirme, laisse croire ou supposer qu'un aliment en particulier présente une valeur nutritive supérieure ou constitue un choix plus sain que d'autres aliments sont considérés comme trompeurs, puisque le régime alimentaire global, plutôt qu'une seule partie de ce régime est la variable critique qui détermine la suffisance nutritionnelle d'un régime et sa contribution à la réduction des risques de maladies chroniques. Ainsi, l'emploi de symboles en forme de coeur sur une étiquette ou dans une annonce (y compris l'apposition de symboles en forme de coeur en regard de plats au menu des restaurants), peut donner une fausse impression quant aux avantages ou à la valeur d'un aliment, en laissant supposer que la consommation de l'aliment ou du plat en question favorisera, en soi, la santé du coeur et du système cardio-vasculaire. Étant donné qu'un tel emploi de ces symboles est considéré comme une infraction virtuelle au paragraphe 5(1) de la LA&D, il vaudrait mieux s'en abstenir.
- (2) Un symbole en forme de coeur représenté dans le logo ou dans le mot-symbole du nom d'un organisme de santé non gouvernemental ou d'un programme d'information sur la santé lancé par un organisme de santé, ou qui est utilisé conjointement avec ce nom, peut être acceptable sur une étiquette ou dans une annonce relative à un aliment, à condition a) qu'il ne donne pas l'impression que cet aliment peut aider à prévenir la cardiopathie et b) que la présentation graphique du nom ou du logo de l'organisme de santé satisfasse en soi les conditions énoncées dans la **Politique sur l'utilisation d'approbations, de logos et de sceaux d'approbation de tiers**, de CACC (se reporter à la **Ligne directrice n° 6**).
- (3) On ne s'oppose pas à l'utilisation de symboles en forme de coeur pour représenter l'affection ou la tendresse de manière traditionnelle, p. ex. des formes de coeur sur les étiquettes de bonbons pour la St-Valentin.

2. **Énoncés ou allégations relatifs à un «Aliment sain pour le coeur», un «(nom de l'aliment) sain pour le coeur» ou à un «Choix sain pour le coeur»**

Tout comme pour les symboles en forme de coeur, on considère que l'utilisation de l'expression «sain», pour décrire un aliment ou un choix d'aliment sur une étiquette ou dans une annonce relative à un aliment, peut créer une fausse impression quant aux avantages ou à la valeur de l'aliment en question, en laissant supposer qu'il favorisera, en soi, la santé cardio-vasculaire. L'utilisation de ces expressions constituant d'après nous une infraction virtuelle au paragraphe 5(1) de la LA&D, elle est déconseillée.

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

3. «Alimentation saine pour le coeur» ou «Régime sain pour le coeur»

L'utilisation, sur les étiquettes et dans la publicité relatives à des aliments spécifiques, des expressions «alimentation saine pour le coeur» ou «régime sain pour le coeur» (p. ex. «choisissez la margarine X pour votre régime sain pour le coeur») peut donner une fausse impression quant aux avantages ou à la valeur des aliments en question. On s'oppose à l'utilisation de ces expressions pour désigner des aliments en particulier, pour les raisons suivantes :

- 1) le consommateur peut conclure, à tort, que l'aliment en soi est «bon pour le coeur» ou qu'il est particulièrement utile pour la santé cardio-vasculaire;
- 2) d'après les autorités compétentes en matière de santé, il faudrait recommander au grand public un seul modèle d'alimentation saine qui comblerait les besoins en éléments nutritifs essentiels et réduirait au minimum les risques de maladie chronique. L'expression «alimentation saine pour le coeur» suggère et encourage l'idée de modes d'alimentation axés sur une maladie ou un organe spécifique. Selon nous, cela est embrouillant et pourrait tromper le public;
- 3) un régime sain peut contribuer à la réduction des risques de maladie cardio-vasculaire; cependant le régime alimentaire ne représente qu'un élément parmi les multiples causes de cette maladie. La promotion d'un régime «sain pour le coeur», à l'exclusion de d'autres facteurs reliés au style de vie, sur une étiquette ou une annonce d'aliment, peut créer une impression fautive quant aux effets et du régime alimentaire et de l'aliment en question sur la santé cardio-vasculaire.

4. Mots ou expressions trompeurs contenant le mot «coeur»

- 1) On s'oppose à l'utilisation d'expressions contenant le mot «coeur» comme "heart beat" («évalue-coeur»), "whole hearted" («de tout coeur») et "heart smart" («coeur atout») pour décrire certains aliments, des plats au menu ou des modes d'alimentation, lorsque l'utilisation de ces termes ou expressions suggère ou laisse supposer que l'aliment ou le régime est «sain pour le coeur».
- 2) Il peut être acceptable d'utiliser des expressions contenant le mot «coeur» dans le nom d'un programme d'information parrainé par un organisme de santé, à condition que le programme soit désigné comme tel, par ex. «le programme Coeur atout est un programme d'information de la Fondation des maladies du coeur du Canada».

Mise en application :

Les fabricants, les importateurs et les négociants de produits alimentaires doivent prendre des mesures pour corriger les étiquettes des produits canadiens et importés, les annonces et les menus où l'on retrouve des symboles en forme de coeur et des

Agence canadienne d'inspection des aliments

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

énoncés ou allégations relatifs à la santé cardio-vasculaire qui contreviennent à la présente politique.

À cet égard, on s'attend à ce que les symboles actuels en forme de coeur (article #1) et les allégations figurant sur les étiquettes ou les menus (articles #2, 3 et 4) soient retirés ou rectifiés (c.-à-d. recouverts) au cours des six mois suivant la date de la présente politique ou au moment de la réimpression de l'étiquette ou du menu, selon la première éventualité. Il est interdit d'utiliser les symboles et les allégations en question sur les étiquettes, sur les menus ou dans les annonces élaborés après la date de la présente politique.

Dans le cas du programme des restaurants «Coeur atout» de la Fondation des maladies du coeur du Canada, un nouveau programme qui respectera la présente politique sera mis en place. Les propriétaires de restaurants sont informés des changements par les Fondations provinciales des maladies du coeur et aucune autre mesure corrective n'est envisagée à l'heure actuelle.

Direction des aliments
Direction générale de la protection de la santé
Santé et Bien-être Social Canada

Division des aliments
Direction des produits de consommation
Consommation et Affaires Commerciales Canada*

Le 9 octobre 1992

* Consommateurs et Sociétés Canada n'existe plus depuis le 25 juin 1993. Ses responsabilités relatives à l'étiquetage et à la publicité ont été transférées à la Division des aliments de la Direction générale de la production et de l'inspection des aliments, Agriculture et Agroalimentaire Canada (depuis le 1^{er} avril 1997, Division des aliments, Agence canadienne d'inspection des aliments).

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

Annexe 6 – Lignes directrices relatives aux programmes d'information sur la santé traitant de la vente d'aliments

Introduction

Santé Canada reconnaît l'importance des programmes d'information sur la santé mis en oeuvre dans les points de vente. Bon nombre de ces programmes accordent une place importante à une stratégie d'éducation nutritionnelle sur l'étiquetage des aliments et sur la publicité visant les aliments dans les points de vente d'aliments au détail et dans les restaurants. C'est là que les activités d'information sur la santé tombent sous le coup des lois fédérales qui régissent la vente d'aliments à des fins commerciales.

En vertu de la *Loi des aliments et drogues* et de son règlement d'application, les programmes susmentionnés ont le statut légal suivant : la diffusion de renseignements nutritionnels dans les points de vente est considérée comme de l'étiquetage ou de la publicité. Le vendeur, en l'occurrence le détaillant ou le propriétaire de restaurant, est responsable de l'exactitude des renseignements concernant les aliments qu'il vend et doit veiller à ce que ces renseignements soient conformes aux dispositions pertinentes de la *Loi des aliments et drogues* et de son règlement d'application⁽¹⁾ et de la *Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation*⁽²⁾. Le Guide des fabricants et annonceurs - Aliments⁽³⁾, fournit des informations détaillées sur l'application de ces lois et des directives concernant les allégations. Les Directives sur l'étiquetage nutritionnel⁽⁴⁾ présentent un système uniforme d'étiquetage nutritionnel des aliments vendus au Canada.

