



Le Nouveau Code de Publicité pour les denrées alimentaires

Version 1 juin 2023

comeos

Fevia

UBA



Grâce au Nouveau Code de Publicité pour les denrées alimentaires, l'ensemble du secteur alimentaire belge s'engage à pratiquer un marketing responsable auprès des adultes et des enfants. Depuis le 1er juin 2023, le Nouveau Code de Publicité prescrit les restrictions que toutes les entreprises alimentaires et tous les détaillants du secteur alimentaire doivent respecter dans leurs communications marketing sur le marché belge. Le Jury d'Éthique Publicitaire (JEP), organisme indépendant d'autorégulation du secteur de la communication, veille au respect des règles et est chargé d'évaluer les plaintes.

Contenu

4>6

Le Nouveau Code de Publicité pour les denrées alimentaires : 10 principes fondamentaux

Allégations nutritionnelles ou relatives à la santé	4
Style de vie sain	4
Communication non trompeuse	5
Dispositions générales en matière de publicité adressée aux enfants	5
Dispositions générales en matière de publicité adressée aux enfants et/ou aux jeunes	6

7>8

Dispositions spécifiques en matière de publicité destinée aux enfants de moins de 13 ans : le Belgian Pledge

9>17

EU Pledge Nutrition White Paper : critères nutritionnels sur lesquels repose le Belgian Pledge

Le Nouveau Code de Publicité pour les denrées alimentaires : 10 principes fondamentaux

1. La publicité doit être conçue de manière à respecter les règles et l'esprit de la législation, des codes d'autorégulation en général et du présent code en particulier afin de maintenir la confiance à la fois dans la publicité et dans le système d'autorégulation.

Allégations nutritionnelles ou relatives à la santé

2. Toute allégation ou toute communication qui peut être raisonnablement interprétée par le consommateur comme une allégation nutritionnelle ou une allégation relative à la santé doit pouvoir être prouvée scientifiquement de manière appropriée.

Toute allégation doit être conforme à la nature et l'étendue des preuves scientifiques et fournir au consommateur une information vérifiable.

L'allégation doit aussi être appréciée selon la perception probable du consommateur moyen, spécialement lorsque des enfants et des jeunes sont concernés.

Toute comparaison relative à la valeur nutritionnelle ou à la santé doit pouvoir être établie sur base de données objectives et clairement compréhensibles.

Style de vie sain

3. Les publicités pour des denrées alimentaires ne peuvent encourager ou justifier une consommation excessive et la taille des portions doit être appropriée à la scène représentée.

La publicité pour des denrées alimentaires ne peut pas dénigrer la promotion en faveur d'habitudes alimentaires saines et équilibrées ni l'importance d'une vie saine et active.

Le Nouveau Code de Publicité pour les denrées alimentaires : 10 principes fondamentaux



Communication non trompeuse

4. Le texte, le son et l'image de la publicité pour des denrées alimentaires doivent représenter correctement les caractéristiques du produit mises en avant dans la publicité, comme le goût, la taille, le contenu, les avantages nutritionnels ou pour la santé et ne peuvent tromper les consommateurs sur l'une ou plusieurs de ces caractéristiques.

Il ne peut être fait usage de tests de goût ou de préférence du consommateur d'une manière pouvant laisser supposer une validité statistique qui serait inexistante en réalité.

Des produits alimentaires qui ne sont pas destinés à servir de substituts de repas ne peuvent être représentés comme tels.



Dispositions générales en matière de publicité adressée aux enfants

5. Les exploitants du secteur alimentaire doivent particulièrement veiller à ce qu'il ne soit pas fait usage, dans la publicité pour des denrées alimentaires adressée aux enfants, de personnalités médiatiques (vivantes ou animées) d'une façon telle que la distinction s'estompe entre les programmes ou le contenu rédactionnel, d'une part et la promotion commerciale tendant à la vente de produits, primes ou services, d'autre part.

