

Jornada UGT-FITAG: Grupo de Trabajo y Discusión sobre la Industria Agroalimentaria

Montserrat Prieto Goberna

(Directora Dpto. Derecho Alimentario de FIAB)



9 de octubre de 2013

FIAB Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas

¿QUIÉNES SOMOS?

- Creada en 1977
- **Objetivo:** representar, a través de un único organismo y una sola voz, a la industria española de alimentación y bebidas.
- **Representatividad:** 47 asociaciones (90% volumen de negocio del sector) y cuyo PIB equivale al 7,6% del nacional y al 14% del industrial.

LA INDUSTRIA DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS

- Facturación equivalente al 7,6% del PIB nacional
- Composición Sector: 30.000 empresas (96% PYMES)
- Empleo Sector: 445.000 personas
- Ventas en 2012: 86.298 €

LA EVOLUCIÓN DE LA IAB HACIA LA ALIMENTACIÓN Y LA SALUD

70´s	80´s	90´s	XXI
Aprovisionamiento			
	Calidad básica		
		Seguridad alimentaria APPCC	
			Alimentación y Salud

- Importancia creciente del **ámbito científico**
- El interés del **consumidor**
- **Nuevos retos:** la obesidad y sobrepeso, actividad física, estilos de vida saludable...

¿QUÉ BUSCAN LOS CONSUMIDORES?

Evitar posibles enfermedades

Seguir una dieta sana

EL CONSUMIDOR

Consumo de productos que permitan mantener un buen estado de salud

¿Qué información se Busca en la Red?

- sobre enfermedades (80%),
- sobre nutrición (57%)
- medicamentos (45%)



FUENTE: KWP Lifestyles, 2012.
Informe la Sociedad de la
información en España, Fundación
Telefónica

*La salud no es la mera ausencia de enfermedad, pues abarca también el bienestar físico, mental y psicológico. Se reconoce también que **el alimento no es sólo necesario para el sustento**, así como para el desarrollo y crecimiento del cuerpo, sino que desempeña un **papel clave en la calidad de vida**.*

(ILSI, Conceptos sobre los alimentos funcionales)

¿A QUÉ NOS ENFRENTAMOS?



- Reformulación:
 - Reducción del 30% en la ingesta de sal/sodio de la población.
 - Reducir el nivel de sal/sodio añadido a los alimentos (preparados o transformados)
 - Aumentar la disponibilidad, accesibilidad y el consumo de frutas y verduras
 - Reducción del contenido de los ácidos grasos saturados y su sustitución por ácidos grasos insaturados
 - Reemplazar las grasas trans por grasas insaturadas
 - Reducción del contenido de azúcares libres y añadidos en los alimentos y bebidas no alcohólicas.
 - Limitar la ingesta de calorías, reducir el tamaño de la porción y el contenido energético de los alimentos.
- Impuestos sobre alimentos y bebidas:
 - Se considera como herramientas de carácter económico apropiadas y justificadas los impuestos y las subvenciones que crean incentivos ya que conllevan comportamientos asociados con mejores resultados de salud como fomentar el consumo de “alimentos saludables” y desalentar el consumo de las opciones menos saludables.

¿A QUÉ NOS ENFRENTAMOS?

EJEMPLOS DE IMPUESTOS A LOS ALIMENTOS



May 2013

Social Dialogue in the Food and Drink Industry

Joint EFFAT-FoodDrinkEurope Position on Discriminatory Food Taxes

The governments of some EU Member States have recently introduced taxes on specific food categories and food ingredients such as sugar, fat, artificial sweeteners, soft drinks, fast food and pastry. These governments have so far justified these measures as an 'effective' way to address the societal challenge of increasing rates in obesity and other diet- and lifestyle-related non-communicable diseases. However, scientific evidence proving that taxation represents an effective means of changing consumer behaviour and of successfully tackling obesity and other non-communicable disease is yet inconclusive.

The danger of food taxes

Such taxes, instead, can damage the competitiveness of EU food industries and prompt unfair competition and cross-border shopping across EU regions as they:

- are economically regressive, since they especially penalize low-income populations, when these are known commonly to spend a larger share of their revenues on food;
- are discriminatory, as they target certain food products and ingredients and not others comparable or equivalent in content;
- distort the functioning of the EU internal market, as they alter harmonized product formulation and standards across the EU Member states and generate uncertainty for ongoing investment plans and trade agreements putting productive operations and employment potentially at stake;

The EU food and drink industries pledge

Food and drinks produced in the EU have never been as safe, as healthy or of such high quality as they are today. All actors throughout the supply chain – including Europe's food and drink industry, farmers, retailers, trade unions, consumers and non-governmental organisations – have already made a lot of progress in ensuring that food and drinks available to EU consumers meet these criteria. Many products have already been reformulated to meet consumer demands for 'lighter' versions and an increased choice/availability in portion sizes is being provided. Nutritional information given to consumers is now much more accessible and clear and food and drink product advertising has become more responsible.