Objet

Présenter des recommandations sur les programmes d'information sur la santé liés à la vente d'aliments et réalisés dans les commerces de détail et dans les restaurants du point de vue de la conformité à la *Loi et au Règlement sur les aliments et drogues*.

Définitions et articles pertinents de la loi des aliments et drogues

« **Publicité** » ou « **annonce** » - S'entend notamment de la présentation, par tout moyen, d'un aliment, d'une drogue, d'un cosmétique ou d'un instrument en vue de stimuler directement ou indirectement l'aliénation, notamment par vente (article 2 de la Loi).

« **Drogue** » - Sont compris parmi les drogues les substances ou mélanges de substances fabriqués, vendus ou présentés comme pouvant servir : a) au diagnostic, au traitement, à l'atténuation ou à la prévention d'une maladie, d'un désordre, d'un état physique anormal, ou de leurs symptômes, chez l'être humain ou les animaux; b) à la restauration, à la correction ou à la modification des fonctions organiques chez l'être humain ou les animaux (article 2 de la Loi).

« **Aliment** » - Tout article fabriqué, vendu ou présenté comme pouvant servir de nourriture ou de boisson à l'être humain, la gomme à mâcher ainsi que tout ingrédient pouvant être mélangé avec un aliment à quelque fin que ce soit (article 2 de la Loi).

Agence canadienne d'inspection des aliments

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

« **Étiquette** » - Sont assimilés aux étiquettes les inscriptions, mots ou marques accompagnant les aliments, drogues, cosmétiques, instruments ou emballages (article 2 de la Loi).

Paragraphe 3(1) - « Il est interdit de faire, auprès du grand public, la publicité d'un aliment, d'une drogue, d'un cosmétique ou d'un instrument à titre de traitement ou de mesure préventive d'une maladie, d'un désordre ou d'un état physique anormal énumérés à l'annexe A ou à titre de moyen de guérison. »

Paragraphe 3(2) - « Il est interdit de vendre à titre de traitement ou de mesure préventive d'une maladie, d'un désordre ou d'un état physique anormal énumérés à l'annexe A, ou à titre de moyen de guérison, un aliment, une drogue, un cosmétique ou un instrument : a) représenté par une étiquette, ou b) dont la publicité a été faite auprès du grand public par la personne en cause. »

La liste de l'annexe A comprend 40 maladies, incluant le cancer, le diabète, les cardiopathies, l'hypertension, les affections rénales et l'obésité.

Paragraphe 5(1) - « Il est interdit d'étiqueter, d'emballer, de traiter, de préparer ou de vendre un aliment - ou d'en faire la publicité - de manière fausse, trompeuse ou mensongère ou susceptible de créer une fausse impression quant à sa nature, sa valeur, sa quantité, sa composition, ses avantages ou sa sûreté. »

Paragraphe 5(2) - « L'aliment qui n'est pas étiqueté ou emballé ainsi que l'exigent les règlements ou dont l'étiquetage ou l'emballage n'est pas conforme aux règlements est réputé contrevenir au paragraphe 5(1). »

Allégations sur les propriétés nutritionnelles des aliments

Sont considérées comme des allégations nutritionnelles les allégations relatives à la valeur énergétique, aux teneurs en matières grasses, en matières grasses saturées, en cholestérol, en sodium, en fibres alimentaires, en vitamines et en minéraux. Ces allégations sont régies de façon générale par le paragraphe 5(1) de la *Loi des aliments et drogues*. Elles sont également soumises à des exigences particulières du règlement d'application de la *Loi des aliments et drogues* et font l'objet de directives énoncées dans le chapitre 6 du présent guide. Les dispositions les plus pertinentes par rapport aux programmes d'information sur la santé sont présentées dans les pages qui suivent; celles qui sont tirées du règlement sont identifiées par la lettre (R) et celles qui proviennent des directives, par la lettre (D).

I. Matières grasses

Une déclaration ou une allégation relative à la teneur en matières grasses d'un aliment doit être accompagnée d'une déclaration de la teneur en matières grasses totales exprimée en grammes par portion. Les critères applicables aux allégations particulières sont les suivants :

« à faible teneur en matières grasses » (R)

- L'aliment ne doit pas contenir plus de 3 g de matières grasses par portion ou 0,15 g de matières grasses par gramme de matière sèche.

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

« maigre »

- Le terme « maigre » peut être utilisé pour décrire les produits de viande, de volaille, de poisson qui ne contiennent pas plus de 10 % de matières grasses (D), à l'exception de la viande hachée, qui peuvent renfermer jusqu'à 17 % de matières grasses.

Allégations comparatives (D)

« à plus faible teneur en matières grasses que.../renferme moins de matières grasses que... »

- Les aliments comparés doivent être semblables.
- Les aliments comparés doivent être identifiés et la différence de teneur en matières grasses doit être quantifiée (p. ex., un tiers de matières grasses de moins que l'aliment X).
- La différence entre les teneurs en matières grasses doit être d'au moins 25 %, et la différence absolue par portion doit être significative.

Les mentions telles que « gras enlevé » et « à base de lait écrémé », entre autres, ne doivent pas obligatoirement être accompagnées d'une déclaration de la teneur en matières grasses.

II. Acides gras et cholestérol

Les mentions ou les allégations relatives à la teneur d'un aliment en acides gras polyinsaturés, monoinsaturés ou saturés et en cholestérol sont permises, à condition d'être accompagnées d'une déclaration de la teneur en matières grasses totales et de la teneur desdits composants exprimées en grammes par portion, à l'exception du cholestérol qui est exprimé en milligrammes par portion. Les critères varient selon les allégations:

« à faible teneur en acides gras saturés » (R)

- La teneur en acides gras saturés ne doit pas constituer plus de 15 % de la valeur énergétique de l'aliment et ne doit pas excéder 2 g par portion.

« à faible teneur en cholestérol » (R)

- La teneur en cholestérol de l'aliment ne doit pas excéder 20 mg par 100 g et par portion. La teneur en acides gras saturés doit aussi être faible, selon la définition énoncée précédemment.

« sans cholestérol » (R)

Agence canadienne d'inspection des aliments

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

- La teneur en cholestérol de l'aliment ne doit pas excéder 3 mg par 100 g et la teneur en acides gras saturés doit être faible, selon la définition énoncée précédemment.

« une source d'acides gras polyinsaturés » (D)

- La teneur en acides gras polyinsaturés doit être d'au moins 2 g par portion.

Remarque:

La déclaration des acides gras sur les aliments qui contiennent des lipides hydrogénés partiellement n'entre pas en ligne de compte dans la teneur en matières grasses totales, en raison de la présence des isomères « trans » formés pendant l'hydrogénation. Seuls les isomères « cis » des acides gras monoinsaturés et polyinsaturés peuvent être déclarés.

III. Sel et sodium

Les allégations relatives à la teneur en sodium d'un aliment doivent être accompagnées d'une déclaration de la teneur en sodium et en potassium exprimées en milligrammes par portion. Une allégation concernant la teneur en sel d'un aliment est considérée comme une allégation concernant sa teneur en sodium. Les critères en vigueur sont les suivants :

« à faible teneur en sodium » (R)

- L'aliment doit satisfaire aux critères suivants : réduction de 50 % de la teneur en sodium, laquelle ne doit pas excéder 40 mg par 100 g (sauf pour le fromage cheddar, pas plus de 50 mg par 100 g; la viande, le poisson et la volaille, pas plus de 80 mg par 100 g), et pas d'adjonction de sels de sodium (p. ex., citrate de sodium).
- L'étiquette doit faire mention de la valeur énergétique, des teneurs en protéines, en matières grasses et en glucides, ainsi que des teneurs en sodium et en potassium, par portion.

Allégations comparatives (D)

« réduit en sodium.../renferme moins de sel que.../à plus faible teneur en sel que....»

