

GUIDE D'ÉTIQUETAGE ET DE PUBLICITÉ SUR LES ALIMENTS 2003

Chapitre I

Introduction

Chapitre I

Introduction

Table des matières

1.1	Objectifs du <i>Guide 2003</i>	1 - 1
1.2	Fondement législatif : lois et règlements pertinents	1 - 1
1.2.1	<i>Loi sur les aliments et drogues</i> et <i>Règlement sur les aliments et drogues</i> ..	1 - 1
1.2.2	<i>Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation</i>	1 - 2
1.2.3	Définitions : <i>Loi sur les aliments et drogues</i> et <i>Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation</i>	1 - 2
1.2.4	Autres lois pertinentes administrées par l'ACIA	1 - 3
1.3	Autres lois fédérales pertinentes	1 - 4
1.3.1	<i>Loi sur la radiodiffusion</i>	1 - 4
1.4	But de l'étiquetage des aliments	1 - 4
1.4.1	Responsabilités du gouvernement canadien en matière d'étiquetage des aliments	1 - 5
1.4.2	Service d'information d'étiquetage des aliments de l'ACIA	1 - 5
1.4.3	Section d'enregistrement des étiquettes de l'ACIA	1 - 6
1.5	Responsabilités en matière de publicité	1 - 7
1.5.1	Publicité radiodiffusée et télédiffusée sur les aliments	1 - 7
1.5.2	Publicité radiodiffusée et télédiffusée sur les boissons alcoolisées	1 - 7
1.5.3	Publicité imprimée sur les aliments et les boissons alcoolisées	1 - 7
1.5.4	Compétences provinciales sur les boissons alcoolisées	1 - 8
1.5.5	Publicité sur Internet et le World Wide Web	1 - 8
1.6	Sources de renseignements complémentaires sur l'étiquetage et les allégations ..	1 - 8

Chapitre I

Introduction

1.1 Objectifs du Guide 2003

Le *Guide 2003* offre de l'information sur les exigences en matière d'étiquetage et de publicité des aliments. De plus, il traite des politiques qui s'appliquent aux déclarations et aux allégations faites au sujet des aliments et des boissons alcoolisées. Par conséquent, il représente un outil pour aider l'industrie à se conformer à la législation et à la protection aux consommateurs. Les déclarations et allégations qui respectent les présentes directives sont réputées conformes aux dispositions de la *Loi sur les aliments et drogues (LAD)* et du *Règlement sur les aliments et drogues (RAD)* et de la *Loi (LEEPC)* et du *Règlement sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation (REEPC)*, ainsi que les autres lois pertinentes.

Lorsqu'il est établi qu'un secteur de l'industrie alimentaire ne se conforme pas aux directives, créant de ce fait de l'iniquité au sein de l'industrie ou rapportant des gains frauduleux, l'Agence canadienne d'inspection des aliments prendra les mesures nécessaires pour assurer la conformité de façon uniforme au niveau national.

Nota : « Le cadre énoncé dans le *Guide d'étiquetage et de publicité sur les aliments 2003* s'applique aux aliments importés, fabriqués et/ou vendus au Canada. La politique ne s'applique pas aux aliments destinés uniquement à l'exportation à moins d'avis contraire. »

1.2 Fondement législatif : lois et règlements pertinents

Dans le *Guide 2003*, les références relatives au *Règlement sur les aliments et drogues* apparaîtront entre crochets, par exemple, [B.01.001]. Lorsque l'on fera référence à un autre texte législatif, l'abréviation de la loi ou du règlement précédera la référence, par exemple, [LEEPC, 2]. Les abréviations utilisées pour représenter différents règlements ou lois se retrouvent dans le Glossaire.