Nonetheless, more can be done. Social Partners in the EU food and drink industries FoodDrinkEurope² and EFFAT¹ acknowledge the societal challenges linked to the increased

¹ FoodDrinkEurope's mission is to represent the food and drink industries of the EU. FoodDrinkEurope's membership consists of 24 national federations and 3 observers, 25 European sector associations and 18 major food and drink companies (for more information: <http://www.fooddrinkeurope.eu>).

² EFFAT is the European Trade Union Confederation representing 2.6 million workers through 120 national trade unions from 35 European countries employed in the food processing, agriculture, tobacco, hotel, catering and tourism industries across the EU (for more information: <http://www.ettat.org>).

EFFAT REGIONAL ORGANISATION WITHIN THE ILO - MEMBER OF THE ETUC

RIE 13554-43/LOUP3 30/ITE 3/1 8-1000/BRUSSELS 11 T +32 (0) 2 228 77 30 11 F +32 (0) 2 228 30 38 11 E MAIL info@effat.org | WEB www.ettat.org

Avenue des Nerviers, 9-31 - 1040 Brussels - BELGIUM

Tel. +32 2 214 11 11 - Fax. +32 2 211 29 05

info@fooddrinkeurope.eu - www.fooddrinkeurope.eu

- Cataluña: bebidas «excesivamente azucaradas»
- Baleares: envases a líquidos alimentarios

¿A QUÉ NOS ENFRENTAMOS?

EJEMPLOS DE RESTRICCIONES LEGALES

- DINAMARCA - Proposición de Ley relativa al impuesto sobre las grasas saturadas (16 DKK/kg. grasa producida en carnes, productos lácteos, grasas animales, aceites y grasas comestibles, margarinas, mezclas para untar,...)
- HUNGRÍA - Proyecto de Decreto sobre el contenido máximo admisible de ácidos grasos trans (Queda prohibido comercializar productos alimenticios en los cuales la cantidad de ácidos grasos trans supere los 2 g/100 g. del contenido total en materia grasa de los productos alimenticios suministrados o vendidos a consumidores finales)
- EE.UU. (NY): refrescos XXL

¿A QUÉ NOS ENFRENTAMOS?

EJEMPLOS DE MODELOS DE INFORMACIÓN NUTRICIONAL QUE CLASIFICAN A LOS ALIMENTOS

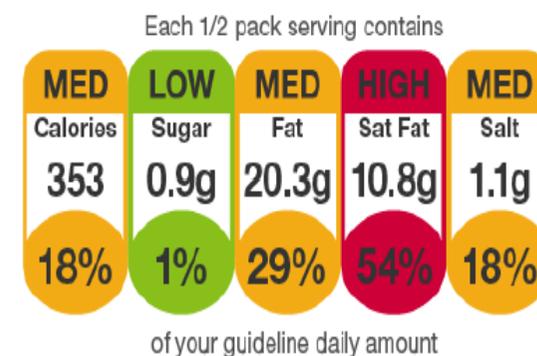


BEWUSTE KEUZE BINNEN DEZE PRODUCTGROEP	ELECCIÓN CONSCIENTE DENTRO DE ESTE GRUPO DE PRODUCTOS
GEZONDERE KEUZE BINNEN DEZE PRODUCTGROEP	ELECCIÓN MÁS SALUDABLE DENTRO DE ESTE GRUPO DE PRODUCTOS



Keyhole symbols - identify healthier food products within a product group, on the basis of their content in fat, sugars, salt and dietary fibre

(voluntary scheme developed by the national authorities - Sweden, Norway and Denmark)



Source: Food Standards Agency

¿A QUÉ NOS ENFRENTAMOS?

