

# ORGANISATION MONDIALE DU COMMERCE

G/TBT/Notif.99.551

5 novembre 1999

(99-4793)

Comité des obstacles techniques au commerce

## NOTIFICATION

La notification suivante est communiquée conformément à l'article 10.6.

1.	<b>Membre de l'Accord adressant la notification:</b> <u>ÉTATS-UNIS</u> <b>Le cas échéant, pouvoirs publics locaux concernés (articles 3.2 et 7.2):</b>
2.	<b>Organisme responsable:</b> Direction des alcools, des tabacs et des armes à feu (40) <b>L'organisme ou l'autorité désigné pour s'occuper des observations concernant la notification doit être indiqué s'il est différent de l'organisme susmentionné:</b>
3.	<b>Notification au titre de l'article 2.9.2 [X], 2.10.1 [ ], 5.6.2 [ ], 5.7.1 [ ], autres:</b>
4.	<b>Produits visés (le cas échéant, position du SH ou de la NCCD, sinon position du tarif douanier national. Les numéros de l'ICS peuvent aussi être indiqués, le cas échéant):</b> Boissons alcooliques (chapitre 22 du SH)
5.	<b>Intitulé, nombre de pages et langue(s) du texte notifié:</b> Revendications de vertu sanitaire et autres affirmations relatives à la santé dans l'étiquetage et la publicité des boissons alcooliques (99R-199P) (6 pages, en anglais)
6.	<b>Teneur:</b> La Direction des alcools, des tabacs et des armes à feu (ATF) propose de modifier la réglementation afin d'interdire qu'il ne soit fait état, sur les étiquettes ou dans les publicités, d'allégations substantielles concernant les avantages pour la santé associés à la consommation de boissons alcooliques, à moins que ces allégations ne soient assorties des réserves appropriées, mesurées, suffisamment détaillées et précises et décrivent les catégories de personnes pour lesquelles les nombreux effets nocifs sur la santé l'emporteraient sur les éventuelles répercussions favorables. L'ATF propose également d'interdire toute publicité qui attribue des vertus sanitaires à la consommation de boissons alcooliques à moins que cette allégation ne soit assortie des réserves appropriées, de manière à n'être pas susceptible de créer des confusions dans l'esprit des consommateurs ou de les tromper. Le présent avis vise à susciter des observations sur le point de savoir si, en raison des effets nocifs liés à la consommation ou à l'abus d'alcool, il est ou non totalement exclu d'être admis à faire des allégations relatives à la santé au sujet de ces produits, dans la mesure où elles sont de nature à induire en erreur. Le présent avis vise également à susciter des observations sur le point de savoir si les affirmations relatives à la santé, figurant sur les étiquettes et dans les publicités sur les boissons alcooliques, qui dirigent les consommateurs vers des sources d'information telles que les orientations en matière de régime alimentaire, formulées par le gouvernement américain, sont de nature à induire en erreur et si l'ATF devrait continuer à autoriser ces affirmations.

<b>7.</b>	<b>Objectif et justification, y compris la nature des problèmes urgents, le cas échéant:</b> Faire en sorte que les étiquettes et les publicités ne contiennent pas d'affirmations ou de revendications qui tendraient à induire le consommateur en erreur quant aux effets importants de la consommation d'alcool sur la santé.
<b>8.</b>	<b>Documents pertinents:</b> 64 FR 57413, 25 octobre 1999; 27 CFR Parties 4, 5, et 7. Publication dans le <i>Federal Register</i> après adoption.
<b>9.</b>	<b>Date projetée pour l'adoption:</b> À déterminer. <b>Date projetée pour l'entrée en vigueur:</b>
<b>10.</b>	<b>Date limite pour la présentation des observations:</b> 22 février 2000
<b>11.</b>	<b>Entité auprès de laquelle le texte peut être obtenu:</b> point national d'information [X] <b>ou adresse, courrier électronique et numéro de télécopie d'un autre organisme:</b>