1.2.1 *Loi sur les aliments et drogues* et *Règlement sur les aliments et drogues*

Le paragraphe 5(1) de la *Loi sur les aliments et drogues* interdit à quiconque d'étiqueter, d'emballer, de traiter, de préparer, de vendre ou d'annoncer un aliment 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. Les paragraphes 3(1) et (2) interdisent aussi à quiconque d'alléguer qu'un aliment permet de traiter, de prévenir ou de guérir certaines maladies ou un état physique anormal, **à moins que le règlement le prescrive.**

Un aliment qui n'est pas conforme aux exigences de la Loi contrevient :

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 (1) [LAD, 5(2)].

Le *Règlement sur les aliments et drogues (RAD)* prévoit l'étiquetage de tous les aliments préemballés, y compris les exigences relatives à la liste des ingrédients sur l'étiquette, à

l'étiquetage nutritionnel, aux dates limites de conservation, aux allégations relatives à la teneur nutritive, aux allégations relatives à la santé et aux aliments destinés aux consommateurs ayant des régimes alimentaires spéciaux. Le Règlement établit également les exigences en matière d'étiquetage bilingue.

1.2.2 *Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation*

La *Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation (LEEPC)* assure l'uniformité de la méthode d'étiquetage et d'emballage des produits préemballés de consommation (produits vendus au détail). La Loi prévient la fraude et les tromperies en exigeant la présence d'information obligatoire sur les étiquettes, ce qui permet aux consommateurs de faire un choix éclairé. La Loi prescrit également l'utilisation des unités de mesure métriques et l'étiquetage bilingue.

Le fournisseur ne peut apposer sur un produit un étiquetage qui contient de l'information fautive ou trompeuse se rapportant au produit - ou pouvant raisonnablement donner cette impression -, ni vendre, importer ou annoncer un produit ainsi étiqueté [*LEEPC*, 7(1)].

Dans sa publicité pour un produit préemballé, le fournisseur est tenu, en matière d'information sur la quantité nette de celui-ci, de se conformer strictement à la présente loi et à ses règlements [*LEEPC*, 5].

1.2.3 *Définitions : Loi sur les aliments et drogues et Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation*

Les extraits suivants, tirés de la *Loi sur les aliments et drogues (LAD)* et de la *Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation (LEEPC)*, sont importants en ce qui a trait à la publicité et l'étiquetage des aliments. Les définitions peuvent varier d'un texte législatif à l'autre. Pour ces motifs, on doit porter une attention particulière pour s'assurer de l'utilisation de la définition pertinente.

« **Publicité** » ou « **annonce** » présentation au public, par tout moyen autre que l'étiquetage, d'un produit en vue d'en stimuler directement ou indirectement la vente [*LEEPC*, 2].

« **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 [*LAD*, 2].

« **Distributeur** » – voir « fabricant »

« **Étiquette** » Sont assimilés aux étiquettes les inscriptions, mots ou marques accompagnant les aliments . . . [*LAD*, 2].

« **Étiquetage** » Mentions, marques, labels, images ou signes se rapportant à un produit et figurant sur toute étiquette, fiche ou carte l'accompagnant, indépendamment du mode d'apposition - notamment par fixation ou impression. [*LEEPC*, 2].

« **Fabricant** » ou « **distributeur** » Toute personne, y compris une association ou une société de personnes, qui, sous son propre nom ou sous une marque de commerce, un dessin-marque, un

logo, un nom commercial ou un autre nom, dessin ou marque soumis à son contrôle, vend un aliment . . . [A.01.010].

« **Produit préemballé** » Tout produit conditionné de telle manière qu'il est ordinairement vendu au consommateur, ou utilisé ou acheté par lui, dans son contenant d'origine [LEEPC, 2].

« **Produit préemballé** » désigne un aliment contenu dans un emballage de manière à être normalement vendu, utilisé ou acheté par une personne [B.01.001].

« **Vente** » Est assimilé à l'acte de vendre le fait de mettre en vente, ou d'exposer ou d'avoir en sa possession pour la vente, ou de distribuer, que la distribution soit faite ou non pour une contrepartie [LAD, 2].