6. La publicité pour des denrées alimentaires adressée aux enfants ne peut créer un sentiment d'urgence ou de minimisation inappropriée du prix.

7. La publicité pour des denrées alimentaires ne peut porter préjudice au rôle des parents et autres adultes responsables du bien-être d'un enfant dans le choix de régimes alimentaires et de styles de vie.

La publicité ne peut pas appeler directement les enfants à persuader leurs parents ou autres adultes de leur acheter les produits qui font l'objet de la publicité.

Le Nouveau Code de Publicité pour les denrées alimentaires : 10 principes fondamentaux

8. Dans le respect de la législation en vigueur en ce domaine, les offres de promotion de ventes adressées à des enfants doivent mentionner les conditions de l'offre de prime ou du concours en des termes que les enfants peuvent comprendre.

Les annonceurs doivent mettre tout en œuvre afin d'être sûrs que les enfants aient une bonne compréhension des produits à acheter, le cas échéant, pour recevoir la prime et concernant les concours ; les conditions de participation, les types de prix et la probabilité de gain.

8' Les dispositions spécifiques à la publicité destinée aux enfants de moins de 13 ans qui doivent être respectées, à savoir les dispositions du Belgian Pledge, sont reprises à partir de la page 7 du Nouveau Code de Publicité.

 **Dispositions générales en matière de publicité adressée aux enfants et/ou aux jeunes**

9. Alors que l'utilisation de la fantaisie, y compris l'animation, est appropriée dans la communication publicitaire avec les enfants et les jeunes, il faut prendre soin de ne pas exploiter l'imagination d'une manière qui pourrait tromper ceux-ci quant aux avantages nutritionnels du produit concerné.

10. La publicité pour des denrées alimentaires ne peut tromper les consommateurs sur les avantages potentiels en matière de santé ou sur d'autres avantages potentiels découlant de la consommation du produit présenté. Dans la publicité adressée aux enfants et aux jeunes, ceci inclut, entre autres, des allusions au statut ou à la popularité auprès des camarades, au succès scolaire ou sportif ou encore à l'intelligence.

Dispositions spécifiques en matière de publicité destinée aux enfants de moins de 13 ans : le Belgian Pledge

1. La publicité pour les denrées alimentaires destinées spécifiquement aux enfants de moins de 13 ans n'est pas autorisée, à moins que ces aliments ne répondent aux critères nutritionnels définis dans le EU Pledge Nutrition White Paper [édition 2021] – Update Juin 2023.

Explication

Dans le cadre du Belgian Pledge, on entend par « publicité pour les denrées alimentaires » : les publicités payantes ou messages commerciaux pour des produits alimentaires et boissons, y compris les communications marketing qui utilisent sous licence des personnages médiatiques (vivants ou animés) et de jeux vidéo qui plaisent aux enfants de moins de 13 ans. Les personnalités, personnages ou mascottes propres à l'entreprise ne relèvent pas du champ d'application du Belgian Pledge.

Dans le cadre du Belgian Pledge, on entend par « spécifiquement destiné aux enfants de moins de 13 ans » un public composé d'au moins 30 % d'enfants de moins de 13 ans. S'il est difficile de déterminer les catégories d'âge du public, d'autres facteurs peuvent être pris en compte, tels que l'impression générale de la communication (attrait pour les enfants), le langage, la forme et l'animation, les jeux et activités ludiques, etc.

2. Pour certains produits, la publicité n'est jamais autorisée auprès des enfants de moins de 13 ans, comme le stipule l'EU Pledge Nutrition White Paper [édition 2021] – Update Juin 2023. Il s'agit notamment des boissons rafraîchissantes, des glaces, des chips, du sucre et des produits à base de sucre, y compris le chocolat et les produits à base de chocolat, des confitures et marmelades, du miel et des sirops, et des confiseries non chocolatées.

