

## Avis du CPP relatif à la Recommandation ARPP *Alimentation pour animaux familiers*

### Contexte

Le CPP s'est vu confier des travaux qui s'inscrivent dans le cadre de la mise à jour de toutes les Recommandations de l'ARPP.

Dans ce cadre et conformément à sa mission principale qui est d'exprimer publiquement les attentes des parties prenantes avant l'élaboration de toute règle déontologique nouvelle ou le réexamen d'un texte existant, il a été saisi par le Conseil d'Administration de l'ARPP pour émettre un Avis relatif à la Recommandation "Alimentation pour animaux familiers"; celle-ci doit évoluer pour tenir compte d'éléments nouveaux dans ce secteur et, plus particulièrement, des évolutions européennes en la matière.

Lors de l'échange avec les représentants du secteur (adhérents de l'ARPP) le CPP a noté que depuis 2011 la profession avait mis en application un Code européen de Bonnes Pratiques en matière d'étiquetage pour les aliments pour animaux familiers qui complète le dispositif réglementaire européen, plus précisément le Règlement (CE) n° 767/2009 du Parlement européen et du Conseil du 13 juillet 2009<sup>1</sup> concernant la mise sur le marché et l'utilisation des aliments pour animaux.

Le CPP a pris acte que ce Code européen de bonnes pratiques *faisait l'objet d'une reconnaissance officielle de la Commission conformément aux procédures établies par le Règlement et que la 1ère révision de ce Code était en cours d'examen par le Comité Permanent de la Commission avec une validation de cette révision attendue pour avril 2017.*

Les membres du CPP ont, par ailleurs, entendu l'ensemble des souhaits exprimés par les représentants du secteur et ont analysé dans le détail chacune des dispositions contenues dans la Recommandation devant faire l'objet d'une mise à jour.

### Position dégagée par le CPP

Au regard des évolutions proposées par le secteur et après analyse du texte actuel de cette Recommandation, le CPP a identifié les points suivants pour lesquels il préconise de faire évoluer les règles déontologiques applicables, à savoir : la **représentation des produits et de leurs composants en publicité (I)**, le **vocabulaire utilisé (II)** et les **témoignages des professionnels (III)**.

#### **I. La présentation des produits et de leurs composants en publicité**

##### **1/ Sur les composants des produits**

Pour la représentation des composants des produits, le CPP a pris le temps d'étudier la demande des représentants du secteur de mettre en avant des exemples de ce qui serait toléré ou pas.

---

<sup>1</sup> <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX:32009R0767&from=FR>

Il souhaite souligner que, s'il est évident que les principes de loyauté et de véracité doivent être respectés, il n'est néanmoins pas compétent pour se prononcer sur les mentions ou illustrations présentes sur les emballages des produits.

Nonobstant, il invite les professionnels à rappeler que, pour la publicité, dans la représentation graphique ou photographique des composants des produits, doivent être évitées les images trop gratifiantes ou trop éloignées des matières premières réellement utilisées.

Il appelle, par ailleurs, pour la mise à jour du texte de la Recommandation sur ce point, à être précis dans les exemples qui pourraient être cités pour illustrer les cas de représentation visés et donc à clarifier la limite entre les représentations pouvant être utilisées dans les publicités ou *a contrario* celles ne pouvant être acceptées.

## 2/ La mise en scène des produits

Sur ce point, le CPP préconise, dans un premier temps, de reprendre les dispositions présentes dans l'actuelle Recommandation qui prévoient que *la manière de présenter le produit dans la publicité ne doit pas faire croire que le produit vanté pourrait être destiné à l'alimentation humaine et que l'utilisation d'animaux déguisés en humains ne doit laisser aucune ambiguïté quant à la destination du produit à l'alimentation animale.*

Sur la représentation d'un récipient contenant de l'eau dans les messages relatifs à un aliment sec, les membres du CPP ont analysé la règle actuelle au regard de l'échange avec les représentants du secteur sur le sujet. Il recommande, dès lors :

- d'une part, de préciser, dans le texte, les animaux familiers pour lesquels les aliments secs sont concernés par cette règle, ayant noté que tous les aliments secs pour tous les animaux familiers n'étaient pas visés ;
- et d'autre part, de prendre en compte les messages qui ne présenteraient pas une scène de consommation du produit afin d'apprécier l'opportunité de mentionner la nécessité de mettre à disposition de l'eau dans les cas où la publicité ne ferait que présenter ou citer le produit, l'aliment sec concerné.

## II. Le vocabulaire utilisé

Dans un souci de mise en cohérence de la Recommandation avec la réglementation européenne en vigueur, le CPP recommande de mettre à jour la partie relative au vocabulaire.

Sur ce point, les membres du CPP ont bien pris acte que le mot "**viande**" ne pouvait être employé que si la matière utilisée était du muscle squelettique.

En ce qui concerne les **allégations santé**, le CPP demande que les professionnels se réfèrent aux règles contenues à l'article 13 du règlement (CE) n° 767/2009 précité avec, le cas échéant, des simplifications appropriées au niveau de la rédaction, voire en citant des exemples.