- Les aliments comparés doivent être semblables.
- Les aliments comparés doivent être identifiés et la différence de teneur en sodium doit être quantifiée.
- La différence entre les teneurs en sodium doit être d'au moins 25 %, et la différence absolue par portion doit être significative.

IV. Valeur énergétique

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

Certaines des mentions ou des allégations relatives à la valeur énergétique des aliments les plus couramment utilisées sont régies par un règlement ou par des directives. La valeur énergétique d'un aliment doit être déclarée en Calories et en kilojoules par portion. Les critères en vigueur sont les suivants :

« hypocalorique » (R)

- Un aliment hypocalorique ne doit pas contenir plus de 50 % de la valeur énergétique qu'il contiendrait normalement et pas plus de 15 calories par portion.
- La valeur énergétique de l'aliment ainsi que ses teneurs en protéines, en matières grasses et en glucides par portion doivent être indiquées sur l'étiquette.

« à teneur réduite en calories » (R)

- Ce type d'aliment ne doit pas fournir plus de 50 % des calories qu'il fournirait si sa teneur en calories n'était pas réduite.
- La valeur énergétique de l'aliment ainsi que ses teneurs en protéines, en matières grasses et en glucides par portion doivent être indiquées sur l'étiquette.

Allégations comparatives (D)

« plus faible en calories que.../renferme un tiers moins de calories que... »

- Les aliments comparés doivent être semblables.
- Les aliments comparés doivent être identifiés et la différence de teneur en calories doit être quantifiée.
- La réduction de la teneur en calories doit être d'au moins 25 %, et la différence absolue par portion doit être significative en nombre de calorie (kJ).

V. Léger/légère (D)

Le terme « léger/légère » sert souvent à décrire les valeurs nutritives d'un aliment. Quand il est utilisé, il devrait être nuancé par l'indication de ce en quoi l'aliment est léger. En outre, un aliment qualifié par ce terme doit avoir une valeur énergétique ou une teneur en éléments nutritifs « léger » ou réduite, et répondre aux critères régissant les allégations qui contiennent le terme « à faible teneur en... » ou les allégations comparatives.

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

Par exemple, un aliment X qui renferme 33 1/3 % moins de matières grasses est décrit comme « X léger » et son étiquette doit mentionner « renferme un tiers moins de matières grasses que le produit X ordinaire ».

Le terme « léger/légère » connaît d'autres applications courantes comme celles se rapportant à la couleur, à la teneur en alcool, à la texture et à la saveur.

VI. Fibres alimentaires (D)

Les mentions et les allégations relatives à la teneur en fibres alimentaires d'un aliment doivent être accompagnées d'une déclaration de la teneur en fibres alimentaires en grammes par portion. Les critères en vigueur sont les suivants :

« source de »

- La teneur en fibres alimentaires doit être d'au moins 2 g par portion.

« grande source de »

- La teneur en fibres alimentaires doit être d'au moins 4 g par portion.

« très grande source de »

- La teneur en fibres alimentaires doit être d'au moins 6 g par portion.

VII. Vitamines et minéraux

Les mentions ou les allégations relatives à la teneur en vitamines ou en minéraux doivent être accompagnées de la déclaration des quantités de vitamines ou de minéraux présentes dans l'aliment en pourcentage de « l'Apport quotidien recommandé » (AQR) par portion (à l'exception du sodium et du potassium). Il ne peut y avoir d'allégation à l'égard des vitamines et des minéraux pour lesquels on n'a pas déterminé l'apport quotidien recommandé, par exemple, la biotine et le cuivre. Les critères suivants ont été établis :

« contient/source de » (R)

- L'aliment doit contenir au moins 5 % de l'AQR par portion.

« grande source de/bonne source de » (D)

- L'aliment doit contenir au moins 15 % de l'AQR par portion (au moins 30 % dans le cas de la vitamine C).

« très grande source de/excellente source de » (D)

- L'aliment doit contenir au moins 25 % de l'AQR par portion (au moins 50 % dans le cas de la vitamine C).

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

Exigences générales relatives à la déclaration du contenu en éléments nutritifs (R)

Lorsqu'on fait une mention ou une allégation sur les propriétés nutritionnelles d'un aliment, les teneurs des éléments nutritifs qui font l'objet de l'allégation doivent être déclarées par portion déterminée (telle que vendue) et exprimées selon les unités pertinentes (p. ex., la mention « aliment à faible teneur en matières grasses » devrait être accompagnée d'une déclaration fournissant les renseignements suivants : « x g de matières grasses par xx g/mL de l'aliment ».)

Position de l'information requise

Le statut légal des divers accessoires utilisés à l'intérieur des magasins pour présenter des renseignements sur les aliments varie selon la nature de l'information fournie et selon que cette information stimule ou non la vente des aliments (distance par rapport aux aliments, etc.). Les affiches et les étiquettes promotionnelles de gondole dans les épiceries sont habituellement assimilées à du matériel publicitaire, mais peuvent être considérées comme des étiquettes si elles sont placées à proximité d'un aliment non emballé (donc, sans étiquette). Les menus, les sacs à provisions, les dépliants et autres articles de ce genre peuvent être considérés comme du matériel publicitaire.

Lorsqu'une allégation est inscrite sur une étiquette, la déclaration requise doit également figurer sur cette étiquette. Lorsque l'allégation est contenue dans une annonce, la déclaration doit être mentionnée dans l'annonce si elle ne figure pas sur l'étiquette (R). En l'absence d'étiquette, les renseignements relatifs à la teneur en éléments nutritifs fournis à l'appui d'une allégation doivent donc être inscrits sur les étiquettes promotionnelles de gondole, les affiches, les cartes-chevalets ou les menus. Ces renseignements peuvent prendre la forme d'une liste des aliments qui font l'objet de l'allégation et des teneurs en éléments nutritifs alléguées pour chacun d'eux (p. ex., les aliments décrits comme étant « à faible teneur en matières grasses » pourraient être présentés, avec leur teneur en matières grasses en grammes par portion, sur les étiquettes promotionnelles de gondole ou sur une feuille jointe aux menus, ou encore dans les dépliants qui sont souvent distribués ou placés bien en vue dans les restaurants ou dans les magasins).

Observance

Le vendeur est responsable de l'exactitude des informations inscrites sur les étiquettes ou présentées dans les annonces. Les quantités déclarées devraient être exactes pour l'aliment tel qu'il est vendu.

Dans le cas d'un aliment préemballé, c'est le fabricant qui est responsable de l'exactitude des renseignements présentés sur l'étiquette. Toutefois, le vendeur est responsable de toute annonce ou de tout matériel d'étiquetage promotionnel conçu pour cet aliment.

Allégations relatives à la prévention de maladies

Allégations assimilant un aliment à une drogue

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

Les allégations selon lesquelles un aliment servira à la restauration, à la correction ou à la modification des fonctions organiques, et les allégations selon lesquelles un aliment servira à la prévention, au traitement ou à l'atténuation d'une maladie, d'un désordre, un état physique anormal ou de leurs symptômes sont considérées comme faisant tomber l'aliment sous le coup de la définition d'une drogue, par application de la définition du mot « drogue » (voir page 2).

L'Article 3/Annexe A

L'article 3 de la *Loi des aliments et drogues* (voir page 2, paragraphes 3(1) et 3(2)) protège le grand public contre tout préjudice résultant d'un auto-diagnostic ou d'un traitement à base d'aliments annoncés comme traitements, mesures préventives ou moyens de guérison d'une maladie énumérée à l'annexe A. Il est important de noter que l'article 3 ne s'applique pas uniquement à la publicité fausse ou trompeuse; il interdit les annonces vraies qui établissent un lien entre un aliment donné et une maladie figurant à l'annexe A.

Cela implique qu'une mention telle que « un régime à faible teneur en matières grasses saturées peut réduire le risque de cardiopathie » est permise uniquement dans le cas où aucun lien n'est établi avec un produit particulier mis en vente. L'inscription de cette mention sur une étiquette ou son inclusion dans une annonce faite pour un produit particulier est considérée comme contrevenant au paragraphe 3(1) ou au paragraphe 3(2).