3. Les principes mentionnés ci-dessus aux points 1 et 2 s'appliquent aux médias sélectionnés suivants : télévision, radio, imprimés, cinéma, médias en ligne (y compris « influencer marketing », les sites web d'entreprise et profils d'entreprise sur les réseaux sociaux), DVD, marketing direct, placement de produits, jeux interactifs, applications, outdoor marketing (affichage), marketing mobile et par SMS.

Les emballages, publicités en magasin et point de vente ainsi que toute forme de communication marketing n'étant pas sous le contrôle direct de l'entreprise (comme le contenu généré par les utilisateurs) ne relèvent pas du champ d'application du Belgian Pledge.

Dispositions spécifiques en matière de publicité destinée aux enfants de moins de 13 ans : le Belgian Pledge

4. La communication sur des denrées alimentaires n'est pas autorisée dans les écoles primaires, excepté à des fins pédagogiques et sur demande ou avec l'accord de la direction de l'école.

5. Les dispositions spécifiques du Belgian Pledge s'appliqueront au plus tard à partir du 1er juin 2023.

6. Les nouvelles modifications des principes du Belgian Pledge n'auront lieu que si elles sont soumises par Fevia, Comeos, l'UBA et le Centre de Communication à leurs conseils d'administration respectifs et approuvées à l'unanimité.

7. Le contrôle du respect du Belgian Pledge est confié au Jury d'Ethique Publicitaire (JEP). Le JEP vérifiera si les plaintes soumises sont recevables et fondées et prendra sa décision selon les modalités prévues par le règlement du JEP.

8. Les décisions du JEP sont publiées sur le site web du JEP. Pour chaque année civile complète, le JEP prépare un **rapport d'évaluation**.

9. En cas d'ambiguïté sur le champ d'application exact d'une disposition du Belgian Pledge, le JEP utilise **l'implementation guidance note 2022** comme guide d'interprétation.

EU Pledge Nutrition White Paper (édition 2021) – update juin 2023

Catégorie 1 : Huiles végétales et animales, graisses, pâtes à tartiner et sauces émulsionnées

Sous-catégorie A : Huiles végétales et animales, graisses et pâtes à tartiner :

toutes les graisses et huiles animales et végétales utilisées comme pâtes à tartiner sur le pain et/ou pour la préparation des aliments.¹

Exemples	Énergie [kcal/portion*]	Sodium [mg/100 g ou 100 ml*]	Acides gras saturés [g/100 g ou 100 ml*]	Sucres totaux [g/100 g ou 100 ml*]	Composants à encourager
<i>*Les valeurs énergétiques sont exprimées par portion et les valeurs nutritives par 100 g, sauf indication contraire.</i>					
Huiles et graisses (tous types), margarine entière ou allégée en graisses, mélanges de beurre, produits solides ou liquides à base d'huile ou de graisse pour rôtir et frire	≤ 85	≤ 500	≤ 33 % des acides gras totaux sont des AGS (y compris des AG trans)	(5)	≥ 25 % des acides gras totaux sont des AG polyinsaturés

Sous-catégorie B : Sauces émulsionnées :

sauces qui ne représentent qu'un composant mineur du repas auquel un agent émulsifiant est ajouté OU qui ont une teneur en matières grasses > 10% p/p.

Mayonnaise, sauces à salade, marinades, vinaigrettes...	≤ 85	≤ 750	≤ 33 % des acides gras totaux sont des AGS (y compris des AG trans)	≤ 5	≥ 25 % des acides gras totaux sont des AG polyinsaturés
---	------	-------	---	-----	---

¹ Les beurres tels que définis à l'Annexe VII du Règlement [UE] 1308/2013 sont exclus de cette catégorie car ils ne feront pas l'objet de publicité auprès des enfants.

EU Pledge Nutrition White Paper (édition 2021) – update juin 2023

Catégorie 2 : Fruits, légumes et graines,² excepté les huiles

Légumes, y compris les légumineuses et les pommes de terre. Les graines comprennent les graines, les amandes et les noix. Les fruits à coque comprennent les arachides et les noix.