Dans le respect de cet encadrement européen, il a retenu que l'utilisation du terme "**santé**" devait être en relation avec une alimentation et une activité physique et que s'agissant des allégations relatives à l'optimisation de l'alimentation et au maintien ou à la protection de l'état physiologique, elles sont autorisées sauf si elles contiennent une allégation visée au paragraphe 3, point a) de l'article 13 dudit règlement.

Pour les aliments à objectifs nutritionnels particuliers, le CPP a bien noté que cette revendication n'était possible que si la destination de l'aliment est issue de la liste officielle des objectifs nutritionnels particuliers.

Il a également constaté que les allégations faisant référence au traitement, à la guérison ou à la prévention d'une maladie sont considérées comme des allégations médicales, positionnant le produit dans la catégorie des médicaments vétérinaires.

Pour l'utilisation du terme "**frais**" qualifiant les matières premières, il a été précisé au CPP que les matières devaient entrer à l'état de frais dans le processus de fabrication du produit.

En ce sens, le terme pour les composants ne pourra pas être employé en cas de traitements tels que cuisson, déshydratation, congélation, stérilisation ou similaires, ou d'ajout de sels, d'agents de fumage, de conservateurs chimiques naturels ou synthétiques ou tout autre additif.

Pour le terme "**naturel**", le CPP a entendu les représentants du secteur qui ont exprimé la volonté de reprendre la règle de la Recommandation actuelle tout en clarifiant la rédaction pour préciser qu'il ne peut être utilisé que pour décrire les composants d'un aliment pour animaux familiers, *issus de plantes, d'animaux, de micro-organismes ou de minéraux, exempts de tout additif et n'ayant subi aucun traitement physique autres que ceux les rendant compatibles à la fabrication de l'aliment pour animaux familiers et en maintenant la composition naturelle*. A titre d'exemple, l'utilisation de matière première contenant des OGM ne permet pas l'emploi du terme « naturel ».

Les membres du CPP approuvent la démarche des professionnels de recourir à une formulation plus explicite pour exposer la règle.

Pour le terme "**morceaux**", le CPP a relevé qu'il ne pouvait s'appliquer qu'aux fragments naturels, les ingrédients reconstitués étant qualifiés de "pâtée" ou de "boulettes".

En ce qui concerne le vocabulaire, de manière plus générale, le CPP souhaite mettre l'accent sur le fait qu'il pourrait être utile de rappeler dans la Recommandation que les termes définis par la réglementation doivent être utilisés dans le cadre strict de leur définition voire d'indiquer ces termes et les conditions liées à leur utilisation.

### III- Les témoignages de professionnels

Dans l'actuelle Recommandation, il est précisé que l'intervention à titre personnel de professionnels (éleveurs, bergers) ne peut être utilisée que pour témoigner de faits vrais et vérifiables.

Le CPP considère cette règle comme bien fondée.

Sur l'interdiction de témoignage de vétérinaires indépendants de l'entreprise qui fabrique ou commercialise le produit, objet de la publicité, le CPP relève que la règle devra être revue au regard de ce qui est désormais autorisé par le Code de déontologie des vétérinaires défini par le Code rural et de la pêche maritime et, plus précisément par l'article R.242-36 dudit code, qui précise les conditions d'intervention des vétérinaires<sup>2</sup>.

**Avis adopté par :** les représentants des associations de consommateurs (Michel Bonnet, Président du CPP - association Familles de France ; Résie Bruyere - association Familles rurales ; Laurent Dessolle - INDECOSA-CGT ; Julien Léonard - UNAF ; Patrick Mercier - ADEIC ; Hervé Mondange – AFOC ; Manuel Messey - CNAFAL ; Nicolas Revenu - CNAFC) ; les représentants des associations environnementales (Rita Fahd, vice-présidente du CPP, association FNE ; Manuela Lorand – FNH ; Agnès Popelin - FNE Ile-de-France) ; les représentants des annonceurs (Christophe Bordin - Ferrero France ; Laura Boulet - Union des annonceurs ; Nathalie Namade - Groupe Carrefour) ; les représentants des agences conseils en communication (Marie-Pierre Bordet, vice-présidente du CPP - association des agences conseils en communication ; Gildas Bonnel - Agence SIDIESE ; Évelyne Soum - Agence Gyro : Ailleurs Exactement) ; les représentants des médias (Hélène Chartier - Syndicat des Régies Internet ; Elisabeth Cialdella - Syndicat de la presse quotidienne nationale ; Stéphane Dottelonde - Union de la Publicité Extérieure ; Éric Jourdan – Mediavision ; Virginie Mary - Syndicat National de la Publicité Télévisée).

<sup>2</sup> Article R.242-36 du Code rural et de la pêche maritime :

« Dans les publications, le vétérinaire ne peut utiliser les documents ou résultats d'examen et d'observations qui lui ont été fournis par d'autres auteurs qu'en mentionnant la part prise par ces derniers à leur établissement ou en indiquant la référence bibliographique adéquate.

Toute communication doit être signée de son auteur. Le vétérinaire auteur d'une communication comportant les indications en faveur d'une entreprise ou d'une marque, quel que soit le procédé utilisé, doit mentionner, s'il y a lieu, les liens qui l'attachent à cette entreprise ou à cette marque. »