En vertu de la présente loi, il est interdit d'associer un produit alimentaire à la prévention d'une maladie figurant à l'annexe A.

Après examen de l'application de l'article 3 à un certain nombre de situations générales, on a conclu que les cas suivants ne semblent pas constituer des infractions à l'article 3:

- 1) Les mentions qui n'établissent pas de lien avec un produit particulier mais qui décrivent le rôle d'un régime dans la prévention des maladies en précisant le nom d'un organisme (p. ex., les messages d'intérêt public);
- 2) Les livres et le matériel éducatif* qui décrivent le rôle d'un régime dans la prévention des maladies et qui sont parrainé par une société ou une marque commerciale d'une société, mais qui ne peuvent être considérés comme de la publicité en faveur de l'aliment en question;
- 3) Les directives et les recommandations nutritionnelles inscrites sur les étiquettes et incluses dans les annonces qui sont approuvées** par une organisation de santé non gouvernementale mais qui ne font pas allusion au potentiel préventif, thérapeutique ou curatif de l'aliment en question.

* Pour de plus amples renseignements sur la distinction entre le matériel éducatif et le matériel publicitaire, se reporter à la Politique sur la distinction entre le matériel éducatif et le matériel publicitaire, du ministère des Consommateurs et des Sociétés, à l'appendice I.

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

** Se reporter à la Politique sur l'utilisation d'approbations, de logos et de sceaux d'approbation de tiers, du ministère des Consommateurs et des Sociétés, à l'appendice II.

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

Principes généraux concernant les allégations liées aux recommandations sur la nutrition et au guide alimentaire canadien pour manger sainement qui figurent sur les étiquettes et dans la publicité

Les principes généraux qui suivent ont trait à :

- l'utilisation de recommandations relatives à la nutrition ou de lignes directrices sur l'alimentation dans l'étiquetage et la publicité des aliments; et
- toute allégation qui affirme qu'un aliment donné possède une ou plusieurs caractéristiques qui en font un élément acceptable dans le cadre d'un régime alimentaire sain.

Buts de la politique

- Encourager les industries de l'alimentation s'occupant de la production, de la transformation, de la vente au détail et des services alimentaires à transmettre aux consommateurs des messages faisant la promotion d'un régime alimentaire sain, tel que défini dans la publication *Recommandations sur la nutrition... Un appel à l'action* et le *Guide alimentaire canadien pour manger sainement*.
- Encourager la transmission d'un message uniforme.
- Éviter de communiquer aux consommateurs des renseignements trompeurs ou déroutants dans la commercialisation des aliments.
- Aider les consommateurs à faire des choix éclairés aux fins d'une saine alimentation.

Contexte

Le régime alimentaire contribue de façon importante à la protection de la santé chez la population et réduit le risque de maladies liées à la nutrition. Dans le passé, des messages divergents sur la nutrition ont jeté la confusion chez les consommateurs. La reconnaissance par de nombreux secteurs qu'il existe un régime alimentaire sain pour tous, plutôt que plusieurs régimes différents, constitue un pas dans la bonne direction.

Le compte rendu des *Recommandations sur la nutrition* établit, au mieux des connaissances que nous possédons actuellement, le lien qui existe entre l'alimentation et la santé. La publication *Recommandations sur la nutrition... Un appel à l'action* contient les principales conclusions des *Recommandations sur la nutrition* du Comité de révision scientifique, ainsi que les *Recommandations alimentaires pour la santé des Canadiens et Canadiennes*. Les caractéristiques du régime alimentaire qui y sont présentées sont celles que nous jugeons les plus importantes pour la santé des Canadiens et Canadiennes.

Les *Recommandations alimentaires pour la santé des Canadiens et Canadiennes* constituent les principaux énoncés du message devant être communiqué aux Canadiens en bonne santé. Elles reflètent les modifications à apporter aux habitudes alimentaires actuelles qui sont

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

considérées comme très importantes pour permettre aux Canadiens d'adopter un régime alimentaire conforme aux *Recommandations sur la nutrition pour les Canadiens*.

Le *Guide alimentaire canadien pour manger sainement* poursuit la démarche amorcée avec les *Recommandations alimentaires pour la santé des Canadiens et Canadiennes*. Il aborde l'alimentation dans son ensemble, fournissant des conseils qui se rapportent à tous les choix alimentaires. Les illustrations représentent des exemples d'aliments compris dans les quatre groupes alimentaires du *Guide*.

La modification des habitudes alimentaires exige un programme de communication et d'éducation énergique et soutenu, ainsi que des ressources financières considérables. De nombreux secteurs doivent intervenir dans la transmission du message sur la nutrition. Il faut donc obtenir la coopération de chacun et coordonner leurs efforts. L'étiquetage et la publicité peuvent jouer un rôle important dans le cadre d'une vaste initiative d'éducation sur la nutrition. En fournissant des renseignements sur la nutrition à l'endroit même où les consommateurs sont appelés à faire un choix alimentaire, c'est-à-dire dans les épiceries et les restaurants, on peut faciliter les bonnes décisions et promouvoir la santé chez de larges secteurs de la population.

Les politiques, les programmes et les campagnes de promotion destinés aux consommateurs devraient appuyer ces lignes directrices sur l'alimentation. Les organismes de la santé et les associations professionnelles peuvent adopter les énoncés officiels des *Recommandations alimentaires pour la santé des Canadiens et Canadiennes* et des *Recommandations sur la nutrition pour les Canadiens* comme s'il s'agissait des leurs et les utiliser dans l'étiquetage et la publicité. La promotion de lignes directrices ou de messages qui ne s'accordent pas ou qui peuvent semer de la confusion ne devrait pas être encouragée.

Les principes généraux qui suivent visent à permettre à l'industrie alimentaire de fournir aux consommateurs des renseignements importants et exacts en vue de promouvoir un régime alimentaire sain.

* Les personnes désireuses de se procurer le rapport *Recommandations sur la nutrition... Un appel à l'action* (Santé et Bien-être social Canada, 1989) sont priées de s'adresser à Publications, Santé Canada, Localisation postale 0913A, Ottawa (Ontario), K1A 0K9. Elles trouveront notamment dans cette publication les *Recommandations alimentaires pour la santé des Canadiens et Canadiennes* (Appendice III) et les *Recommandations sur la nutrition pour les Canadiens* et les principales conclusions qui s'y rattachent (Appendice IV).

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

**Principes généraux concernant les allégations liées aux « recommandations sur la nutrition »,
aux « recommandations alimentaires pour la santé des canadiens et canadiennes »
et au « Guide alimentaire canadien pour manger sainement »**

1. L'utilisation de divers guides et recommandations alimentaires ne fait qu'embrouiller les idées des consommateurs et risque de les induire en erreur. En conséquence, seuls les messages décrivant le régime alimentaire présenté dans *Recommandations sur la nutrition... Un appel à l'action* et dans le *Guide alimentaire canadien pour manger sainement* doivent être utilisés.

