

## Representantes del sector alimentario y la política analizan los pros y contras del etiquetado frontal

- Durante la jornada "Etiquetado frontal de alimentos en España y en la Unión Europea. ¿Qué camino a seguir?", Pietro Paganini, presidente de COMPETERE, ha afirmado que "las causas de la mala alimentación son tan complejas que los semáforos o las escalas de colores no van a solucionar el problema"
- La iniciativa también ha contado con representantes del sector alimentario, quienes han insistido en la importancia de la educación y la formación del consumidor, en rechazar modelos que discriminen productos y en la necesidad de que Bruselas opte por modelos voluntarios
- Representantes del PSOE, PP y VOX también han analizado la situación legal desde el enfoque político, señalando estar en contra del etiquetado frontal

**Madrid, a 2 de junio de 2023.** – La Comisión Europea está preparando una revisión del etiquetado frontal de los alimentos envasados, una tarea que no está resultando nada fácil y que ha generado una amplia división de opiniones entre países y sectores como el cárnico, lácteo o el del aceite de oliva y otros, quienes han manifestado su opinión en contra de NutriScore, uno de los que se propondría y que, en algunos casos, ya se está usando de forma voluntaria.

Para valorar la situación en la que nos encontramos y arrojar un poco de luz sobre las futuras posibilidades, Competere Policies for Sustainable Development, instituto político que realiza análisis y actividades de promoción para fomentar el comercio mundial, la innovación y las cadenas de suministro resistentes y sostenibles y promover la nutrición sostenible, ha llevado a cabo la **jornada "Etiquetado frontal de alimentos en España y en la Unión Europea. ¿Qué camino a seguir?"**, donde **representantes del sector alimentario y la política** han puesto encima de la mesa los **diferentes puntos de vista** que mantienen ante esta situación.

**Pietro Paganini**, presidente de COMPETERE, ha destacado durante su intervención como "las etiquetas no son sólo un medio para informar a los consumidores, sino que también pueden ser una herramienta ideológica, política y comercial. Movimientos políticos, grupos de científicos y burócratas quieren que estas etiquetas nos digan a los consumidores si el producto es bueno o malo para nuestra salud. Sin embargo, el principal problema no es otro que la mala alimentación, la desnutrición, la obesidad y todas las enfermedades relacionadas con estos problemas".

**Horacio González-Alemán**, director general de Thoffood, fue el encargado de moderar el debate de los representantes del sector, en el que estuvieron presentes **Giuseppe Aloisio**, adjunto al secretario general de ANICE; **Aurelio del Pino**, presidente de ACES; **Pilar Ayuso**, miembro del Consejo de Administración de la OCU; **Ascensión Marcos**, profesora de investigación del CSIC; **Gabriel Trenzado**, director general de Cooperativas Agroalimentarias de España; y **Enrique García-Tenorio**, director de la DOP Montes de Toledo y **María Martínez – Herrera**, directora de sostenibilidad de ASEDAS.

Durante sus intervenciones, todos los representantes del sector han coincidido en el etiquetado es un instrumento y los productores continuarán ofreciendo lo mejor a la sociedad. Igualmente, los participantes han estado de acuerdo en que la solución es educar a los ciudadanos, permitiendo al consumidor empoderarse de su libertad individual sin decirles lo que es bueno o malo, sino cuáles son los mecanismos de la nutrición y de nuestro cuerpo. El reto para mejorar la alimentación de la sociedad es conseguir crear dietas personalizadas, permitiendo que todos tomen las decisiones de forma libre e informada según las necesidades individuales.

Igualmente, a pesar de que existen algunos estudios sobre la aplicación del modelo NutriScore, no todos los entienden suficientemente válido asegurando que puede mejorarse y manifestando su preocupación ante este modelo que han asegurado les está perjudicando a determinados sectores de la industria. Del mismo modo, ha existido unanimidad en la necesidad de que la Comisión Europea tenga en cuenta a los consumidores y trabaje sobre un modelo voluntario y armonizado, a nivel europeo, para evitar la alteración del comercio intracomunitario.

Por último, para conocer la situación legal desde el enfoque de cada grupo político se ha llevado a cabo una mesa redonda moderada por **Ricardo Migueláñez**, director general de Agrifood Comunicación, en la que han participado **Ana María Romero**, secretaria de Agricultura, Ganadería y Pesca del PSOE; **Ricardo Chamorro**, portavoz de la Comisión de Agricultura, Pesca y Alimentación de VOX; y **Milagros Marcos**, portavoz del PP en la Comisión Agricultura Pesca y Alimentación.

Durante el coloquio, Romero ha señalado que desde el PSOE “no estamos de acuerdo con el actual NutriScore” y ha asegurado que “defendemos la dieta mediterránea, por lo que es necesario un sistema homogéneo en toda la Unión Europea”.

Marcos, por su parte, ha señalado que “si no somos capaces de que un sistema de colores se oriente al consumidor hacia hábitos más saludables es que no sirve”. Por último, ha manifestado que “un etiquetado frontal que aporte información pero no tenga en cuenta la calidad de los productos, no es el que se debe aplicar”.

Por otra parte, el representante de VOX ha afirmado que su partido “se opuso a este tipo de etiquetados” y ha añadido que “defendimos que había que frenarlo de forma urgente porque no cumplía las perspectivas de información, trata a las personas como números”.

Como **conclusión**, Pietro Paganini ha destacado que “se debe hacer entender que los ingredientes no son los que causan estas enfermedades, sino el conjunto de la dieta y

estilo de vida” y ha añadido que “las causas de la mala alimentación son tan complejas que los semáforos o las escalas de colores no van a solucionar el problema. NutriScore, hasta ahora, no ha aportado ninguna mejora a la salud pública. Desde su introducción en Francia en 2017, los niveles de obesidad en Francia se han duplicado. Es un sistema que apela al consumidor emocionalmente, cuyos colores influyen en los niños y los jóvenes, que guían a sus padres a realizar la cesta de la compra”.

En definitiva, este tema se sigue estudiando en función de las directrices que va marcando la Unión Europea.