

LA INICIATIVA #CADACOSAPORSUNOMBRE SE REÚNE CON EL SECRETARIO GENERAL DE CONSUMO Y JUEGO PARA PROPONER ACTUACIONES QUE MEJOREN LA PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES ESPAÑOLES

Se expusieron los avances acometidos desde que se puso en marcha la iniciativa en febrero 2024, y que han permitido las primeras actuaciones inspectoras y sentencias judiciales favorables.

Especial mención tuvo la necesidad de defender la dieta mediterránea ante la tendencia "plant-based" que recoge el reciente informe sobre el Diálogo estratégico sobre el futuro de la Agricultura y la Alimentación en la UE.

Se propusieron cuatro líneas de colaboración, teniendo gran relevancia lanzar campañas de formación e información a la ciudadanía con el apoyo de AESAN.

La iniciativa conjunta #CadaCosaPorSuNombre en defensa de una información veraz al consumidor liderada por ANFACO-CECOPECA (Organización del complejo mar-industria¹), ANICE (Asociación Nacional de Industrias de la Carne de España), AVIANZA (Asociación Interprofesional Española de la Carne Avícola) y CEDECARNE (Confederación Española de Detallistas de la Carne), y que representa a más de 150.000 trabajadores, se ha reunido esta semana en Madrid con el nuevo Secretario General de Consumo y Juego, Andrés Barragán, con el objetivo de presentarle la trayectoria seguida a lo largo de este 2024 y establecer nuevas vías de actuación para los próximos meses. Durante la reunión también estuvo presente Ana Lopez-Santacruz, Directora del Centro Nacional de Alimentación, perteneciente a la AESAN.

La campaña #CadaCosaPorSuNombre, lanzada el pasado mes de febrero, busca sensibilizar a la opinión pública y a la Administración sobre la importancia de un correcto etiquetado y publicidad ante la desinformación y confusión creada por los productos veganos que imitan a los alimentos de origen animal.

Durante la reunión, **se expusieron los avances obtenidos hasta la fecha**, citando: los últimos informes realizados tras un muestreo de productos veganos efectuados en supermercados de España y que han derivado en **actuaciones judiciales favorables**, por ejemplo, con el procedimiento contencioso-administrativo interpuesto por el Instituto Galego de Consumo e Competencia contra el producto "Filetes MerIVza" de HEÜRA; o el

¹ Mar-Industria: Procesos de generación de valor añadido a partir de que un pescado o marisco se extrae y convierte en alimento, pasando por su correspondiente manipulación, transformación y/o comercialización al por mayor.

análisis jurídico-técnico realizado y entregado a diferentes Comunidades Autónomas, que persigue facilitar un establecimiento de criterios de inspección basándose en el Reglamento (UE) 1169/2011 de información al consumidor u otros como la Directiva sobre publicidad engañosa y comparativa (2006/114/CE). Adicionalmente, se recogió la directiva que pretende acabar con el Greenwashing en la UE, (2024/825), destacando que dicha Directiva *"prohíbe el uso de alegaciones medioambientales genéricas sin explicación clara"*, y que los productos veganos incumplen al emplear en sus campañas mensajes, tales como: *"Una hamburguesa de carne contamina más que tu coche"* o *"ayuda a salvar los océanos"*.

Durante la reunión, **especial mención tuvieron los riesgos derivados de dicha confusión al consumidor en su relación con la seguridad alimentaria**. Se recordó el trágico suceso ocurrido en Australia en 2020, cuando un niño de seis años falleció al confundir el envase de una leche corporal con la procedente de vaca, o en Bélgica en 2017, ante unos padres que confundieron la idoneidad de darle leche de vaca a su hijo frente a una bebida vegetal. Para el caso de proteína pesquera, se expuso la problemática de productos veganos que imitan a la conserva de atún, pero cuya conservación debe ser en refrigerado, con el consecuente peligro.

Promover la dieta mediterránea en Europa frente a la "plant-based"

Espacio hubo para debatir el reciente informe europeo del Diálogo Estratégico sobre el futuro de la Agricultura y la Alimentación, presentada la semana pasada por la presidenta de la Comisión Europea, Úrsula von der Leyen, junto al responsable del mismo, el profesor Peter Strohschneider.

El informe recoge en su recomendación 2.1 el incremento del consumo de "plant-based" en Europa, ante lo cual el informe sugiere que debe promoverse un acompañamiento del consumidor y una compensación a los ganaderos que pudieran verse afectados ante dicha tendencia. Es decir, el informe apoya la transición "plant-based".

Desde la iniciativa #CadaCosaPorSuNombre, se pidió que España frene el concepto de dieta "plant-based", retomando los patrones estudiados y beneficios avalados científicamente de la dieta mediterránea. Es rotundamente falso que dichas dietas "plant-based" sean mejores que la mediterránea. Desde un punto de vista nutricional carecen de los beneficios de los productos de origen animal, que ofrecen una matriz digestiva única, rica en proteínas de alta calidad, nutrientes esenciales y ácidos grasos Omega 3, como en los pescados azules, o vitamina B12 en carnes.