Recommandations sur la nutrition et Recommandations alimentaires pour la santé des Canadiens et Canadiennes

2. Les *Recommandations alimentaires pour la santé des Canadiens et Canadiennes* constituent les principaux énoncés du message qu'il convient de communiquer.
3. Les *Recommandations alimentaires pour la santé des Canadiens et Canadiennes* et les *Recommandations sur la nutrition pour les Canadiens* s'accordent pour décrire un régime alimentaire sain. On dispose d'une certaine latitude quant à la formulation des messages figurant sur les étiquettes et dans la publicité, pourvu que ces messages demeurent fidèles au régime alimentaire recommandé.
4. Il n'est pas obligatoire d'utiliser tous les énoncés contenus dans les *Recommandations alimentaires pour la santé des Canadiens et Canadiennes* et dans les *Recommandations sur la nutrition pour les Canadiens*. Si l'on ne fait référence qu'à l'une des composantes du régime alimentaire recommandé, il convient d'indiquer dans l'énoncé que tel est le cas.
5. Tout énoncé ou toute allégation concernant une « alimentation saine » ou un « régime alimentaire sain » est considéré comme un énoncé ou une allégation ayant trait au régime alimentaire recommandé dans les *Recommandations sur la nutrition... Un appel à l'action*.
6. Un aliment ne doit pas être décrit comme étant sain, ou présenté de façon à insinuer qu'il l'est en soi.
7. Lorsque, sur l'étiquette ou dans la publicité, un aliment est décrit comme faisant partie d'une « alimentation saine » ou d'un « régime alimentaire sain » ou comme étant un « choix-santé », l'étiquette doit comporter un énoncé associant l'aliment au régime alimentaire recommandé dans les *Recommandations sur la nutrition... Un appel à l'action*. Dans le cas d'une publicité, l'énoncé devrait être présent dans la publicité s'il ne figure pas sur l'étiquette. Si l'on ne fait référence qu'à l'une des composantes du régime alimentaire recommandé, il convient d'indiquer que tel est le cas, conformément au point 4.
8. Lorsque, sur l'étiquette ou dans la publicité relative à un aliment, figure un énoncé ou une allégation concernant les *Recommandations alimentaires pour la santé des*

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

Canadiens et Canadiennes, les *Recommandations sur la nutrition pour les Canadiens*, une « alimentation saine », un « régime alimentaire sain » ou un « choix-santé », les consommateurs doivent trouver sur l'étiquette la « liste de base » de l'étiquetage nutritionnel (valeur énergétique, protéines, matières grasses et glucides). Dans le cas d'une publicité, ces renseignements doivent être présents dans la publicité s'ils ne figurent pas sur l'étiquette.

9. Lorsque des énoncés ou des allégations présents dans la publicité associent un groupe d'aliments aux *Recommandations alimentaires pour la santé des Canadiens et Canadiennes*, aux *Recommandations sur la nutrition pour les Canadiens*, à une « alimentation saine » ou à un « régime alimentaire sain », il n'est pas nécessaire de fournir l'étiquetage nutritionnel ni l'énoncé exigé au point 7, pourvu que le groupe soit présenté en désignant l'ensemble du groupe alimentaire (p. ex., « Produits céréaliers », « Légumes et fruits », « Produits laitiers », « Viandes et substituts »).

« Guide alimentaire canadien pour manger sainement »

10. Lorsqu'on fait référence au « *Guide alimentaire canadien pour manger sainement* », il convient d'utiliser le titre officiel de cette publication. Une fois que le titre officiel a été cité, on peut utiliser une formule plus brève, par exemple, le « *Guide alimentaire* ».
11. Sous réserve des exigences mentionnées au point 12, on dispose d'une certaine latitude quant à la formulation des messages figurant sur les étiquettes et dans la publicité, pourvu que ces messages demeurent fidèles au régime alimentaire recommandé.
12. Lorsqu'on fait référence au « *Guide alimentaire canadien pour manger sainement* », on ne doit utiliser que les appellations des groupes alimentaires figurant dans le *Guide alimentaire*, soit : « Produits céréaliers », « Légumes et fruits », « Produits laitiers » et « Viandes et substituts ». Par exemple : « Le *Guide alimentaire canadien pour manger sainement* recommande de consommer de 5 à 12 portions de produits céréaliers chaque jour, incluant du pain . »
13. Lorsqu'on utilise l'appellation d'un groupe alimentaire, sans toutefois faire expressément référence au « *Guide alimentaire canadien pour manger sainement* », la formulation devrait demeurer fidèle à l'esprit de cette appellation. Par exemple : « Savourez 5 à 10 fruits et légumes chaque jour. »
14. On devrait éviter de comparer le *Guide alimentaire canadien (1982)* et le *Guide alimentaire canadien pour manger sainement (1992)*. Si comparaison il y a, celle-ci devrait clairement refléter le fait que les deux guides alimentaires reposent sur une approche différente (p. ex., approche fondée sur la ration alimentaire minimale en 1982; sur la ration alimentaire totale en 1992).

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

15. On ne devrait faire aucune comparaison entre des aliments appartenant à des groupes alimentaires différents, ni entre un aliment d'un groupe alimentaire et un aliment de la catégorie « Autres aliments. »
16. Un aliment ne doit pas être décrit comme étant sain, ou présenté de façon à insinuer qu'il l'est en soi.
17. Lorsque, sur l'étiquette ou dans la publicité, un aliment est associé au *Guide alimentaire canadien pour manger sainement*, l'étiquette doit comporter un énoncé établissant un lien entre l'aliment et :
- a) un ou plusieurs des conseils donnés dans le *Guide alimentaire canadien pour manger sainement* (voir Annexe V), et/ou
 - b) le nombre recommandé de portions, selon le *Guide alimentaire canadien pour manger sainement*.
- Dans le cas d'une publicité, ces renseignements devraient être présents dans la publicité s'il ne figurent pas sur l'étiquette.
18. Si l'on ne cite pas intégralement un conseil donné dans le *Guide alimentaire canadien pour manger sainement*, il convient de le préciser. Par exemple : « Les produits enrichis sont parmi les produits céréaliers que le *Guide alimentaire canadien pour manger sainement* recommande. »
19. Quand on établit un lien entre des aliments de la catégorie « Autres aliments » et le *Guide alimentaire canadien pour manger sainement*, l'énoncé doit comporter une allusion à la modération.
20. Lorsque, sur l'étiquette ou dans la publicité relative à un aliment, figure un énoncé ou une allégation concernant le *Guide alimentaire canadien pour manger sainement*, les consommateurs doivent trouver sur l'étiquette la « liste de base » de l'étiquetage nutritionnel (valeur énergétique, protéines, matières grasses et glucides). Dans le cas d'une publicité, ces renseignements devraient être présents dans la publicité s'ils ne figurent pas sur l'étiquette.
21. Lorsque des énoncés ou des allégations présents dans la publicité associent un groupe d'aliments au *Guide alimentaire canadien pour manger sainement*, il n'est pas nécessaire de fournir l'étiquetage nutritionnel ni l'énoncé exigé au point 17, pourvu que le groupe soit présenté en désignant l'ensemble du groupe alimentaire (p. ex., « Produits céréaliers », « Légumes et fruits », « Produits laitiers », « Viandes et substituts »).

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

Remarque :

Ces principes généraux ne visent pas à remplacer les règlements et lignes directrices figurant dans le *Règlement sur les aliments et drogues* ou dans le Guide des fabricants et annonceurs - Aliments, publié par le ministère des Consommateurs et des Sociétés, qui régissent les allégations et les énoncés relatifs aux éléments nutritifs des aliments.

Reproduction du « Guide alimentaire canadien pour manger sainement »

Afin de favoriser la reproduction du *Guide alimentaire canadien pour manger sainement*, la note relative au droit d'auteur stipule: « Toute modification est interdite. Peut être reproduit sans autorisation. » Cela signifie que le *Guide alimentaire canadien pour manger sainement* peut être reproduit intégralement (recto-verso) sans autorisation. Pour modifier le texte, on doit obtenir une autorisation écrite.

Veillez adresser vos demandes de reproduction à:

Production du publication
Direction générale des communications
Santé Canada
Pièce 1264D, (0912D)
Édifice Brooke Claxton
Pré Tunney
Ottawa (Ontario)
K1A 0K9

Tél. : (613) 957-2970
Télééc. : (613) 952-7266

Le 1^{er} décembre 1993

Références

1. *Loi et le Règlement des aliments et drogues*
Approvisionnement et Services Canada
Centre d'édition du gouvernement du Canada
Hull (Québec)
K1A 0S9
2. *Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation*
Division des normes des marchandises
Direction des produits de consommation
Consommateurs et Sociétés Canada

Agence canadienne d'inspection des aliments

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

3. Guide des fabricants et annonceurs - Aliments
Direction des produits de consommation
Consommateurs et Sociétés Canada
Édition révisée 1988

4. Directives sur l'étiquetage nutritionnel
Direction des aliments
Direction générale de la protection de la santé
Santé et Bien-être social Canada
Novembre 1989

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

Direction des produits de consommation
Consommateurs et Sociétés Canada*
1990

Appendice I

Politique sur la distinction entre le matériel éducatif et le matériel publicitaire

Introduction

Il est nécessaire d'établir des lignes directrices pour aider les fabricants, les annonceurs, les détaillants du secteur de l'alimentation et les restaurateurs à faire la distinction entre le « matériel publicitaire » et le « matériel éducatif/informatif » et, par conséquent, à se conformer à la *Loi sur les aliments et drogues*. Cette distinction constitue l'élément clé du deuxième principe décrit sous la rubrique IV, Précision concernant l'applicabilité des paragraphes 3(1) et 3(2), du document de Santé et Bien-être social Canada intitulé « Lignes directrices relatives aux programmes d'information sur la santé traitant de la vente d'aliments ».

