

La informació gràfica en l'etiquetatge



ALIMENTACIÓ I COMUNICACIÓ_Núm. 5

Alimentació i Comunicació és un projecte editorial conjunt del Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural (DACC) de la Generalitat de Catalunya i l'Observatori de la Comunicació Científica de la Universitat Pompeu Fabra (OCC-UPF). Aquesta sèrie de publicacions en format digital pretén aportar a un públic ampli informació rellevant i opinions d'experts sobre temes de debat social relacionats amb l'alimentació i la comunicació.

La informació gràfica en l'etiquetatge, el cinquè número de la col·lecció *Alimentació i Comunicació*, aborda des de diferents perspectives els desafiaments i oportunitats que plantegen els sistemes gràfics per a oferir als consumidors informació rellevant sobre nutrició i altres aspectes, com la sostenibilitat ambiental. La publicació recull les ponències d'un grup d'experts de diferents àmbits (europeu, salut pública, indústria, consumidors i recerca acadèmica) i el posterior debat sobre aquest tema celebrat a la Universitat Pompeu Fabra el 3 de novembre de 2022.

© Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural (DACC)

© Observatori de la Comunicació Científica (OCC-UPF)

© Els autors dels textos

Coordinació: Gonzalo Casino i Andreu Prados (OCC-UPF); Glòria Cugat i Alba Irigoyen (DACC)

Foto de portada: iStock

Desembre del 2022

Sistemes d'informació gràfica en l'etiquetatge alimentari, un instrument de comunicació polèmic

L'etiquetatge dels productes alimentaris és la principal via de comunicació entre els productors d'aliments i els consumidors. La informació que s'hi ofereix té l'objectiu de facilitar una elecció informada sobre els aliments que es compren i es consumeixen, però la realitat és que aquesta informació pot dur a confusió. Aquest nou número de la col·lecció *Alimentació i Comunicació* tracta sobre els pros i contres dels sistemes d'informació gràfica en l'etiquetatge alimentari com a instruments de comunicació, un tema que considerem d'alt interès per a la ciutadania i el sector agroalimentari.

Sovint les xarxes socials ens permeten prendre la temperatura de temes controvertits, i en els darrers mesos hem pogut veure que aquest tema genera discussió. Sens dubte, es tracta d'una qüestió que cal revisar i analitzar des d'un punt de vista polièdric. Aquesta és la principal motivació que ens ha dut a organitzar una taula d'expertes i a recollir les seves aportacions en aquesta publicació; en parlen des del vessant institucional (a nivell local i europeu), acadèmic, de la indústria i del consumidor.

Partim d'un context europeu en el qual coexisteixen diversos formats per representar la informació en l'etiquetatge frontal dels aliments. Per altra banda, hi ha un reglament que regula la informació nutricional obligatòria que ha d'incloure l'etiqueta, però, a dia d'avui, la comunitat científica no ha arribat a un consens sobre quina és la millor manera d'informar el consumidor pel que fa a si un aliment té un perfil nutricional saludable o no, davant la diversitat de criteris que cal tenir en compte.

A més, l'entrada en joc de conceptes com la sostenibilitat en la informació de les etiquetes, que eixamplen l'abast de salut humana a salut planetària, n'incrementa el grau de complexitat. Tot plegat, doncs, pot generar un estat de confusió en el consumidor, que es veu sotmès a la pressió de fer una elecció adequada sense disposar de les eines ni del coneixement expert per fer-ho. Les expertes posen llum a aquests temes i a altres qüestions, com quina és la percepció del consumidor, si té veu en aquest procés, quines són les implicacions pel que fa a la regulació, si la Comissió Europea ja està treballant en un sistema harmonitzat i obligatori, quina repercussió poden tenir aquests canvis en la cadena agroalimentària i si aquests sistemes contribueixen a l'assoliment dels objectius de les polítiques alimentàries, com ara el Pla Estratègic de l'Alimentació a Catalunya (PEAC).