« **Vendre** » Est assimilé à l'acte de vendre le fait de mettre en vente, ou d'exposer ou d'avoir en sa possession pour la vente, un produit, ou encore de l'exposer de manière à faire croire qu'il est destiné à la vente [LEEPC, 2].

1.2.4 Autres lois pertinentes administrées par l'ACIA

D'autres lois peuvent imposer des exigences particulières en matière de publicité et d'étiquetage des aliments, en plus des exigences énoncées dans la *Loi sur les aliments et drogues (LAD)*, le *Règlement sur les aliments et drogues (RAD)* et la *Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation (LEEPC)* et leurs règlements d'application. Plusieurs lois fédérales et provinciales ainsi que leurs règlements d'application ont trait aux pratiques agricoles ainsi qu'à la production, à la fabrication, à la composition, à l'emballage, à l'étiquetage, au classement, à la commercialisation, à l'entreposage, à la publicité, à l'importation et à l'exportation des produits alimentaires (voir 1.6 du présent *Guide*).

Au niveau fédéral, les lois suivantes s'appliquent :

- *Loi sur les produits agricoles au Canada (LPAC) et son Règlement (RPAC)*
- *Loi sur l'inspection des viandes (LIV) et son Règlement, 1990 (RIV, 1990)*
- *Loi sur l'inspection du poisson (LIP) et son Règlement (RIP)*

Les lois précitées s'appliquent aux usines enregistrées ou agréées auprès du gouvernement fédéral. La *Loi sur les produits agricoles au Canada (LPAC)* régit le commerce des produits laitiers, des oeufs, des oeufs transformés, des fruits et légumes frais, du miel, des produits de sirop d'érable et des produits transformés (des fruits et des légumes) ainsi que de la classification des carcasses de bétail et de volaille. La *Loi sur l'inspection du poisson* et la *Loi sur l'inspection des viandes* s'appliquent aux poissons et aux produits de poisson, à la viande et aux produits de viande respectivement, qui sont importés au Canada, exportés et vendus à l'échelle provinciale. Pour de plus amples renseignements, visitez le site de l'ACIA à l'adresse suivante :

<http://www.inspection.gc.ca>

1.3 Autres lois fédérales pertinentes

D'autres lois et règlements fédéraux peuvent également être jugés pertinents :

- la *Loi sur la concurrence*;
- la *Loi sur les marques de commerce*;
- le *Règlement concernant la radiodiffusion et la télédiffusion* qui relève de la *Loi sur la radiodiffusion*;

La *Loi sur la concurrence* et la *Loi sur les marques de commerce* sont administrées par Industrie Canada. Un Guide des marques de commerce est également disponible dans le site Internet de l'Office de la propriété intellectuelle du Canada à l'adresse suivante :

http://strategis.gc.ca/sc_mrksv/cipo/tm/tm_gd_main-e.html

Le *Règlement concernant la radiodiffusion et la télédiffusion* qui relève de la *Loi sur la radiodiffusion* est administré par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC). (Pour de plus amples renseignements, consulter le chapitre 3 du présent *Guide*.)

D'autres lois et règlements, notamment la *Loi concernant les poids et mesures* et le *Règlement concernant les poids et mesures* peuvent s'appliquer dans quelques cas (pour de plus amples renseignements sur la *Loi concernant les poids et mesures* et son *Règlement*, consulter 2.6 et 2.15 du présent *Guide* intitulées *Quantité nette* et *Étiquettes des contenants d'expédition*).

