

Politique au sujet de l'utilisation de symboles en forme de cœur et d'allégations relatives à la santé cardiovasculaire sur les étiquettes et dans la publicité relatives aux aliments

Annexe 8-2

Contexte

Depuis toujours, l'utilisation, sur les étiquettes et dans la publicité relatives aux aliments, de **symboles en forme de cœur** et de mentions relatives à la « **santé cardiovasculaire** » sont considérées comme des infractions probables à la *Loi sur les aliments et drogues* (LAD), 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 cardiovasculaires [LAD, 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 1er mars 1991, regroupées sous le titre de **Lignes directrices relatives aux programmes d'information sur la santé traitant de la vente d'aliments**.

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 *LAD*, 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 cœur** ni d'allégations relatives à la **santé cardiovasculaire** sur les étiquettes et dans la publicité relatives aux aliments.

La politique suivante vise à préciser davantage la position adoptée au sujet de l'utilisation de **symboles en forme de cœur** et d'allégations relatives à la **santé cardiovasculaire** et vient compléter les politiques plus générales du Groupe intersectoriel ad hoc étudiant les programmes d'information sur la santé dont il a été question.

Portée

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

Politique

1. Symboles en forme de cœur

- (1) Les énoncés où l'on affirme, laisse croire ou suppose 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 cœur sur une étiquette ou dans une annonce (y compris l'apposition de symboles en forme de cœur 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 cœur et du système cardiovasculaire. Étant donné qu'un tel emploi de ces symboles est considéré comme une infraction potentielle au paragraphe 5(1) de la *LAD*, il vaudrait mieux s'en abstenir.

- (2) Un symbole en forme de cœur 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 aux conditions énoncées dans la **Politique sur l'utilisation d'approbations, de logos et de sceaux d'approbation de tiers**.
- (3) On ne s'oppose pas à l'utilisation de symboles en forme de cœur pour représenter l'affection ou la tendresse de manière traditionnelle, par exemple, des formes de cœur sur les étiquettes de bonbons pour la St-Valentin.

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

Comme dans les cas des **symboles en forme de cœur**, 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 cardiovasculaire. L'utilisation de ces expressions constituant d'après nous une infraction virtuelle au paragraphe 5(1) de la *LAD*, elle est déconseillée.

3. **«Alimentation saine pour le cœur» ou «Régime sain pour le cœur»**

L'utilisation, sur les étiquettes et dans la publicité relatives à des aliments spécifiques, des expressions « **alimentation saine pour le cœur** » ou « **régime sain pour le cœur** » (p. ex., « **choisissez la margarine X pour votre régime sain pour le cœur** ») 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 cœur » ou qu'il est particulièrement utile pour la santé cardiovasculaire;
- (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 cœur** » suggère et encourage l'idée de modes d'alimentation axés sur une maladie ou un organe spécifique. Selon nous, cela porte à confusion et pourrait tromper le public;

- (3) un régime sain peut contribuer à la réduction des risques de maladie cardiovasculaire; cependant le régime alimentaire ne représente qu'un élément parmi les multiples causes de cette maladie. La promotion d'un régime « sain pour le cœur », à l'exclusion 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 cardiovasculaire.

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

- (1) On s'oppose à l'utilisation d'expressions contenant le mot « **cœur** » comme "**heart beat**" (« évalue-cœur »), "**whole hearted**" (« de tout cœur ») et "**heart smart**" (« cœur 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 cœur** ».
- (2) Il peut être acceptable d'utiliser des expressions contenant le mot « **cœur** » 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 Cœur atout est un programme d'information de la Fondation des maladies du cœur 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 cœur et des énoncés ou allégations relatifs à la santé cardiovasculaire qui contreviennent à la présente politique.

À cet égard, on s'attend à ce que les symboles actuels en forme de cœur (article #1 de cette annexe) et les allégations figurant sur les étiquettes ou les menus (articles #2, 3 et 4 de cette annexe) soient retirés ou rectifiés (c.-à-d. recouverts) au cours des six mois suivant la date d'entrée en vigueur 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 d'entrée en vigueur de la présente politique.

Dans le cas du programme des restaurants « Cœur atout » de la fondation des maladies du cœur 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 cœur et aucune autre mesure corrective est envisagée à l'heure actuelle.

Direction des aliments
Direction générale de la protection de la santé
Santé Canada

Division des aliments
Direction générale des biens de consommation
Consommation et Corporations Canada*
Le 9 octobre 1992

* Consommation et Corporations Canada n'existe plus depuis le 25 juin 1993. Ses responsabilités relatives à l'étiquetage et à la publicité ont été transférées à Agriculture et Agroalimentaire Canada et le 1^{er} avril 1997 à l'Agence canadienne d'inspection des aliments. La Division des aliments est maintenant connue sous le nom de Bureau de la salubrité des aliments et de la protection des consommateurs, ACIA.