MODELOS DE INFORMACIÓN NUTRICIONAL QUE CLASIFICAN A LOS ALIMENTOS

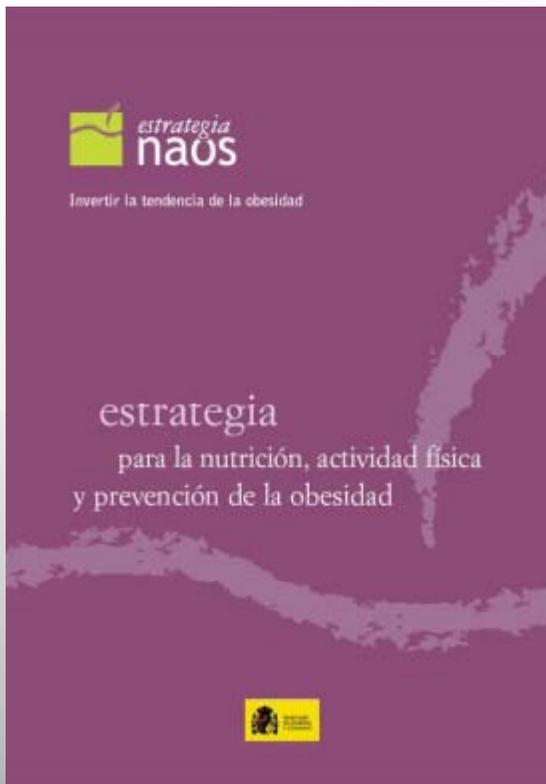


El mensaje de advertencia para el nutriente sodio, deberá decir “Alto en SAL”; el de la energía deberá decir: “Alto en CALORÍAS”; el del azúcar deberá decir: “Alto en AZÚCARES” y el de grasa saturada deberá decir: “Alto en GRASA SATURADA”.

Cuando un alimento deba rotular un mensaje de advertencia respecto de más de un nutriente crítico, lo hará inscribiendo el nombre de cada uno en el ícono octagonal, con la frase “Alto en...”, seguido del nombre de los respectivos nutrientes, observando las mismas características gráficas señaladas anteriormente.

El mensaje de advertencia señalado precedentemente deberá ocupar completamente el área del octágono guardando las proporciones del tamaño de las letras que muestra la figura siguiente:



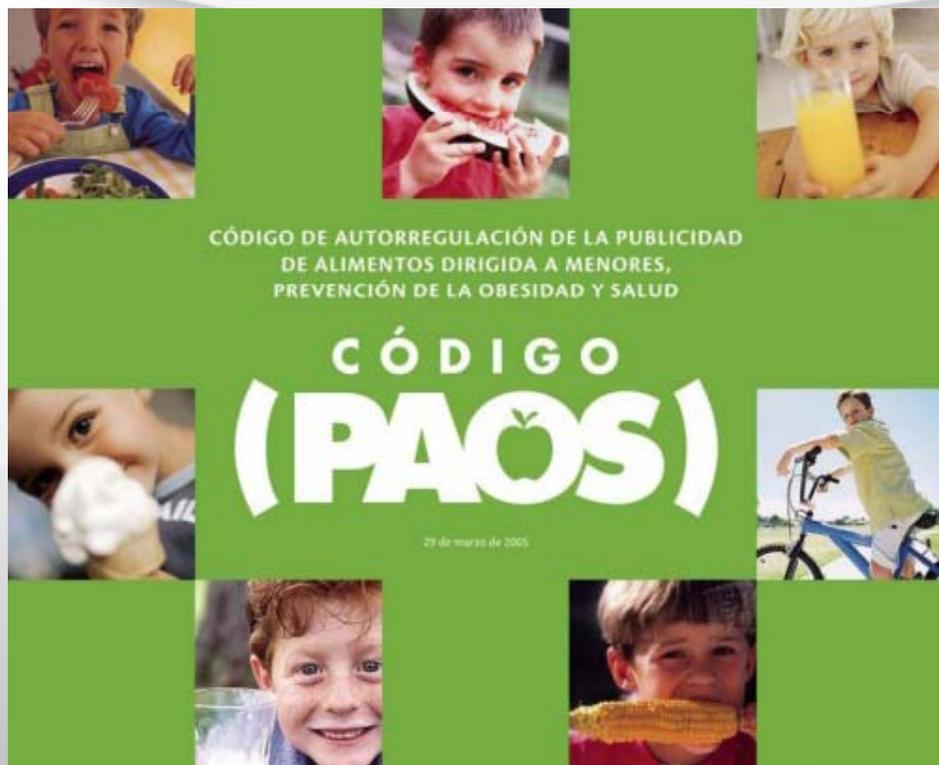


Ley 17/2011 - Artículo 36

El Gobierno en coordinación con las comunidades autónomas, las administraciones locales y con la participación de los operadores económicos y los agentes sociales, incrementará el desarrollo, intensificado su carácter interdepartamental e intersectorial, de la estrategia para fomentar una alimentación saludable y promover la práctica de actividad física, con el fin de invertir la tendencia ascendente de la prevalencia de la obesidad...