Sous-catégorie A : Produits à base de fruits et de légumes, excepté les huiles et les pommes de terre

(> 50 g de fruits et/ou de légumes par 100 g de produit fini) qui représentent un composant substantiel du repas.

Gratin de légumes, légumes en conserve, haricots cuits, compote de fruits, fruits au sirop, salade de fruits	≤ 170	≤ 300	≤ 1,5	≤ 15	Min. ½ portion de fruits et/ou de lég. Nutriments apportés par les ingrédients (fruits et/ou légumes).
--	-------	-------	-------	------	--

Sous-catégorie B : Pommes de terre et leurs produits dérivés, excepté les produits à base de pommes de terre déshydratées :

tous les plats à base de pommes de terre (> 50 g de pommes de terre pour 100 g de produit fini) qui représentent un composant substantiel du repas.

Purée de pommes de terre, gnocchi, gratin, ravioles, pommes de terre frites ou rôties...	≤ 170	≤ 300	≤ 1,5	≤ 5	Nutriments apportés par le principal ingrédient (pomme de terre)
--	-------	-------	-------	-----	--

Sous-catégorie C : Chips de pommes de terre et snacks à base de pommes de terre, y compris les produits à base de pâte³

Sous-catégorie D : Graines et noix

Exemples	Énergie [kcal/portion*]	Sodium [mg/100 g ou 100 ml*]	Acides gras saturés [g/100 g ou 100 ml*]	Sucres totaux [g/100 g ou 100 ml*]	Composants à encourager
<i>*Les valeurs énergétiques sont exprimées par portion et les valeurs nutritives par 100 g, sauf indication contraire.</i>					
Noix salées ou aromatisées, mélanges de noix, mélanges noix-fruits, beurre de cacahuètes	≤ 200	≤ 603	≤ 10	≤ 15	Nutriments apportés par les ingrédients (noix et graines)

² Exceptions : Les fruits et légumes à l'état brut et leurs produits, notamment les jus 100 % fruits ou légumes, ainsi que les oléagineux et les graines à l'état brut ainsi que leurs mélanges (sans ajout de sel, de sucre ou de graisse). Ces produits, présentés frais, surgelés, séchés ou sous toute autre forme, peuvent faire l'objet d'une publicité auprès des enfants sans aucune restriction.

³ Cette catégorie de produits ne fera plus l'objet de publicité auprès des enfants de moins de 13 ans d'ici le 1er juin 2023.

EU Pledge Nutrition White Paper (édition 2021) – update juin 2023

Catégorie 2 : Fruits, légumes et graines, excepté les huiles

Légumes, y compris les légumineuses et les pommes de terre. Les graines comprennent les graines, les amandes et les noix. Les fruits à coque comprennent les arachides et les noix.

Sous-catégorie E : Sauces à base de fruits et/ou de légumes :

toutes les sauces à base de fruits et/ou de légumes (> 50 g de fruits et/ou de légumes par 100 g de produits finis) qui représente un composant substantiel du repas.

Sauce tomate, sauce pour pâtes...	≤ 100	≤ 450	≤ 1,5	≤ 9	Nutriments apportés par les ingrédients (fruits et/ou légumes)
-----------------------------------	-------	-------	-------	-----	--

Sous-catégorie F : Condiments à base de fruits et/ou de légumes :

tous les condiments à base de fruits et/ou de légumes (> 50 g de fruits et/ou de légumes pour 100 g de produits finis) qui représentent un composant mineur du repas.