Actuaciones de colaboración concretas

Los sectores representados en #CadaCosaPorSuNombre, entregaron cuatro peticiones al Secretario General, que fueron:

1. Solicitar a la nueva Comisión Europea la implementación del acto delegado recogido en el artículo 36 del Reglamento (UE) 1169/2011 para establecer disposiciones adicionales para los productos veganos, frenando su imitación como estrategia de desplazamiento y confusión.
2. Plantear el desarrollo de una legislación nacional armonizada para todos los productos de origen animal, que clarifique la situación, para lo cual será de gran utilidad esperar al pronunciamiento del Tribunal de justicia europeo a la cuestión prejudicial abierta por Francia.
3. Reforzar los mecanismos de control y vigilancia por las Comunidades autónomas, garantizando el cumplimiento de las normativas de etiquetado en los productos veganos de imitación, con especial atención, además, al canal HORECA.
4. Desarrollar, en colaboración con la AESAN, campañas educativas dirigidas a los consumidores para aumentar la conciencia sobre las diferencias nutricionales entre los alimentos de origen animal frente a los productos veganos.

En resumidas cuentas, fomentar la colaboración público-privada en defensa de los consumidores, evitando el debate, porque: si hay debate, hay confusión.

<< Y porque no existen los Nuggets veganos, llamemos a #CadaCosaPorSuNombre. >>

Sobre ANFACO-CECOPESCA

ANFACO-CECOPESCA es una organización singular del complejo mar-industria cuyos orígenes se remontan a 1904. Su misión principal es la de defender activamente los intereses de sus asociados ante administraciones, organizaciones multilaterales y todo tipo de entidades nacionales, europeas e internacionales. Asimismo, desarrolla soluciones de alto valor en la búsqueda de la competitividad empresarial en los ámbitos de la I+D+i, calidad y seguridad alimentaria, asesoramiento especializado, formación, asistencia técnica, cooperación internacional, entre otros.

Esta organización aglutina a más de 250 empresas de todos los eslabones del complejo mar-industria alimentaria, que suman una facturación anual de más 11.600 millones de € y más de 24.800 empleos en España.

Sobre ANICE

ANICE es la Asociación Nacional de Industrias de la Carne de España, una organización empresarial que representa a la industria cárnica a nivel nacional e internacional, agrupando a más de 600 empresas, en todas las comunidades autónomas.

En ANICE se encuentran asociadas todas las empresas líderes del sector, junto a un nutrido colectivo de pymes, que generan empleo y actividad económica en el medio rural.

La cifra de negocio de estas empresas asciende a 24.913 millones de euros, lo que supone el 75% de la facturación de la industria cárnica española (porcino, vacuno, ovino y elaborados cárnicos).

La Asociación está presente de forma muy activa en los ejes vertebradores del sector: para ello, representa a la industria cárnica en la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB), a través de la cual se integra en la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE) y es también miembro activo de las organizaciones cárnicas europeas, las organizaciones interprofesionales del sector, así como en la Plataforma Tecnológica Food for Life-Spain, en el Consejo Asesor de la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA), el Pleno del Observatorio de la Cadena Alimentaria y del Grupo de Innovación Sostenible (GIS).

Sobre AVIANZA

La Asociación Interprofesional Española de Carne Avícola (AVIANZA) es una organización interprofesional que representa a más del 95% de las compañías vinculadas al sector avícola en España, tanto de carne de pollo, pavo y otras aves. AVIANZA defiende los intereses del sector avícola tanto a nivel nacional como en el mercado internacional. En total suman más de 5.000 granjas y centros de producción, 281 salas de despiece y procesamiento, que dan empleo directo a más de 40.000 profesionales.

Desde esta Asociación se busca favorecer a sus asociados a través del impulso de medidas de calidad, medio ambiente y fomento del consumo.

Sobre CEDECARNE

Cedecarne, es la organización empresarial de ámbito nacional, que, desde el año 1989, representa, a más de 25.000 empresas de carnicería y charcutería distribuidas por toda la geografía española y que emplean a cerca de 60.000 trabajadores, con una cifra de negocios de más de 4.300 millones de euros.

Defendemos los intereses del sector ante las diferentes administraciones y organizaciones tanto nacionales como internacionales, y ponemos en marcha proyectos e iniciativas que contribuyen al desarrollo y competitividad de las empresas que representamos, velando por la buena imagen y el prestigio de sus profesionales, poniendo en valor su carácter artesanal y contribuyendo a impulsar la formación, para que las nuevas generaciones conformen el relevo del sector, consolidando así su supervivencia y futuro.

Asimismo, Cedecarne está presente en los órganos directivos de las principales Interprofesionales cárnicas, Interporc, Provacuno e Interovic, aportando nuestro conocimiento del sector especialista en todos aquellos proyectos y campañas que ponen en valor a toda la cadena cárnica.

Cedecarne es miembro de la Confederación Española de Comercio donde actualmente ocupa una Vicepresidencia.