El projecte *Alimentació i Comunicació*, que sorgeix de la col·laboració del Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural de la Generalitat de Catalunya amb l'Observatori de la Comunicació Científica de la Universitat Pompeu Fabra, ofereix una sèrie de publicacions en format digital a partir del debat entre professionals especialitzats en una temàtica. Aquesta sèrie de dossiers monogràfics aporten al públic general informació rellevant i opinions expertes sobre temes de debat social relacionats amb l'alimentació i la comunicació. L'any 2019, vam debatre sobre la informació alimentària i el que demana la societat, i també sobre els mites i les realitats dels aliments ultraprocessats. Al 2020, vam tractar les xarxes socials en la comunicació alimentària i la comunicació de la innovació alimentària. Enguany, consolidem aquest projecte continuista i d'interès públic amb dos nous números: aquest, que està dedicat als sistemes d'informació gràfica en l'etiquetatge alimentari com a instruments de comunicació, i un segon número sobre els reptes de comunicar la sostenibilitat alimentària, que us convidem a llegir.

Glòria Cugat Pujol

Subdirectora general d'Inspecció i Control Agroalimentari

Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural de la Generalitat de Catalunya

Panorama europeu de l'etiquetatge nutricional: què tenim i què volem

A Europa coexisteixen set esquemes principals d'etiquetatge gràfic en la part frontal dels envasos. L'harmonització d'aquests sistemes ha d'estar basada en l'evidència i és clau per a no confondre els consumidors. Encara que l'eficàcia de l'etiquetatge per facilitar l'elecció de productes més saludables és modesta, ja que competeix amb altres factors que influeixen en les decisions de compra, no s'ha de subestimar.

La legislació alimentària estableix els drets dels consumidors a una alimentació segura i a una informació veraç. L'etiquetatge té doncs com a objectiu oferir una informació completa sobre el contingut i la composició dels productes alimentosos per a facilitar decisions informades per part dels consumidors.¹ Altres objectius són protegir-los de riscos i abusos, promoure el comerç just i evitar el frau.

L'etiquetatge nutricional sorgeix d'un creixent interès públic per la dieta i la salut, en un moment en què augmenten les malalties cròniques no transmissibles (malalties cardiovasculars, diabetis, sobrepès i obesitat), i sota la pressió de grups de consumidors, polítiques governamentals i indústria.

Des de quan hi ha etiquetatge nutricional?

L'any 1985, el Codex Alimentarius va establir les directrius sobre etiquetatge nutricional. A Europa, va aparèixer el 1990, i actualment tenim un reglament sobre la informació alimentària (Reglament UE 1169/2011 del Parlament Europeu i del Consell de 25 d'octubre del 2011) que combina dues directives europees: la [2000/13/CEE](#), sobre etiquetatge dels productes alimentosos, i la [90/496/CEE](#) relativa a l'etiquetatge nutricional.

El reglament europeu obliga els fabricants a informar en l'etiqueta sobre el valor energètic i sis nutrients (greixos, greixos saturats, hidrats de carboni, sucres, proteïnes i sal), en 100 g o ml de producte, que també es pot expressar per porció. S'hi poden incloure voluntàriament altres nutrients, com àcids grassos monoinsaturats i poliinsaturats, fibra, vitamines i minerals. El reglament estipula una grandària de lletra mínima de 1,2 mm per a assegurar la llegibilitat, i insta a presentar la informació en una taula (a la part posterior de l'embalatge, i voluntàriament, a la davantera), o en una línia si no hi ha espai. També permet altres maneres d'informar, com pictogrames o símbols.

Quins sistemes tenim a Europa?

L'interès sobre l'etiquetatge nutricional ha generat una diversitat de formats que difereixen en el tipus i el

nombre de nutrients etiquetats, els valors de referència utilitzats, el lloc on apareix la informació (part frontal o no), la presència d'elements interpretatius o no, l'origen del sistema d'etiquetatge (govern, indústria, societats científiques), etc.

