



Novedades legislativas en el sector agroalimentario francés

Se obliga al etiquetado del país de origen para determinados alimentos dentro de una nueva Ley de transparencia y se prorroga la aplicación de los mecanismos del umbral de reventa a pérdidas y las limitaciones a las promociones dentro de la Ley EGAlim.



ALIMENTACIÓN | ETIQUETADO | INDUSTRIA Y
DISTRIBUCIÓN | LEGISLACIÓN



EUROPA | FRANCIA

PARÍS 15.06.2020

La actividad legislativa se retoma en Francia tras el parón debido a la pandemia del COVID-19, que supuso una ralentización en las Cámaras en Francia, Asamblea Nacional y Senado.

La ya conocida por todos como Ley *EGAlim* (resultante de los Estados Generales de la Alimentación y publicada el 1 de noviembre 2018) preveía la aplicación experimental durante dos años de dos de sus mecanismos "estrella". El primero, el relativo al incremento del umbral de reventa a pérdidas, que establece que cuando un distribuidor compra un producto de 1€ al productor, no puede venderlo a menos de 1,10€, para tener en cuenta los costes inherentes a la actividad de distribución, de forma que el distribuidor reequilibre sus márgenes y pueda remunerar a un precio justo a los productores. El segundo, la limitación de las promociones de ventas al consumidor, tanto en volumen como en valor, quedando prohibidas las prácticas de 1 comprado, 1 regalado, y estableciendo el tope del 25% del volumen que puede ser comercializado bajo promoción.

Antes incluso de que se realice la evaluación de estos mecanismos que, conforme a la Ley, debe llevarse a cabo antes de octubre de 2020, las cámaras han habilitado al Gobierno para que los prorrogue mediante ordenanza por un periodo de hasta 14 meses. La disposición fue aprobada en segunda lectura por la Asamblea Nacional el 29 de mayo, en el marco de un proyecto de ley relativo a diversas disposiciones ligadas a la crisis sanitaria del COVID-19, y a otras medidas urgentes.

El texto habilita también al Gobierno para que pueda modificar las normas que limitan las promociones, especialmente en lo relativo a los productos con alto carácter estacional, como por ejemplo el foie-gras que realiza cerca del 75% de su cifra de negocios durante el periodo de las fiestas de Navidad y fin de Año, y para el que la entrada en vigor de la limitación de las promociones supuso una fuerte caída de sus ventas en 2019.

Por otro lado, el 11 de junio se publicó en el Diario oficial francés una Ley, que bajo el título de la Ley nº 2020-699 de 10 de junio de 2020, relativa a la transparencia en la información de los productos agrícolas y alimentarios, recupera determinadas cuestiones que habían sido suprimidas de la Ley *EGAlim* por el Consejo constitucional francés por considerar que no existía relación de ciertos artículos con el proyecto de ley inicialmente aprobado por el Consejo de Ministros.

Las disposiciones ahora publicadas tienen que ver fundamentalmente con la obligación en el etiquetado del país de origen de determinados alimentos, disposiciones que han sido ampliadas por los parlamentarios en el proceso de tramitación de la Ley.

La Ley se compone de doce artículos y establece la obligación en el etiquetado de la mención del país de origen para la miel, cuando es una mezcla de varios países por orden ponderal decreciente, requisito que se aplicará también a la jalea real. Todos los productos que contengan cacao deberán etiquetar también el país de origen. Estas obligaciones entrarán en vigor el 1 de enero de 2021. Se obliga también a indicar el país de origen para la carne porcina, caprina, ovina y avícola en la restauración, obligación que ya existía en Francia para la carne de vacuno, que ve ampliada la obligación a la carne picada. La Ley prohíbe el uso de denominaciones animales (steak, filete, salchicha...) para productos que contengan un porcentaje significativo de alimentos de origen vegetal. También establece la obligación de mencionar claramente el origen de los vinos en las cartas de los restaurantes y bares, tanto para botellas como para copas y garrafas y de no inducir a error al consumidor con determinadas etiquetas/imágenes. En el caso de la cerveza, se deberá indicar el nombre y la dirección del productor.