



RECOMMANDATION ALIMENTATION POUR ANIMAUX FAMILIERS



1. Toute confusion avec des produits destinés à l'alimentation humaine doit être évitée
2. Vocabulaire
3. Santé
4. Référence aux professionnels
5. Modalités de consommation

En plus des dispositions réglementaires et déontologiques applicables, la communication commerciale pour un produit destiné à l'alimentation animale doit, sous quelque forme que ce soit, respecter les règles déontologiques suivantes :

1. Toute confusion avec des produits destinés à l'alimentation humaine doit être évitée

1.1 La publicité doit proscrire toute tromperie dans la représentation graphique ou photographique des matières d'origine animale entrant dans la composition des produits, en particulier par l'insertion dans la communication commerciale, d'images suggestives trop valorisantes par rapport aux matières premières réellement utilisées.

Exemples :

- darnes de saumon, pour des sous-produits de saumon, destinés à l'alimentation animale
- poulet entier, pour des sous-produits de poulet ou des protéines animales transformées (farines), destinés à l'alimentation animale
- côte de bœuf, pour des sous-produits bovins, destinés à l'alimentation animale

1.2 La représentation graphique ou photographique de matières végétales (céréales, légumes, fruits) par des matières entières, est tolérée.

Exemples :

- gerbe de blé pour de la farine de blé
- gousse de petits pois pour de la farine de pois
- pomme pour des pommes déshydratées

1.3 La présentation du produit dans la communication commerciale ne doit pas laisser croire que le produit promu pourrait être destiné à l'alimentation humaine. L'utilisation d'animaux, déguisés en êtres humains, ne doit susciter aucune ambiguïté sur la fonction du produit : l'alimentation animale.

2. Vocabulaire

2.1 Sans préjudice de l'utilisation réglementaire de la catégorie « *viandes et sous-produits animaux* » dans la composition (liste des ingrédients), les termes « **viande** ou **viandes** » ne peuvent être employés que si la matière utilisée est du muscle squelettique.

2.2 Le terme « **frais** », qualifiant les matières premières utilisées, ne doit être employé que dans l'hypothèse où les matières ont été maintenues à température positive et entrent à l'état de frais dans le processus de fabrication du produit. Ce terme n'est pas admis en cas de traitements tels que cuisson, déshydratation, congélation, hydrolyse, stérilisation ou similaires, ou d'ajout de sels, d'agents de fumage, de conservateurs chimiques naturels ou synthétiques, ou tout autre aide auxiliaire.

2.3 Le terme « **naturel** » peut être employé uniquement pour décrire une substance (issue de plantes ou d'animaux, micro-organisme, minéraux) à laquelle rien n'a été ajoutée, mais qui peut avoir été l'objet d'un traitement physique rendant possible son utilisation en *petfood*, tout en maintenant sa composition d'origine.

L'allégation, comme par exemple « *produit/fabriqué/formulé avec des composants naturels* » peut être utilisée dès lors que la liste de composition, identifiant les substances naturelles, est mise à disposition du public, par tout moyen.

Exemples de traitements acceptables (pour autant que la composition naturelle soit conservée) : *congélation, concentration, extractions (sans agent chimique), séchage, fumage (sans agent chimique), pasteurisation, extrusion, broyage...*

Exemples de traitements inacceptables : *décoloration, oxydation par agents chimiques, traitement chimique, modification génétique...*

Le terme « **naturel** » ne peut s'appliquer à un aliment que si la totalité des substances utilisées sont naturelles, selon la définition donnée ci-dessus.

Si l'aliment n'est formulé qu'avec des substances naturelles, mais complémenté avec des vitamines et minéraux qui ne le sont pas, l'allégation par exemple « *BLOGGO [1] préparé à l'extrait naturel de plantes* » est acceptable.

2.4 Le terme « **morceaux** » ne s'applique qu'aux fragments naturels. Les éléments reconstitués sont qualifiés de « *boulettes, en sauce, en gelée ou en pâtée, d'émincés, de bouchées...*»

3. Santé

3.1 Les allégations faisant référence au traitement, à la guérison ou à la prévention d'une maladie sont considérées comme des allégations médicales. Le produit est alors un « *aliment médicamenteux* » ce qui le place dans la catégorie des médicaments vétérinaires.

En conséquence, pour les aliments n'entrant pas dans cette catégorie, les termes tels que « *traite, soigne, soulage ou guérit* » sont prohibés.

3.2 Les allégations fonctionnelles sont autorisées lorsqu'elles soulignent l'apport bénéfique d'un aliment, d'un nutriment, composant ou additif portant sur la croissance, le développement ou les fonctions normales du corps.

Par exemple : *contient du calcium pour des os forts et des dents saines / prévient la formation de tartre / limite l'apparition de boules de poils...*

3.3 Les allégations diététiques sont autorisées dès lors que les produits entrent dans le cadre de la réglementation communautaire concernant les aliments à objectifs nutritionnels particuliers (également dénommés « *aliments diététiques* »). Pour la communication commerciale de ces aliments, les termes tels que « *aide, apporte, contribue, prévient, protège...* » sont acceptés et font référence à une pathologie spécifique.

Par exemple : *réduit les récurrences de signes de cystite idiopathique féline / réduit le risque de formation des calculs d'oxalate de calcium et de struvite / enrichi en taurine et en L-Carnitine pour aider à soutenir le muscle cardiaque...*

3.4 L'utilisation du terme « **santé** » doit être nécessairement contextualisée ou relativisée.

4. Référence aux professionnels

L'intervention à titre personnel de professionnels (éleveurs, bergers) ne peut être utilisée que pour témoigner de faits vrais et vérifiables.

« Dans les publications, le vétérinaire ne peut utiliser les documents ou résultats d'examens 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. »

Article R.242-36 du Code rural et de la pêche maritime

Toute référence à un vétérinaire ou à un professionnel de santé, mis en scène dans une publicité, même si son identité n'apparaît pas, doit reposer sur des justificatifs concrets.

5. Modalités de consommation

La consommation d'aliments en croquettes doit être associée à l'absorption d'eau par l'animal.

Dans cette hypothèse, si une scène de consommation effective est représentée dans le message publicitaire, un récipient d'eau devra être représenté. Il peut être remplacé par une information explicite, rappelant la nécessité de laisser une écuelle d'eau à disposition de l'animal.

[1] BLOGGO est un nom fictif de marque d'aliment