1.3.1 *Loi sur la radiodiffusion*

Les messages commerciaux radiodiffusés et télédiffusés, en faveur de boissons alcoolisées, sont assujettis aux *Règlements concernant la radiodiffusion et la télédiffusion* établis en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion*. Selon ces règlements, les radiodiffuseurs sont tenus de respecter le Code de la publicité radiodiffusée en faveur des boissons alcoolisées (le Code des boissons alcoolisées) dont la refonte est entrée en vigueur le 1^{er} février 1997. Les messages publicitaires ne doivent pas être destinés à encourager la consommation en général des boissons alcoolisées. (Voir 1.5.2 du présent *Guide*)

1.4 But de l'étiquetage des aliments

L'étiquette que l'on trouve sur un aliment constitue une des façons les plus courantes et les plus directes qu'ont les vendeurs de communiquer de l'information sur leur produit aux acheteurs. C'est l'un des principaux moyens pour les consommateurs de faire la distinction entre les différents aliments et entre les différentes marques de commerce et de faire un choix éclairé à l'achat.

L'étiquette a trois fonctions principales :

- fournir des renseignements de base sur le produit (le nom usuel, la liste des ingrédients, la quantité nette, la date limite de conservation, la catégorie/qualité, le pays d'origine ainsi que le nom et l'adresse du fabricant, du distributeur ou de l'importateur);

- fournir des renseignements sur les aspects sanitaire et nutritionnel du produit, notamment les directives sur l'entreposage et la manutention, le profil nutritionnel précisant par exemple la quantité de matières grasses, de protéines, de glucides, de vitamines et de minéraux par portion déterminée (dans le tableau de la valeur nutritive), et de l'information visant particulièrement les consommateurs qui suivent des régimes alimentaires spéciaux;
- servir d'outil pour la commercialisation, la promotion et la publicité visant à accroître les ventes du produit au moyen de vignettes, d'informations promotionnelles et d'allégations telles que « pauvre en gras », « sans cholestérol », « riche en fibres », « produit du Canada », « naturel », « biologique », « sans agents de conservation », etc.

1.4.1 Responsabilités du gouvernement canadien en matière d'étiquetage des aliments

La responsabilité de l'élaboration et de l'application des exigences canadiennes en matière d'étiquetage des aliments incombe actuellement à deux ministères fédéraux, Santé Canada et l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA).

Santé Canada

En vertu de la *Loi sur les aliments et drogues* (LAD), Santé Canada est chargé de l'élaboration des politiques et des normes relatives à la santé, à la salubrité et à la qualité nutritionnelle des aliments vendus au Canada.

Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA)

L'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) est responsable de l'application des politiques visant à empêcher les déclarations trompeuses et la fraude en matière de publicité, d'étiquetage et d'emballage des aliments (*LAD*), et de l'application des dispositions générales sur l'étiquetage du poisson et des produits agroalimentaires en ce qui a trait à la catégorie, à la qualité et à la composition des aliments stipulées dans la *Loi sur les produits agricoles au Canada* (*LPAC*), la *Loi sur l'inspection des viandes* (*LIV*) et la *Loi sur l'inspection du poisson* (*LIP*). De surcroît, la responsabilité de l'application des dispositions associées aux aliments de la *Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation* (*LEEPC*), y compris les renseignements de base inscrits sur l'étiquette des aliments, la quantité nette, la métrisation et l'étiquetage bilingue.

L'Agence canadienne d'inspection des aliments doit aussi veiller à l'application de **toutes** les exigences précitées.

1.4.2 Service d'information d'étiquetage des aliments de l'ACIA

Le Service d'information d'étiquetage des aliments de l'ACIA permet le regroupement et la coordination des examens des étiquettes apposées sur les aliments. Ce service vise tout particulièrement à faciliter l'entrée sur les marchés aux nouvelles entreprises. (Voir 1.6 du présent *Guide*, Service d'information d'étiquetage des aliments de l'Agence canadienne d'inspection des aliments.)

1.4.3 Section d'enregistrement des étiquettes de l'ACIA

Certaines étiquettes, notamment les étiquettes ci-dessous, **doivent** être enregistrées par la Section d'enregistrement des procédés, des formules et des étiquettes de l'ACIA.

