

**Demande d’approbation aux Normes de la publicité :
Utilisation d’allégations fonctionnelles en publicité – Liste de contrôle**

La présente liste de contrôle doit être complétée pour chaque allégation. Elle est soumise dans le cadre d’une demande de pré-approbation d’une publicité faite aux Normes de la publicité. En la remplissant, le demandeur atteste que la publicité est appuyée par des preuves scientifiques qui satisfont aux normes et principes généraux décrits dans les *Lignes directrices pour la préparation d'une demande d'approbation d'allégations santé relatives aux aliments* de Santé Canada et dans tout autre document applicable relatif aux normes de preuve à l'appui d’allégations fonctionnelles à l’égard d’aliments.

Allégation fonctionnelle soumise à l’approbation des Normes de la publicité :

Normes et principes généraux	
1. Une approche méthodique, uniforme et reproductible est appliquée dans l'examen de la littérature destinée à appuyer l'allégation santé énoncée ci-dessus.	Oui <input type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>
2. La totalité de la recherche originale chez les humains, portant sur l'allégation santé, est abordée, y compris les preuves favorables et défavorables à l'allégation santé.	Oui <input type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>
3. La majorité des études sont de haute qualité et appuient un effet favorable qui est à la fois signifiant du point de vue statistique et pertinent du point de vue biologique. On considérera un résultat statistiquement significatif de l'effet bénéfique (à $p \leq 0,05$) <u>et</u> la pertinence biologique (en utilisant des marqueurs qui doivent présenter une validité méthodologique et une validité biologique).	Oui <input type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>
4. La quantité d'aliment à être consommée pour parvenir à un effet bénéfique peut être intégrée dans une diète équilibrée et saine par la population cible.	Oui <input type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>
5. Le libellé de l'allégation santé et sa représentation dans le texte publicitaire communiquent l'effet sur la santé fondé par la preuve disponible (c'est-à-dire que le texte reflète le résultat sur la santé démontré et y est spécifique, et n'excède pas, directement ou indirectement, la portée de la preuve à l'appui).	Oui <input type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>
Remplir la section suivante s'il y a lieu	
6. Les principes généraux et normes de preuve de tout autre document applicable à l'allégation soumise à l'approbation des Normes de la publicité sont également satisfaits. Les autres documents applicables comprennent (veuillez préciser ci-après) : _____ _____	Oui <input type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>

Date : _____

Nom de l'annonceur : _____

signé par _____

[signature du représentant autorisé de l'annonceur]