Ketchup, chutney...	≤ 85	≤ 750	≤ 1,5	≤ 25	Nutriments apportés par les ingrédients (fruits et/ou légumes)
---------------------	------	-------	-------	------	--

EU Pledge Nutrition White Paper (édition 2021) – update juin 2023

Catégorie 3 : Produits à base de viande :					
Tous les types de viande/volaille transformés et les produits à base de viande, comprenant au minimum 50 g de viande pour 100 g de produit fini					
Boulettes de viande, salami, jambon grillé, filet de poulet, saucisses...	≤ 250	≤ 675	≤ 6	[≤ 5]	≥ 12 % de l'énergie sous forme de protéines

Catégorie 4 : Produits de la pêche :					
Tous les types de poissons, crustacés et mollusques transformés, composés de min. 50 g de poissons, crustacés et/ou mollusques pour 100 g de produit fini					
Parures de cabillaud, filet de haddock frit, bâtonnets de poisson, moules marinées, conserves de thon	≤ 170 OU ≥ 170 SI ≥ 25 % des acides gras totaux sont des AG polyinsaturés	≤ 450	≤ 33% des acides gras totaux sont des AGS (y compris des AG trans)	[≤ 5]	≥ 12 % de l'énergie sous forme de protéines

EU Pledge Nutrition White Paper (édition 2021) – update juin 2023

Catégorie 5 : Produits laitiers

Sous-catégorie A : Produits laitiers autres que les fromages : Doit contenir au moins 50 % de produits laitiers (norme Codex Alimentarius).

Laits et substituts de lait ; yaourts ; fromages frais/à pâte molle ; caillebotte et fromage blanc ; laits fermentés ; desserts lactés.	≤ 170	≤ 160	≤ 2,6	≤ 12,5	Protéines : ≥ 12 E% ou ≥ 2 g /100 g ou 100 ml et/ou Au moins 1 source de : Ca ou Vit D ou toute Vit B
---	-------	-------	-------	--------	--

Sous-catégorie B : Fromage et produits laitiers salés : Doit contenir au moins 50 % de produits laitiers (norme Codex Alimentarius).

Fromages à pâte dure, mi-dure	≤ 85	≤ 855 si AGS ≤ 15 Ou ≤ 760 si AGS ≤ 16	≤ 15 si sodium ≤ 855 Ou ≤ 16 si sodium ≤ 760	[≤ 5]	Riche en : Calcium, Vit B12, Vit B2
Autres fromages, fromages blancs, sérés et produits laitiers salés	≤ 170	≤ 800 ou ≤ 700 si AGS ≤ 11	≤ 10 ou ≤ 11 si sodium ≤ 700	≤ 8	

EU Pledge Nutrition White Paper (édition 2021) – update juin 2023

Catégorie 6 : Produits céréaliers

Sous-catégorie A : Biscuits sucrés, produits de boulangerie fine et autres produits à base de céréales :

les céréales doivent être mentionnées comme ingrédient principal sur la déclaration d'ingrédients.

Exemples	Énergie (kcal/portion*)	Sodium (mg/100 g ou 100 ml*)	Acides gras saturés (g/100 g ou 100 ml*)	Sucres totaux (g/100 g ou 100 ml*)	Composants à encourager
<i>*Les valeurs énergétiques sont exprimées par portion et les valeurs nutritives par 100 g, sauf indication contraire.</i>					
Toutes sortes de biscuits et gâteaux, barres de céréales, galettes à l'avoine...	≤ 200	≤ 450	≤ 8	≤ 30	Fibres (≥ 3 g/100 g); et/ou céréales complètes (15 % du total des ingrédients); et/ou ≥ 20 % E d'AGI et ≥ 70 % AGI/ acides gras totaux

14

Sous-catégorie B : Biscuits salés, produits de boulangerie fine et autres produits à base de céréales, y compris les produits à base de pâte :

les céréales doivent être mentionnées comme ingrédient principal dans la déclaration des ingrédients.