1. Les étiquettes associées à **la viande, à la volaille et aux fruits et légumes transformés qui sont produits dans des établissements agréés par le gouvernement fédéral**, devront être enregistrées :

a) Produits de viande et de volaille provenant d'établissements agréés par le gouvernement fédéral :

- i) toutes les étiquettes destinées aux produits préemballés de viande comestibles transformés prévus pour la vente intérieure sauf que :
 - produits de viande exemptés en vertu de l'alinéa 3(1)*i*) du *Règlement sur l'inspection des viandes*;
 - viandes Kasher salées;
 - boyaux salés;
- (ii) toutes les étiquettes de produits de viande et de volaille qui ne contiennent qu'un seul ingrédient comestible et qui allèguent que la production animale est « biologique », « nourrie aux grains végétaux », qu'il n'y a « aucun sous-produit de viande » ou qu'il n'y a eu « aucune antibiothérapie durant l'élevage ».

b) Produits de fruits et de légumes transformés dans un établissement agréé par le gouvernement fédéral canadien :

- toutes les étiquettes destinées à l'emballage de produits préemballés pour lesquels il existe des catégories, des normes d'identité et/ou des contenants normalisés dans le *Règlement sur les produits transformés*.

2. Les étiquettes associées aux **produits importés de viande, de volaille, de fruits et légumes transformés**, devront être enregistrées :

a) Chez les établissements autorisés à exporter des produits de viande au Canada :

- (i) les mêmes étiquettes que celles provenant des établissements canadiens agréés; et
- (ii) toutes les étiquettes destinées aux produits de viande préemballés ne contenant qu'un seul ingrédient comestible et destinés à la vente directe aux consommateurs au niveau du détail au Canada.

b) Chez les établissements de l'extérieur souhaitant exporter des produits de fruits et de légumes transformés et réglementés dans des contenants plus volumineux que ceux du Canada.

Demandes d'enregistrement :

Il faut présenter toute demande d'enregistrement d'étiquette au moyen du formulaire 1478 de l'ACIA accompagné du nombre approprié d'étiquettes et de recettes. Ce formulaire est

accessible sur le site Web de l'ACIA : <http://www.inspection.gc.ca/francais/for/mpppf.shtml>.
Consultez l'avis sur les prix de l'ACIA pour déterminer si des coûts s'appliquent à votre produit.

Envoyez le formulaire d'enregistrement par la poste :

Commis
Section d'enregistrement des étiquettes
Agence canadienne d'inspection des aliments
1431, rue Merivale
Ottawa (Ontario) K1A 0Y9

1.5 Responsabilités en matière de publicité

Toute publicité sur les aliments et les boissons alcoolisées est assujettie à la *Loi* et au *Règlement sur les aliments et drogues* et à la *Loi* et au *Règlement sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation*. (Voir le chapitre 3 du présent *Guide*).

1.5.1 Publicité radiodiffusée et télédiffusée sur les aliments

Selon le code d'éthique de l'Association canadienne des radiodiffuseurs, aucun message commercial contenant une allégation ou un témoignage à l'égard d'un aliment ou d'une boisson non alcoolisée auxquels la *Loi* et le *Règlement sur les aliments et drogues* s'appliquent ne peut être mis en ondes à moins que le texte du message commercial ou du témoignage n'ait été approuvé par la Section de l'alimentation du bureau des Normes canadiennes de la publicité (NCP) et qu'il porte un numéro d'approbation. (Voir 3.14 du présent *Guide*)

Toute publicité est révisée en vertu des critères de la *Loi* et du *Règlement sur les aliments et drogues* et d'autres documents explicatifs connexes. La marche à suivre pour soumettre des messages publicitaires au NCP figure à 3.14 du présent *Guide*.