La Estrategia estará basada en el análisis de situación y en el conocimiento científico existente en la materia..."

ACTUACIONES DE LA IAB: EJEMPLOS



+ Publicidad en Internet a menores de 15 años

ESPECIAL ÉNFASIS:

- Hábitos saludables
- Aceptación social y uso de personajes famosos
- Generación de expectativas
- Presión de ventas
- Claridad y veracidad de la información
- Seguridad y no violencia

ACTUACIONES DE LA IAB-EJEMPLOS

2005-2010

ALIMENTACIÓN Y SALUD:
EL COMPROMISO DE LA
INDUSTRIA ESPAÑOLA DE
ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS

FLAB Federación Española de Industrias
de la Alimentación y Bebidas

FLAB Federación Española de Industrias
de la Alimentación y Bebidas

ESFUERZOS DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN LA
MEJORA DE COMPOSICIÓN DE SUS PRODUCTOS:
INFORME ACTUALIZADO (2007-2011)

sumaSalud
VIDA ACTIVA + ALIMENTACIÓN SALUDABLE

La fórmula
para una vida redonda
es sencilla

ACTUACIONES DE LA IAB-EJEMPLOS

PLAN HAVISA (Hábitos de vida saludable)

La mejor receta:
alimentación
equilibrada y ejercicio
físico
ENERO Y DICIEMBRE

Realiza
actividad física
a diario
FEBRERO

Come de forma
variada,
equilibrada y
moderada
MARZO

Combina actividad física
con alimentación
variada y equilibrada
ABRIL

Camina 30
minutos al
día
MAYO

Come más
fruta y
verdura
JUNIO

Come variado,
equilibrado,
moderado y
muévete
JULIO

Infórmate: Lee
la etiqueta de
los alimentos y
bebidas
NOVIEMBRE

Utiliza las
escaleras en
lugar del
ascensor
OCTUBRE

Desayuna
todos los días
SEPTIEMBRE

Vive activo,
muévete para
estar sano
AGOSTO



RELACIÓN ENTRE ALIMENTACIÓN Y NUTRICIÓN Y SU REPERCUSIÓN EN LA ACTIVIDAD ECONÓMICA Y EN EL EMPLEO

EMPLEO INDUSTRIAL

20,2%



TASA DE PARO

12,3

PUNTOS INFERIOR TOTAL ECONOMÍA



EMPLEADOS

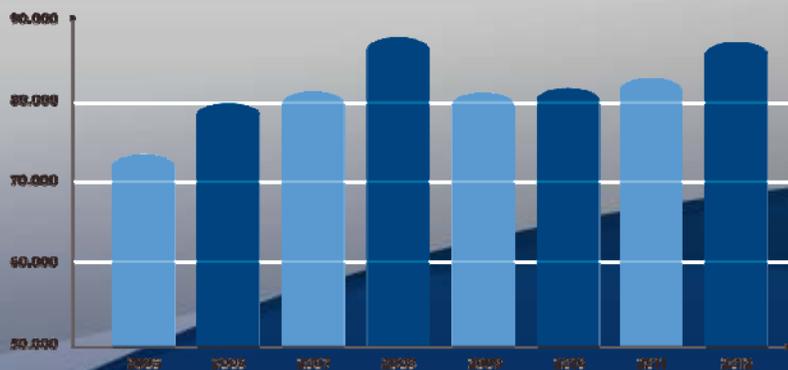
61%
HOMBRES



39%
MUJERES

86.298 MILLONES DE EUROS EN PRODUCCIÓN EN 2012

VENTAS



Evolut. Mtd de las ventas (en millones de euros)

80.000 MILLONES SUPERADOS EN 2007

17% FACTURACIÓN EQUIVALENTE AL 17% DEL PIB INDUSTRIAL

8,1% FACTURACIÓN EQUIVALENTE AL 8,1% DEL PIB NACIONAL

REFLEXIONES

- La relación alimentación y salud es un elemento clave para la IAB
- Hemos de ser capaces de dar respuesta a las necesidades de los consumidores
- Necesitamos un entorno normativo que nos permita atender a las nuevas necesidades del consumidor al tiempo que innovar
- Debemos ser capaces de trasladar a la sociedad una información rigurosa sobre alimentación y salud

Síguenos en...



blog.fiab.es

Velázquez, 64 - 3º. 28001 Madrid

T +34 91 411 72 11

F +34 91 411 73 44

E fiab@fiab.es

www.fiab.es

Montserrat Prieto Goberna

m.prieto@fiab.es