

## El Consejo de Ministros de Agricultura de la Unión Europea cuestiona el sistema británico de información nutricional

- *España, junto con otros 16 países, han requerido a la Comisión Europea la elaboración de un informe sobre la validez jurídica desde el punto de vista comunitario del modelo híbrido de información nutricional del Reino Unido.*
- *FIAB siempre ha defendido la base científica como un elemento clave para cualquier medida en relación a la alimentación y la salud, así como que no se abran brechas en la legislación comunitaria que alteren las condiciones de venta y competitividad en el mercado.*

**Madrid, 18 de diciembre de 2013.-** Reino Unido ha sido el primer Estado miembro en proponer una iniciativa nacional de información nutricional tras la aprobación por la Comisión Europea del Reglamento de Información al Consumidor en noviembre de 2011; una iniciativa que desde su surgimiento ha preocupado a la industria europea de alimentación y bebidas por carecer de base científica y porque no hace sino poner barreras y obstáculos al comercio comunitario.

Dicho modelo establece un sistema híbrido que combina las GDA/CDO (cantidad diaria orientativa) con códigos de colores (rojo, amarillo y verde) en función del contenido alto, medio o bajo en grasas, grasas saturadas, sal y azúcares por cada 100 gr.

El citado Reglamento es un viejo conocido en España, que ya durante su Presidencia de la Unión Europea en 2010 solicitó sin éxito que todas las propuestas nacionales pasasen previamente por la Comisión Europea para su valoración y validación.

En las últimas semanas, Reino Unido ha recibido sucesivos reveses en su iniciativa, y en concreto en el Consejo de Empleo, Política Social, Sanidad y Consumidores del 9-10 de diciembre de 2013, donde diez Estados miembro cuestionaron su eficacia.

Ayer, el Consejo de Ministros de Agricultura de la Unión Europea también abordó este asunto, siendo ya 17 los países que plantearon dudas y requirieron a la Comisión la elaboración de un informe sobre la validez jurídica desde el punto de vista comunitario del modelo británico. En este sentido, la Delegación Española ha sido artífice de un posicionamiento firme por entender que este esquema nacional puede dañar gravemente las ventas e imagen de nuestros productos en Reino Unido.

La Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB) afirma que el modelo de información al consumidor en Europa tiene que ser objetivo,

veraz, transparente, científicamente respaldado, fácilmente comprensible por el consumidor y armonizado entre los Estados miembro. Del mismo modo, apuesta por el modelo GDA/CDO, al contar con el respaldo de las Autoridades Española y Europea de Seguridad Alimentaria y contextualizar el alimento en el marco de una dieta global.

La Federación recuerda que siempre ha defendido la base científica como un elemento clave para cualquier medida en relación a la alimentación y la salud, así como que no se abran brechas en la legislación comunitaria que alteren las condiciones de venta y competitividad en el mercado. FIAB queda, por ello, a la espera, de una actuación clara y contundente al respecto por parte de la Comisión Europea.

### Sobre FIAB

La Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB) se creó en 1977 para representar, a través de un único organismo y una sola voz, a la industria española de alimentación y bebidas, primer sector industrial de nuestro país. Actualmente, engloba a 47 asociaciones.



[blog.fiab.es](http://blog.fiab.es) |



[www.fiab.es](http://www.fiab.es) |



[@esFIAB](https://twitter.com/esFIAB)

#### Para más información:

##### FIAB

Clara Pi  
Directora de Comunicación

Ana Torres  
Dpto. de Comunicación

[comunicacion@fiab.es](mailto:comunicacion@fiab.es)

Telf.: 91 411 72 11

##### Hill + Knowlton Strategies (Gabinete de prensa de FIAB)

Juan Ignacio Moreno  
[juan.ignaciomoreno@hkstrategies.com](mailto:juan.ignaciomoreno@hkstrategies.com)

Fátima Escudero  
[fatima.escudero@hkstrategies.com](mailto:fatima.escudero@hkstrategies.com)

Telf.: 91 435 11 22