



## **EL SECTOR CERVECERO EUROPEO DA UN NUEVO PASO PARA QUE EL 100% DE LOS ETIQUETADOS OFREZCAN INGREDIENTES E INFORMACIÓN NUTRICIONAL EN 2022**

Brewers of Europe, la asociación que representa los intereses de 9.500 cerveceras de toda Europa, ha liderado la firma del documento *Memorandum of Understanding*, con la presencia del **comisario europeo de Salud y Seguridad Alimentaria**, el lituano **Vytenis Andriukaitis**, en el que se compromete a facilitar en 2022 la información relativa al valor energético y el listado de ingredientes en el etiquetado de todos los envases de cerveza.

Como paso intermedio, a lo largo de todo el 2020, Cerveceros de Europa alcanzará el objetivo del 90% del etiquetado de la cerveza incluirá el listado de ingredientes y un 70%, la información nutricional relativa al valor energético. El proyecto aportará mayor transparencia, claridad y exactitud sobre los ingredientes de cada cerveza, siendo el principal beneficiario el consumidor.

Cerveceros de España parte con una posición preeminente en cuanto a la información en el etiquetado, ya que suscribió en 2015 el **Compromiso Europeo de Información al Consumidor**, en virtud del cual las cerveceras asociadas acordaron incorporar, voluntaria y progresivamente esta información al consumidor. Tanto es así que el consumidor español ya dispone de etiquetados de cerveza con el listado de ingredientes e información energética.



Bajo la denominación ***Proud to be clear*** el sector cervecero europeo generaliza las buenas prácticas de transparencia que ya se vienen ejerciendo en países como España, Alemania o Noruega. La iniciativa tiene parte del camino recorrido gracias a acciones pioneras que han venido realizando las cerveceras europeas en los últimos años. De hecho, actualmente más de cuatro de cada cinco cervezas (el 85 % del volumen que se comercializa en la Unión Europea) ya incorporan en su etiquetado la lista de ingredientes y, dos de cada tres (el 60 %), detallan la información nutricional relativa al valor energético.

El Reglamento comunitario<sup>i</sup> sobre información alimentaria exige actualmente a las bebidas con un grado alcohólico volumétrico superior al 1,2 % de la obligatoriedad de indicar este tipo de información en los etiquetados, pero el sector cervecero europeo, como parte de su compromiso con la transparencia y con el consumidor, ha decidido ir más allá de la normativa vigente con la firma de un acuerdo promovido desde el propio sector que aporte claridad, sencillez y exactitud a la información que reciben los consumidores a través del etiquetado, como ocurre ya con la cerveza sin alcohol.



*Proud to be clear* supone para sus firmantes la adquisición del compromiso de incorporar en el etiquetado al menos la información nutricional relativa al valor energético y el listado de ingredientes, remitiendo mediante un vínculo directo en el mismo el resto de la información nutricional (contenido de grasas y ácidos grasos saturados, hidratos de carbono y azúcares, proteína y sal).

**Vytenis Andriukaitis** ha felicitado al sector cervecero, ya que *"los consumidores tienen derecho a saber más y muchos de ellos quieren detalles de una forma clara y transparente sobre el contenido de sus bebidas y lo que significa consumirlas"*.

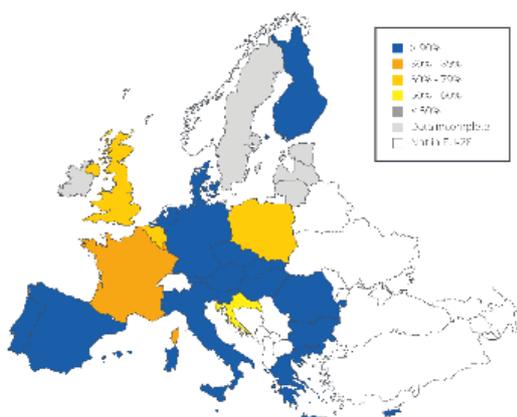
Por su parte, el **presidente de *Brewers of Europe*, Pavlos Photiades**, ha destacado que *"la firma de este Memorando de Entendimiento con el Comisario europeo supone el paso decisivo de un camino que inició el sector cervecero europeo hace cuatro años y por el que se comprometía a cumplir las expectativas y demandas de información"*

de los consumidores sobre los ingredientes y datos nutricionales de las cervezas comercializadas en Europa”.

*Proud to be clear* nace con vocación de permanencia y con la adquisición de compromisos que se irán renovando anualmente para seguir mejorando y ampliando la información nutricional accesible a los consumidores desde los etiquetados.

### Creciente preocupación por la transparencia de los etiquetados

Today in Europe,  
more than 4 out of 5 labels  
display ingredients



Según un estudio realizado por la consultora Gfk entre 9.000 europeos, la gran mayoría (86 %) demanda un etiquetado que recoja la lista de ingredientes en las bebidas con contenido alcohólico. Se trata de una preocupación social creciente, según los datos disponibles, ya que el porcentaje de personas que valoran positivamente la disponibilidad de etiquetados más transparentes ha crecido un 16 % en solo dos años<sup>ii</sup>.

### El sector cervecero español, un paso por delante

España es, de hecho, uno de los países europeos más avanzados en cuanto a la calidad informativa de sus etiquetados. En concreto, el 90 % del volumen de cerveza producido en España refleja la lista de ingredientes en orden decreciente. Y, en más del 80 % del volumen, aparece también el contenido energético.

**Jacobo Olalla Marañón, director general de Cerveceros de España**

afirma que *“el compromiso suscrito en 2015 es pionero en el sector de bebidas con contenido alcohólico en términos de transparencia e información y materializa una de las prioridades de las compañías asociadas a Cerveceros de España es dotar al consumidor de*



*la información necesaria para que pueda tomar decisiones formadas a la hora de consumir sus marcas, dentro de un estilo de vida saludable. Hoy más del 80 % del volumen de cerveza comercializado en España ofrece esta información al consumidor”.*

Junto a España, otros países que lideran este compromiso con la transparencia son Alemania, Noruega, Finlandia o Grecia, entre otros. Se espera que *Proud to be clear* suponga un impulso para los países europeos que se encuentran en un segundo escalón, entre ellos Francia o Reino Unido, así como una práctica de referencia para que se sumen otras empresas productoras de bebidas con contenido alcohólico.

Asimismo, y con el fin de unificar criterios y facilitar la labor a las empresas del sector, Cerveceros de España cuenta con un **Protocolo de Información Nutricional al Consumidor** y un documento guía para sus asociados con objeto de explicar los métodos disponibles para obtener los valores nutricionales y su aplicación, así como, entre otros, las características de calidad que deben reunir los laboratorios externos que realicen los análisis de los valores de declaración obligatoria y las prácticas de muestreo adecuadas para asegurar la homogeneidad y representatividad de cada lote analizado.

Como parte del proyecto, *Proud to be clear* cuenta con una página web que recoge toda la información relativa a la iniciativa -[www.beerwisdom.eu](http://www.beerwisdom.eu)-. Además, se está impulsando la conversación en las redes sociales desde los hashtags **#ProudToBeClear** y **#BeerWisdom**, desde los que se anima al consumidor a participar en la discusión y a expresar su opinión.



---

<sup>i</sup> Reglamento (UE) nº 1169/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo de 25 de octubre de 2011 sobre la información alimentaria facilitada al consumidor

<sup>ii</sup> Datos disponibles en <https://beerwisdom.eu/wp-content/uploads/2019/09/GfK-Infographic-2016.pdf>. Con acceso el 23/10/19.