Crackers salés, snacks extrudés, snacks enrobés et à base de pop-corn, pop-corn, bretzels	≤ 170	≤ 700	≤ 10% des kcal provenant des AGS	≤ 10	Fibres : ≥ 3 g/100 g; et/ou céréales complètes (15 % du total des ingrédients); et/ou ≥ 70 % AGI/acides gras totaux
---	-------	-------	----------------------------------	------	---

Sous-catégorie C : Céréales pour petit-déjeuner, y compris le porridge

Céréales pour petit-déjeuner prêtes à consommer telles que cornflakes, riz soufflé, porridge	≤ 210	≤ 450	≤ 5	≤ 27	Fibres (≥ 3 g/100 g); et/ou céréales complètes (15 % du total des ingrédients)
--	-------	-------	-----	------	--

EU Pledge Nutrition White Paper (édition 2021) – update juin 2023

Catégorie 6 : Produits céréaliers

Sous-catégorie D : Céréales et produits céréaliers, à l'exception des céréales pour petit-déjeuner, des biscuits et des produits de boulangerie fine :
 les céréales doivent être mentionnées comme l'ingrédient principal.

Pain, biscottes, riz, nouilles, pâtes, polenta	≤ 340	≤ 450	≤ 5	≤ 5	Fibres (≥ 3 g/100 g); et/ou céréales complètes (15 % du total des ingrédients)
--	-------	-------	-----	-----	--

Catégorie 7 : Soupes, plats préparés, plats principaux et sandwichs garnis

Sous-catégorie A : Soupes : toutes sortes de soupes et de bouillons contenant au moins 1 des éléments suivants : 30 g de fruits, légumes, céréales, viande, poisson, lait ou toute combinaison de ceux-ci (calculés en équivalent frais) par portion. (Les seuils s'appliquent aux aliments reconstitués, prêts à être consommés, selon les instructions du fabricant).

Soupe de tomates en boîte, soupe instantanée de légumes, soupe en sachets stand-up	≤ 170	≤ 315	≤ 1,5	≤ 6,75	Nutriments apportés par les ingrédients (fruits et/ou légumes, céréales, viande, poisson, lait)
--	-------	-------	-------	--------	---

Sous-catégorie B : Plats composés, plats principaux et sandwichs garnis :
 toutes sortes de plats et de sandwichs contenant au moins 2 des éléments suivants : 30 g de fruits, légumes, céréales, viande, poisson, lait ou toute combinaison de ceux-ci (calculés en équivalent frais) par portion. (Les seuils s'appliquent aux aliments reconstitués, prêts à être consommés, selon les instructions du fabricant).

Salade de pâtes avec légumes, nouilles avec sauce, pizza, croque-monsieur, moussaka, crêpes fourrées	≤ 425	≤ 400 mg	≤ 5	≤ 7,5	Nutriments apportés par les ingrédients (fruits et/ou légumes, céréales, viande, poisson, lait)
--	-------	----------	-----	-------	---

EU Pledge Nutrition White Paper (édition 2021) – update juin 2023

Catégorie 8 : Repas : La combinaison d'éléments servis comme repas (plat principal, accompagnement[s] et boisson) pour le petit-déjeuner, le déjeuner ou le dîner, ou un petit repas intermédiaire défini comme la combinaison de deux éléments ou plus servis comme collation, consommé(e)[s] en dehors des trois repas principaux.					
Exemples	Énergie (kcal/portion*)	Sodium (mg/100 g ou 100 ml*)	Acides gras saturés (g/100 g ou 100 ml*)	Sucres totaux (g/100 g ou 100 ml*)	Composants à encourager
*Les valeurs énergétiques sont exprimées par portion et les valeurs nutritives par 100 g/100 ml, sauf indication contraire.					
Repas pour enfants	$\leq 510/\text{repas}^{\text{a)}}$ $\leq 340/\text{repas}^{\text{b)}}$	$\leq 660/\text{repas}$	$\leq 10\%$ kcal provenant de graisses saturées	$\leq 18/\text{repas}$ (moins de sucre naturel ^{c)} d'1 portion ^{d)} J/F/V/M/D]	Chaque repas doit contenir un minimum de : 1 portion ^{d)} de fruits/ légumes ou 1 portion ^{d)} de jus 100 % et/ou 1 portion qualifiée, ^{e)} de produit laitier ou lait et/ou 1 portion de céréales complètes ^{f)}
Petites collations pour enfants	$\leq 170^{\text{g)}}$	Chaque composant répond aux critères de sa catégorie spécifique pour le sodium	Chaque composant répond aux critères de sa catégorie spécifique pour les acides gras saturés	Chaque composant répond aux critères de sa catégorie spécifique pour les sucres	Chaque petite collation doit contenir au minimum : $\frac{1}{2}$ portion ^{d)} de fruits/ légumes ou $\frac{1}{2}$ portion ^{d)} de jus 100 % et/ou eau plate et/ou $\frac{1}{2}$ portion qualifiée ^{d,e)} de produit laitier ou de lait et/ou $\frac{1}{2}$ portion de céréales complètes ^{f)}

