



Francia lanza una experimentación sobre información medioambiental al consumidor en el sector agroalimentario

El objetivo es identificar dispositivos que permitan proporcionar a los consumidores información medioambiental clara, fiable y objetiva que ayude por un lado a orientar sus decisiones hacia un consumo alimentario sostenible, así como a fomentar la diversificación de la oferta de alimentos por parte de productores y empresas.

 ALIMENTACIÓN | ETIQUETADO | MEDIOAMBIENTE

 EUROPA | FRANCIA

PARÍS 18.09.2020

El artículo 15 de la Ley francesa de Lucha contra el Desperdicio y la Economía Circular de febrero de 2020, define un marco para incentivar la indicación voluntaria de información medioambiental en todos los sectores, al prever la publicación de decretos que fijen las metodologías y el dispositivo a aplicar. La Ley prevé una fase experimental para identificar el método o métodos más adecuados para contar con una indicación ambiental armonizada en cada sector. Al finalizar esta fase se realizará un informe de evaluación socioeconómica y viabilidad, que se remitirá al Parlamento, y que servirá de base para elaborar los decretos.

El sector agroalimentario ha sido el elegido para comenzar esta fase experimental, ya que representa una parte importante del presupuesto de los hogares (16%) y de la huella de carbono de los mismos.

El Ministerio de Transición Ecológica y Solidaria ha encargado a la ADEME (Agencia francesa de Transición Ecológica) pilotar los trabajos en colaboración con los Ministerios implicados y el INRAE.

La fase experimental pretende identificar iniciativas que cumplan con dos objetivos: Informar y educar a los consumidores sobre el impacto ambiental de sus prácticas alimentarias, para ayudarles en sus elecciones y orientarlos hacia regímenes más sostenibles; modificar la oferta de los productos alimentarios y de los modelos de producción movilizándolo por tanto a los profesionales del sector.

Para esta fase se prevén dos tipos de acciones: la constitución de grupos de trabajo público-privados que estudien y den soluciones a problemas concretos, y la presentación de proyectos piloto concretos por parte de estructuras públicas o privadas.

Las dos acciones han comenzado en este mes de septiembre con la constitución, por un lado, de un primer grupo de trabajo sobre indicadores del impacto

medioambiental, que ya ha publicado un informe, y con la publicación de una convocatoria para la presentación de proyectos de septiembre 2020 a marzo 2021. La convocatoria está dirigida a empresas del sector agroalimentario, distribuidores, restauración colectiva, sector digital, investigadores y asociaciones. La participación es voluntaria y no conlleva ayudas.

Los trabajos de los grupos y los proyectos deben clarificar y aportar soluciones en diversos aspectos. Uno de los más importantes sin duda es el de los indicadores a emplear para evaluar el impacto medioambiental. No se trata de evaluar las prácticas y medios utilizados para producir alimentos sostenibles, ya que para esto ya existen figuras de calidad como la agricultura ecológica o los circuitos cortos. Se trata de analizar el ciclo de vida del producto y sus impactos en el medioambiente (agua, aire, clima, suelo, biodiversidad, etc.). Es preciso identificar si el indicador debe ser para cada ámbito, agregado o si debe medir solo un aspecto (por ejemplo la huella de carbono); si la información debe ser descriptiva o prescriptiva (por ejemplo usando colores como el Nutriscore).

Otro de los aspectos a definir es la escala a la que se debe dar la información: en tiendas, en restaurantes, en venta de platos preparados, y cómo debe proporcionarse dicha información en cada uno de ellos. Por ejemplo, en un plato preparado se puede indicar el impacto medioambiental de la cantidad consumida y en un restaurante proporcionar indicadores que permitan al consumidor comparar entre varios productos. En las tiendas, por el contrario, parece pertinente que el cliente pueda comparar el impacto medioambiental de diferentes marcas del mismo producto. Algo que también resulta esencial para movilizar a las empresas, que podrían así valorizar sus esfuerzos medioambientales, lo que no se consigue cuando se busca comparar diferentes alimentos.