Contexte

1. La définition de « publicité » qui figure dans la *Loi sur les aliments et drogues* est très vaste et se lit comme suit : « « publicité » ou « annonce » s'entend notamment de la présentation, par tout moyen, d'un aliment, d'une drogue, d'un cosmétique ou d'un instrument en vue d'en stimuler directement ou indirectement l'aliénation, notamment par vente. » C'est pourquoi il est reconnu qu'il peut être difficile de distinguer le matériel visant à promouvoir la vente d'un produit, ou le matériel publicitaire, du matériel visant strictement à éduquer ou à informer le consommateur.
2. Aux fins administratives, Consommateurs et Sociétés Canada et Santé et Bien-être social Canada ont depuis toujours considéré un certain type de matériel produit ou parrainé par le secteur de l'alimentation comme étant « éducatif » plutôt que « publicitaire ». Par exemple, certains documents n'ont pas été traités strictement comme du matériel publicitaire aux fins de la Loi et du Règlement parce que leur diffusion était restreinte ou parce qu'ils s'adressaient à un groupe cible bien précis. Il s'agit notamment du matériel demandé par écrit auprès des fabricants, des documents d'information destinés et distribués aux écoles et le matériel destiné et distribué aux professionnels de la santé. En outre, les paragraphes 3(1) et 3(2) de la Loi et certaines parties du Règlement (p. ex., la partie D - vitamines et minéraux) font mention de la « publicité faite auprès du grand public » et excluent donc toute publicité visant les professionnels de la santé.
3. Réciproquement, lorsqu'il est exposé, au point de vente, à proximité des produits qu'il vise, ce même matériel est considéré comme du matériel publicitaire. Ce principe nous a aidés considérablement à surveiller la publicité qui abuse de l'engouement actuel pour la nutrition et les allégations inconsidérées faites à l'égard des compléments alimentaires et d'autres produits similaires.

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

Portée

La présente politique s'applique au matériel imprimé et radiodiffusé, produit, parrainé ou distribué par des personnes qui annoncent ou vendent des aliments, notamment les fabricants, les détaillants, les restaurateurs, les organismes de producteurs et les annonceurs, qu'elles reçoivent ou non la collaboration d'associations oeuvrant dans le domaine de la santé.

Objectif

Clarifier la définition de « matériel éducatif/informatif » par opposition au « matériel publicitaire », laquelle définition pourrait servir à l'application de la *Loi et du Règlement sur les aliments et drogues*, plus particulièrement à celle des paragraphes 3(1) et 5(1) de la Loi.

Lignes directrices

Puisque la portée de la définition de « publicité » est très vaste, il sera nécessaire d'évaluer, cas par cas, le matériel imprimé et celui destiné à la radiodiffusion. Il est reconnu que certains types de matériel peuvent être conçus tant à des fins éducatives que pour la promotion des ventes d'un aliment. De manière générale, aux fins de la *Loi et du Règlement sur les aliments et drogues*, un matériel peut être considéré comme matériel éducatif/informatif, par opposition au matériel de publicité ou de promotion d'un produit, si toutes les conditions suivantes sont respectées :

1. Teneur

- a) Il est évident que le matériel a été conçu dans le but d'informer les consommateurs plutôt que de promouvoir la vente d'un produit, c'est-à-dire que le matériel énonce ou expose des faits, sans souci de mise en marché, en présentant des données pertinentes et divers points de vue, et non seulement ceux qui favorisent le commanditaire;
- b) bien que le commanditaire puisse être identifié, la teneur du matériel doit être de nature générale et ne doit comporter aucun nom de marque, sauf la mention du commanditaire, laquelle ne doit pas attirer l'attention de manière indue;
- c) si le matériel vise une catégorie d'aliments, comme le pain, la viande ou la volaille, ou un groupe d'aliments, comme les fruits et légumes, les allégations faites à l'égard de cette catégorie ou de ce groupe d'aliments doivent s'inscrire dans le contexte global d'une saine alimentation, conformément aux Recommandations sur la nutrition... Un appel à l'action.

2. Diffusion

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

- a) Le matériel dit éducatif/informatif, suivant les paragraphes 1 a), b) et c) ci-dessus, sera d'ordinaire considéré comme matériel publicitaire s'il est exposé, au point de vente, avec les aliments qu'il vise ou à proximité immédiate de ceux-ci.

Nota 1 : Sous réserve de circonstances particulières, il est peu probable que le matériel exposé loin des aliments visés, c'est-à-dire à l'entrée d'un magasin ou d'un restaurant, aille à l'encontre de ce principe.

Nota 2 : Il n'est évidemment pas interdit d'exposer du matériel publicitaire, au point de vente, à proximité des aliments qu'il vise, pourvu que ce matériel n'induisse pas en erreur, qu'il ne fasse aucune allusion à la prévention de la maladie, qu'il soit conforme aux « Énoncés liés aux recommandations sur la nutrition qui figurent sur les étiquettes et la publicité » et qu'il réponde aux exigences de la *Loi et du Règlement sur les aliments et drogues*.

- b) Lorsque du matériel éducatif/informatif est produit exclusivement par un organisme qui ne vend pas d'aliments (p. ex., un organisme oeuvrant dans le domaine de la santé, un groupe de producteurs, un office de commercialisation), le détaillant, le restaurateur, etc. qui place ou expose le matériel à proximité immédiate des aliments visés peut être tenu responsable de son utilisation à des fins de publicité.

Exemple:

La société X, qui fabrique le produit Y, peut décider de publier une brochure pour informer le consommateur du rôle que joue le régime alimentaire dans la prévention de la maladie.

La catégorie d'aliments dont le produit Y fait partie peut être le sujet principal de la brochure, mais le groupe ou la catégorie d'aliments est présenté dans le cadre des *Recommandations alimentaires pour la santé des Canadiens et des Canadiennes*.

La société X peut inscrire la marque commerciale du produit Y sur la page couverture de la brochure; toutefois, ni le produit Y, ni aucun autre produit, ni aucune autre marque de produit que fabrique ou distribue la société ne peut être mentionné à l'intérieur de la brochure.

La brochure ne peut être exposée, au point de vente, à proximité immédiate du produit Y ni de la catégorie de produits dont le produit Y fait partie.

Agence canadienne d'inspection des aliments

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

* Consommateurs et Sociétés Canada n'existe plus, depuis le 25 juin 1993. Ses responsabilités relatives à l'étiquetage et à la publicité ont été transférées à la Division des aliments de la Direction générale de la production et de l'inspection des aliments, Agriculture et Agroalimentaire Canada (depuis le 1^{er} avril 1997, Division des aliments, Agence canadienne d'inspection des aliments).

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

Direction des produits de consommation
Consommateurs et Sociétés Canada*
1990

Appendice II

**Politique sur l'utilisation d'approbations,
de logos et de sceaux d'approbation de tiers**

Introduction

Consommateurs et Sociétés Canada (CSC) reconnaît que la collaboration du gouvernement, du secteur privé et des organismes non gouvernementaux est importante aux programmes d'information sur la nutrition et la santé et qu'il est souhaitable que les étiquettes et la publicité faite par les fabricants et les tiers fournissent des renseignements pertinents aux consommateurs. Toutefois, la politique de CSC (énoncée à la section 4.1.8 du présent guide) veut que les logos, les sceaux d'approbation et les approbations professionnelles présentés sur les étiquettes et dans les annonces d'aliments soient utilisés avec circonspection pour éviter que les consommateurs ne soient induits en erreur quant aux propriétés des produits en question.