Notes : ^{a)} Pour le dîner/souper (30 % d'énergie) ^{b)} Pour le petit-déjeuner (20 % d'énergie) ^{c)} Si la teneur en sucre est supérieure à 20 g pour un repas et contient plus de 1 J/F/L/L/PL. ^{d)} Les portions sont : • Fruits (F)/Légumes (L): 60-80 g • 100 % jus (J) : 150-200 ml [d'ici fin 2018] • Produits laitiers (PL) : par exemple, 30 g de fromage/100-150 g de yaourt • Lait (L) : 150-250 ml ^{e)} Répondre aux exigences de chaque catégorie ^{f)} Produit qualifié pour une source raisonnable de fibres qui contient $\geq 8\text{g}$ de céréales complètes par portion ^{g)} Pour un petit repas/une petite collation (10 % d'énergie)

EU Pledge Nutrition White Paper (édition 2021) – update juin 2023

Catégorie 9 : Glaces de consommation : toutes sortes de glaces de consommation [glaces à l'eau et crèmes glacées]

Catégorie 10 : Produits végétariens : Produits dérivés de légumineuses, y compris le soja, les légumes secs, les noix, les céréales et/ou les graines.

Sous-catégorie A : Produits à boire et à manger à la cuillère, fermentés ou non fermentés, aromatisés, fruités ou nature.

Exemples	Énergie [kcal/portion*]	Sodium [mg/100 g ou 100 ml*]	Acides gras saturés [g/100 g ou 100 ml*]	Sucres totaux [g/100 g ou 100 ml*]	Composants à encourager
<i>*Les valeurs énergétiques sont exprimées par portion et les valeurs nutritives par 100 g/100 ml, sauf indication contraire.</i>					
Aliments à base de légumineuses, de légumes secs, de noix, de céréales et/ou de graines, y compris le soja et d'autres alternatives végétales aux produits laitiers.	≤ 170	≤ 160	≤ 2	≤ 10 g/100 g ou 100 ml ET ≤ 12,5 g/portion	Source d'au moins deux éléments suivants : - Fibres - Oméga 3, 6, 9 - Calcium - Vit D - Toute vitamine B - Protéines ≥12 % énergie ou ≥2 g/100 g/ml

17

Exclusions [pas de critères nutritionnels ; pas de publicité pour les enfants de moins de 13 ans]

- Sucre et produits à base de sucre, qui comprennent : Chocolat ou produits à base de chocolat ; Confiture ou marmelade ; Sucre, miel ou sirop ; Confiserie non chocolatée ou autre produits à base de sucre
 - Boissons gazeuses
- D'ici le 1er juin 2023 :
- Crème glacée (ne comprend pas les autres produits surgelés ou les repas dont l'un des composants peut être la crème glacée)
 - Chips (ne comprend pas les pommes de terre au four ou les frites)

⁴ Cette catégorie de produits ne fera plus l'objet de publicité auprès des enfants d'ici le 1er juin 2023.

⁵ Les chewing-gums et les bonbons à la menthe sans sucre sont exemptés, c'est-à-dire qu'ils n'entrent pas dans le champ d'application des restrictions de l'EU Pledge.



comeos

Fevia