1.5.2 Publicité radiodiffusée et télédiffusée sur les boissons alcoolisées

La publicité radiodiffusée et télédiffusée sur les boissons alcoolisées est assujettie aux *Règlements concernant la radiodiffusion et la télédiffusion* établis en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion*. Les radiodiffuseurs doivent respecter les dispositions du *Code de la publicité radiodiffusée en faveur de boissons alcoolisées* (le *Code des boissons alcoolisées*) qui demeure pour eux, une condition de licence du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC). En réponse à la demande d'annonceurs de boissons alcoolisées et de radiodiffuseurs, le bureau des Normes canadiennes de la publicité (NCP), a mis en place un service d'approbation des messages publicitaires radiotélédiffusés de boissons alcooliques. Les textes publicitaires seront évalués et on leur donnera un numéro d'approbation s'ils sont conformes au *Code des boissons alcoolisées*. (Voir 3.14 du présent *Guide*.)

1.5.3 Publicité imprimée sur les aliments et les boissons alcoolisées

À présent, il n'y a pas l'exigence obligatoire fédérale pour la revue de la publicité imprimée sur les aliments et les boissons alcoolisées. Les annonceurs qui désirent faire examiner leur publicité imprimée peuvent envoyer leurs textes à n'importe lequel des bureaux de la section d'information d'étiquetage des aliments de l'Agence canadienne d'inspection des aliments. (Voir 1.6 du présent *Guide*)

1.5.4 Compétences provinciales sur les boissons alcoolisées

Les sociétés des alcools de certaines provinces imposent certains critères quant à la publicité imprimée. Les annonceurs seraient donc bien avisés de communiquer avec la société des alcools de la ou des provinces où ils feront la promotion d'une boisson alcoolisée, afin de s'assurer que leur publicité satisfait aux exigences provinciales.

Voir le chapitre 10 du présent *Guide*, Guide d'étiquetage des boissons alcoolisées à la section, Adresses des sociétés des alcools provinciales et territoriales.

1.5.5 Publicité sur Internet et le World Wide Web

Au Canada, la publicité sur Internet est assujettie aux mêmes critères que les autres publicités.

1.6 Sources de renseignements complémentaires sur l'étiquetage et les allégations

Vous pouvez consulter les lois et règlements suivants sur le site Web du ministère de la Justice à l'adresse :

<http://canada.justice.gc.ca>

- i) *Loi sur les aliments et drogues et Règlement sur les aliments et drogues* (H41-1-2001 F (français) ou E (anglais));
- ii) *Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation* (YX55-1985-C-38);
- iii) *Règlement sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation* (RE910);
- iv) *Loi sur les produits agricoles au Canada*;
- v) *Loi sur l'inspection des viandes*;
- vi) *Loi sur l'inspection du poisson*;
- vii) *Loi sur la concurrence*;
- viii) *Loi sur les marques de commerce*.

Vous pouvez vous procurer la codification administrative de ces derniers auprès des **Éditions du gouvernement du Canada** à l'adresse suivante :

Éditions du gouvernement du Canada
Communication Canada
Ottawa (Ontario) K1A 0S9
Tél. : (613) 941-5995 ou 1 800 635-7943
Télécopieur : (613) 954-5779 ou 1-800-565-7757

Service d'information d'étiquetage des aliments - Agence canadienne d'inspection des aliments

Pour obtenir de plus amples renseignements sur l'étiquetage et les allégations, prière de s'adresser aux bureaux de l'Agence canadienne d'inspection des aliments ci-dessous :

Colombie-Britannique

Agence canadienne d'inspection des aliments

400-4321 Still Creek Avenue
Burnaby (Colombie-Britannique)
V5C 6S7
Tél. : (604) 666-6513
Télécopieur : (604) 666-1261

Agence canadienne d'inspection des aliments

1905 Kent Road
Kelowna (Colombie-Britannique)
V1Y 7S6
Tél. : (250) 470-4884
Télécopieur : (250) 470-4899

Agence canadienne d'inspection des aliments

103-4475 Viewmont Avenue
Victoria (Colombie-Britannique)
V8Z 6L8
Tél. : (250) 363-3455
Télécopieur : (250) 363-0336