L'approbation d'un organisme privé pourrait enfreindre les paragraphes 3(1) et 5(1) de la *Loi sur les aliments et drogues*. Les énoncés d'approbation où l'on affirme, laisse croire ou supposer qu'un aliment ou une marque d'aliment en particulier « a une valeur nutritive supérieure » ou « est plus sain » que d'autres aliments sont considérés comme trompeurs puisque la santé est tributaire d'un régime alimentaire global plutôt que la consommation de certains aliments bien précis. En outre, un énoncé d'approbation selon lequel un aliment peut prévenir l'une des maladies énoncées à l'annexe A de la Loi est erroné et expressément interdit.

Contexte

1. De plus en plus d'aliments vendus aux points de vente au détail, dans des restaurants et dans d'autres établissements de restauration portent l'approbation d'un tiers, laquelle laisse supposer que l'aliment en question présente des bénéfices reliés à la nutrition et à la santé.
2. Puisque les fabricants, les détaillants, les restaurateurs et les annonceurs tendent de plus en plus à s'associer à des organismes de santé et à d'autres organismes connexes, pour la promotion de produits, on craint que la prolifération de logos et de sceaux d'approbation ne sème la confusion dans l'esprit des consommateurs et que ces derniers ne soient pas en mesure de juger du bien-fondé des organismes approbateurs. Les critères régissant la description des aliments sur les étiquettes et dans les annonces ont été établis par des règlements et par des lignes directrices. L'apparition d'autres systèmes pour la description des aliments peut affaiblir la structure même de la réglementation nécessaire à la protection du consommateur. C'est pourquoi il importe d'adopter une politique sans équivoque à ce chapitre.

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

Objectif de la politique

Décrire les conditions dans lesquelles le nom, la déclaration, le sceau d'approbation, le symbole, le logo ou toute autre marque déposée d'un tiers, qui laisse supposer qu'un aliment présente des bénéfices reliés à la nutrition et à la santé, peut être utilisé sur l'étiquette ou dans l'annonce d'un aliment, de manière à ce que les consommateurs ne soient pas induits en erreur.

1. Portée

1.1 La présente politique s'applique aux approbations de tiers qui sont utilisées sur les étiquettes ou dans les annonces d'aliments, notamment aux points de vente, dans les restaurants et dans les autres établissements de restauration, lesquelles laissent supposer qu'un produit ou une marque de produit en particulier a présenté des bénéfices reliés à la nutrition et à la santé. La politique ne s'applique pas aux logos ni à d'autres marques d'organismes qui diffusent des renseignements sur la santé et la nutrition à l'égard de groupes ou de catégories d'aliments, aux points de vente, dans les restaurants et dans les autres établissements de restauration.

1.2 La présente politique ne s'applique pas au symbole adopté par l'Association canadienne de la maladie coeliaque** pour indiquer l'absence de gluten, ni aux valeurs de choix alimentaire de l'Association canadienne du diabète. Ces symboles visent uniquement à indiquer la composition d'un aliment aux consommateurs souffrant de la maladie coeliaque ou de diabète respectivement. Ils sont présentés de telle manière que seuls ces derniers peuvent les reconnaître; ainsi, il est peu probable que le grand public les croie sanctionnés par un organisme de santé. Par ailleurs, d'autres exceptions pourraient être considérées, cas par cas.

2. Définition

L'approbation d'un tiers est synonyme d'approbation ou de sanction d'un aliment par un professionnel de la santé, un organisme de santé ou toute personne ou tout organisme représenté en tant que tel.

3. Principes généraux

- (a) L'utilisation du nom, de la déclaration, du logo, du symbole, du sceau d'approbation ou d'une autre marque déposée d'un tiers, sur l'étiquette ou dans l'annonce d'un aliment, peut être perçue par les consommateurs comme un signe d'approbation de cet aliment par l'organisme concerné.
- (b) L'approbation d'un tiers peut être trompeuse, car du fait qu'une mention en ce sens est faite sur son étiquette ou dans l'annonce le concernant, un aliment peut être perçu par les consommateurs comme étant meilleur, sur des plans de la santé, de la salubrité ou de la nutrition, que d'autres aliments qui eux, ne sont pas visés par la même approbation.

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

4. Conditions régissant l'utilisation du nom, de la déclaration, du logo, du symbole, du sceau d'approbation ou d'une autre marque déposée d'un tiers

Pour réduire les possibilités d'information trompeuse par l'utilisation du nom, de la déclaration, du logo, du symbole, du sceau d'approbation ou de toute autre marque déposée d'un tiers sur l'étiquette ou dans l'annonce d'un aliment :

- (a) le nom, la déclaration, le logo, le symbole, le sceau d'approbation ou toute autre marque déposée d'un tiers ne doit pas être utilisé de manière à laisser supposer que l'aliment est, en soi, bon pour la santé; qu'il est meilleur, sur les plans de la santé, de la salubrité ou de la nutrition, que tout autre aliment ne portant pas le nom, etc. du tiers; ou qu'il constitue un traitement ou une mesure préventive d'une maladie ou un moyen de guérison; **et**
- (b) l'une des trois conditions suivantes doit être remplie :
 - i) le motif de l'utilisation du nom, de la déclaration, du logo, etc. d'un tiers (comme sa participation à des programmes éducatifs conjoints) doit être clairement énoncé. Lorsque l'utilisation du nom, de la déclaration, du logo, etc. d'un tiers est associée à une aide financière ou à un parrainage, ce fait doit être déclaré (p. ex., « La société X fournit une aide financière à / parraine la campagne de la Semaine de la nutrition de l'organisme Y. »); ou
 - ii) il doit être clairement indiqué que le nom, la déclaration, le logo, etc. du tiers ne constitue pas une approbation de l'aliment; ou
 - iii) le nom du tiers, avec ou sans son logo, son symbole, son sceau d'approbation ou toute autre marque déposée, doit être indiqué conjointement avec ses recommandations ou ses lignes directrices en matière de nutrition ou d'alimentation, ou avec celles qu'il approuve. Ces étiquettes ou ces annonces doivent comprendre la liste des renseignements de base du tableau d'étiquetage nutritionnel des aliments (valeur énergétique, teneur en protéines, en matières grasses et en glucides).

* Consommateurs et Sociétés Canada n'existe plus, depuis le 25 juin 1993. Ses responsabilités relatives à l'étiquetage et à la publicité ont été transférées à la Division des aliments de la Direction générale de la production et de l'inspection des aliments, Agriculture et Agroalimentaire Canada (depuis le 1^{er} avril 1997, Division des aliments, Agence canadienne d'inspection des aliments).

** Voir la rubrique 7.15.7 du présent guide pour l'information requise sur l'étiquette d'un aliment portant une allégation, un logo ou symbole à l'effet que l'aliment «ne contient pas de gluten».

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

Appendice III

Recommandations alimentaires pour la santé des Canadiens et Canadiennes (1991)

- Agrémentez votre alimentation par la VARIÉTÉ.
- Dans l'ensemble de votre alimentation, donnez la plus grande part aux céréales, pains et autres produits céréaliers ainsi qu'aux légumes et aux fruits.
- Optez pour des produits laitiers moins gras, des viandes plus maigres et des aliments préparés avec peu ou pas de matières grasses.
- Cherchez à atteindre et à maintenir un poids-santé en étant régulièrement actif et en mangeant sainement.
- Lorsque vous consommez du sel, de l'alcool ou de la caféine, allez-y avec modération.

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

Appendice IV

Recommandations sur la nutrition pour les Canadiens

Le régime alimentaire des Canadiens devrait leur fournir l'énergie nécessaire pour qu'ils maintiennent leur poids corporel dans les limites recommandées.

Le régime alimentaire des Canadiens devrait leur fournir les quantités recommandées des éléments nutritifs essentiels.

Le régime alimentaire des Canadiens ne devrait pas leur fournir plus de 30 % de la quantité totale d'énergie sous forme de lipides (33g/1 000 kcal ou 39 g/5 000 kJ) et pas plus de 10 % sous forme de graisses saturées (11 g/1 000 kcal ou 13 g/5 000 kJ).