Alberta

Agence canadienne d'inspection des aliments

7000 - 113 Street, Room 205
Edmonton (Alberta)
T6H 5T6
Tél. : (780) 495-3333
Télécopieur : (780) 495-3359

Agence canadienne d'inspection des aliments

110 Country Hills Landing N.W., Suite 202
Calgary (Alberta)
T3K 5P3
Tél. : (403) 292-4650
Télécopieur : (403) 292-5692

Saskatchewan

Agence canadienne d'inspection des aliments

301-421 Downey Road
Saskatoon (Saskatchewan)
S7N 4L8
Tél. : (306) 975-8904
Télécopieur : (306) 975-4339

Manitoba

Agence canadienne d'inspection des aliments

269 Main Street, Room 613
Winnipeg (Manitoba)
R3C 1B2
Tél. : (204) 983-2220
Télécopieur : (204) 983-6008

Ontario

Tel. 1-800-667-2657
e-mail: labelwindow@inspection.gc.ca

Région centrale :

Agence canadienne d'inspection des aliments

709 Main Street West
Hamilton (Ontario)
L8S 1A2
Tel. (905) 572-2201
Fax (905) 572-2197

Région nord-est :

Agence canadienne d'inspection des aliments

38 Auriga Drive, Unit 8
Ottawa (Ontario)
K2E 8A5
Tel. (613) 274-7374
Fax (613) 274-7380

Agence canadienne d'inspection des aliments

2301 Midland Avenue
Scarborough, Ontario
M1P 4R7
Tel. (416) 973-1438
Fax (416) 954-3576

Région de Toronto :

Agence canadienne d'inspection des aliments

1124, avenue Finch Ouest, Unité 2
Downsview (Ontario)
M3J 2E2
Tel. : (416) 665-5055
Fax : (416) 665-5069

Région sud-ouest :

Agence canadienne d'inspection des aliments

1200 Commissioners Road East, # 19
London (Ontario)
N5Z 4R3
Tel. (519) 691-1300
Fax (519) 691-0148

Québec

Les révisions volontaires d'étiquettes provenant de la province de Québec doivent être soumises au bureau de Trois-Rivières.

Agence canadienne d'inspection des aliments

25, rue des Forges, bureau 418
Trois-Rivières (Québec)
G9A 6A7
Tél.: (819) 371-5207
Télécopieur : (819) 371-5268

Agence canadienne d'inspection des aliments

Place Carillon II
7101, rue Jean-Talon est, bureau 600
Anjou (Québec)
H1M 3N7
Tél. : (514) 493-8859
Télécopieur : (514) 493-1041

Agence canadienne d'inspection des aliments

Place Iberville IV
Suite 100, 2954 Boulevard Laurier
Ste-Foy (Québec) G1V 5C7
Tél. : (418) 648-7373
Télécopieur : (418) 648-4792

Nouvelle-Écosse

Agence canadienne d'inspection des aliments

B. P. 1060
1992 Agency Drive
Dartmouth (Nouvelle-Écosse)
B2Y 3Z7
Tél. : (902) 426-2110
Télécopieur : (902) 426-4844

Nouveau-Brunswick

Agence canadienne d'inspection des aliments

850 Lincoln Road
B.P. 2222
Fredericton (Nouveau-Brunswick)
E3B 5G4
Tél. : (506) 452-4964
Télécopieur : (506) 452-3923

Île-du-Prince-Édouard

Agence canadienne d'inspection des aliments

690 University Avenue
Charlottetown (Île-du-Prince-Édouard)
C1E 1E3
Tél. : (902) 566-7290
Télécopieur : (902) 566-7334

Terre-Neuve

Agence canadienne d'inspection des aliments

Northwest Atlantic Fisheries Centre
B.P. 5667
Saint-Jean (Terre-Neuve)
A1C 5X1
Tél. : (709) 772-8912
Télécopieur : (709) 772-5100