Le régime alimentaire des Canadiens devrait leur fournir 55 % de la quantité totale d'énergie sous forme de glucides (138 g/1 000 kcal ou 165 g/5 000 kJ) provenant de diverses sources.

La teneur en sodium du régime alimentaire des Canadiens devrait être abaissée.

Le régime alimentaire des Canadiens ne devrait pas leur fournir plus de 5 % de l'apport total en énergie sous forme d'alcool, ou deux consommations de boisson alcoolisée par jour, le choix devant porter sur la plus faible des deux quantités d'alcool.

Le régime alimentaire des Canadiens ne devrait pas leur fournir plus de caféine que l'équivalent de quatre tasses de café par jour.

Lorsque l'eau provenant de la municipalité contient moins de 1 mg de fluor par litre, elle devrait être fluorurée pour atteindre ce taux.

Principales conclusions*

Le régime alimentaire des Canadiens devrait leur fournir l'énergie nécessaire pour qu'ils maintiennent leur poids corporel dans les limites recommandées. L'activité physique doit tenir compte des circonstances et des aptitudes de chaque individu. Les poids corporels se situant au-dessous et au-dessus des limites recommandées sont négativement associés à la longévité et à la fréquence de plusieurs maladies chroniques. Il est donc favorable à la santé de maintenir le poids corporel dans les limites prescrites, mais il peut être mauvais de le faire en réduisant uniquement l'apport énergétique. L'activité physique doit aussi contribuer à ce maintien du poids. Bien que l'importance de faire de l'activité physique tout au long de la vie ait été soulignée, il n'est pas possible de préciser un niveau d'activité physique qui conviendrait à toute la population. On peut dire, à titre indicatif, que les adultes devraient conserver, aussi longtemps que possible, un niveau d'activité correspondant à une demande énergétique d'au moins 1 800 kcal ou 7,6 MJ/jour tout en maintenant leur poids dans les limites recommandées.

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

Le régime alimentaire des Canadiens devrait leur fournir les quantités recommandées des éléments nutritifs essentiels. L'une des raisons pour considérer l'activité physique comme un élément souhaitable dans le contrôle du poids corporel est la difficulté croissante d'atteindre les apports nutritionnels recommandés (ANR) lorsque l'apport énergétique devient inférieur à 1 800 kcal/jour ou 7,6 MJ/jour. Il est certes important que le régime alimentaire fournisse les quantités d'éléments nutritifs recommandées, mais il faudrait comprendre que rien n'indique que des apports supérieurs aux ANR soient avantageux pour la santé. Mis à part les suppléments de vitamine D pour les nourrissons et les suppléments d'acide folique pour les femmes enceintes, aucun supplément n'est généralement requis. Toutefois, des suppléments de vitamine D peuvent être nécessaires pour les personnes âgées qui ne s'exposent pas au soleil. Les femmes enceintes dont les réserves de fer ne sont pas satisfaisantes peuvent aussi avoir besoin d'un supplément de fer. Bien que l'apport habituel en certains nutriments comme les protéines et la vitamine C excède largement l'ANR, il n'y a pas lieu d'en suggérer une réduction.

Le régime alimentaire des Canadiens ne devrait pas leur fournir plus de 30 % de la quantité totale d'énergie sous forme de lipides (33 g/1 000 kcal ou 39 g/5 000 kJ) et pas plus de 10 % sous forme de graisses saturées (11 g/1 000 kcal ou 13 g/5 000 kJ). Les régimes alimentaires riches en lipides ont été associés à une incidence élevée de maladies cardiaques et à certains types de cancer. Une baisse de l'apport total en lipides est un moyen important de réduire l'apport en graisses saturées. Les données qui permettent d'établir un lien entre d'une part l'apport en graisses saturées et un taux sanguin élevé de cholestérol et d'autre part le risque de maladies cardiaques constituent une des preuves les plus convaincantes de l'existence d'une relation entre le régime alimentaire et la maladie; cela était un facteur important dans l'élaboration de cette recommandation. Bien que le cholestérol alimentaire n'ait pas beaucoup d'influence sur les taux de cholestérol sanguin, il n'est pas pour autant dénué d'importance. Une baisse de l'apport en cholestérol devrait normalement accompagner une réduction de l'apport total en lipides et de l'apport en graisses saturées. La recommandation à l'effet de diminuer l'apport total en lipides ne s'applique pas aux enfants de moins de deux ans.

Le régime alimentaire des Canadiens devrait leur fournir 55 % de la quantité totale d'énergie sous forme de glucides (138 g/1 000 kcal ou 165 g/5 000 kJ) provenant de diverses sources. Les sources choisies devraient fournir, de préférence, des glucides complexes, divers types de fibres alimentaires et du β -carotène. Les glucides sont l'élément de choix pour remplacer les lipides comme source d'énergie puisque l'apport protéique excède déjà les besoins. Il existe plusieurs raisons pour que l'augmentation calorique en glucides soit sous forme de glucides complexes. Les régimes riches en glucides complexes ont été associés à une baisse de l'incidence des maladies cardiaques et des cancers, et sont des sources de fibres alimentaires et de β -carotène.

La teneur en sodium du régime alimentaire des Canadiens devrait être abaissée. Les aliments actuellement disponibles fournissent des quantités de sodium qui dépassent largement les besoins. Bien qu'il y ait peu de données appuyant une recommandation quantitative, une baisse de l'apport actuel en sodium pourrait avoir des effets bénéfiques. Les consommateurs sont encouragés à utiliser moins de sel (chlorure de sodium) dans la préparation des aliments et à table. Cependant, les efforts individuels demeureront relativement inefficaces en l'absence d'une action concertée de la part de l'industrie alimentaire pour diminuer la teneur en sodium

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

des aliments transformés et préparés. Un régime riche en fruits et légumes assurera un apport adéquat en potassium.

Le régime alimentaire des Canadiens ne devrait pas leur fournir plus de 5 % de l'apport total en énergie sous forme d'alcool ou deux consommations de boisson alcoolisée par jour, le choix devant porter sur la plus faible des deux quantités d'alcool. Il existe plusieurs raisons pour limiter la consommation d'alcool. Du point de vue nutritionnel, l'alcool dilue la densité en éléments nutritifs du régime et peut diminuer les chances d'atteindre les ANR. L'influence néfaste de l'alcool sur la pression sanguine est une raison encore plus pressante de recommander la modération. Les femmes enceintes feraient bien de s'abstenir de boire de l'alcool parce que la quantité qui peut être ingérée sans risque n'est pas connue avec certitude. Le régime alimentaire des Canadiens ne devrait pas leur fournir plus de caféine que l'équivalent de quatre tasses de café par jour. Cette approche prudente a été prise à cause du risque élevé de maladies cardio-vasculaires associé à des prises élevées de caféine.

Lorsque l'eau provenant de la municipalité contient moins de 1 mg de fluor par litre, celle-ci devrait être fluorurée pour atteindre ce taux. La fluoruration de l'eau provenant des municipalités s'est révélée être une méthode sûre, efficace et économique pour améliorer la santé dentaire.

* Recommandations sur la nutrition... Un appel à l'action. Santé et Bien-être social Canada 1989 p. 4-6

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS

Appendice V

Conseils figurant dans le Guide alimentaire canadien pour manger sainement

- Savourez chaque jour une variété d'aliments choisis dans chacun des groupes alimentaires. Choisissez de préférence des aliments moins gras.
- Choisissez de préférence des produits céréaliers à grains entiers ou enrichis.
- Choisissez plus souvent des légumes vert foncé ou orange ou des fruits orange.
- Choisissez de préférence des produits laitiers moins gras.
- Choisissez de préférence viandes, volailles et poissons plus maigres et légumineuses.
- D'autres aliments et boissons qui ne font pas partie des quatre groupes peuvent aussi apporter saveur et plaisir. Certains de ces aliments ont une teneur plus élevée en gras ou en énergie. Consommez-les avec modération.