A Europa coexisteixen set esquemes principals en la part frontal dels envasos:^{1,2}

- Etiqueta d'ingestes de referència (en tota la UE).
- Nutriscore (a França, Bèlgica, Suïssa, Alemanya i Luxemburg, i d'aplicació prevista a Espanya i els Països Baixos).
- Logotip del pany o *Keyhole* (Suècia, Noruega, Dinamarca, Islàndia, Lituània i Macedònia del Nord).
- Logotip d'elecció saludable *Choices logo* (Polònia i República Txeca).
- Símbol del cor finlandès (Finlàndia).
- Semàfor múltiple del Regne Unit (el Regne Unit);
- Bateria NutrInform (Itàlia).

Què volem?

Els consumidors estan a favor d'un etiquetatge obligatori dels aliments relacionat amb la nutrició i amb la sostenibilitat ambiental.

L'harmonització és clau, ja que les recerques demostren que la multiplicitat d'etiquetes augmenta la confusió dels consumidors

En conseqüència, un dels objectius de l'estratègia "De la granja a la taula" de la Comissió Europea és crear un marc harmonitzat d'etiquetatge d'aliments que inclogui informació tant sobre el perfil nutricional com sobre la sostenibilitat ambiental dels productes alimentosos. L'objectiu és que aquesta informació faciliti l'elecció d'aliments saludables i sostenibles, la qual cosa al seu torn s'espera que redueixi la incidència de les malalties no transmissibles i l'impacte ambiental del sistema alimentari.

L'harmonització és clau, ja que les recerques demostren que la multiplicitat d'etiquetes augmenta la confusió dels consumidors. Aquesta harmonització ha d'estar basada en l'evidència i considerar:³

- El tipus d'estudi i la força que té (no és el mateix un experiment de camp, que un experiment en línia o de laboratori).
- El nivell de realisme de l'estudi, per a veure si ens dona una visió holística de la situació. Per exemple, un estudi al supermercat que observi els diferents factors que poden influir en l'efecte de l'etiquetatge nutricional, com les ofertes de productes, el posicionament en la prestatgeria, l'embalatge, etc.
- La comparabilitat i reproduïbilitat dels resultats. Cal veure si els subjectes de l'estudi estan o no familiaritzats amb un sistema específic, en quin lloc geogràfic i en quin moment històric s'ha realitzat l'estudi, etc., ja que els resultats d'un país o una població no són directament extrapolables.
- La independència i la imparcialitat dels autors i la presència de conflictes d'interessos i la presència de biaixos (errors sistemàtics que allunyen un fet de la realitat i condueixen a una estimació incorrecta de l'efecte que s'estudia).
- Finalment, cal parar esment al que es mesura: un comportament declarat (preguntem a la gent què fa) no és el mateix que un comportament real (mirem què fa la gent); quin efecte busquem sobre l'atenció del consumidor, la seva comprensió o la salut; quin paper hi tenen les característiques personals, etc.

Quina eficàcia té l'etiquetatge nutricional?

L'etiquetatge nutricional pot ajudar, però els seus efectes són modestos. Els principals colls d'ampolla que impedeixen que les etiquetes nutricionals tinguin un efecte són: la falta de motivació per a utilitzar la informació, la falta d'atenció a les etiquetes i, en certa manera, el format de l'etiqueta, entès en termes de posicionament i consistència o coherència d'aquesta. A més, la disponibilitat d'opcions saludables en els prestatges dels supermercats sembla tenir un efecte significatiu en l'elecció del consumidor que va més enllà del que podria esperar-se només probabilísticament. Afegir productes més saludables al conjunt d'opcions proposades sembla que alerta la gent sobre la importància de la salut i influeix positivament en l'elecció dels consumidors.

Per millorar l'atenció seria útil que l'etiquetatge estigués en la part frontal de tots els productes, en la mateixa posició de l'embalatge, amb un format consistent. Afegir elements que cridin l'atenció també ajudaria: etiqueta nutricional d'una certa grandària, menys informació en l'envàs, major contrast de colors entre l'etiqueta i l'envàs, i utilització de sistemes amb colors.

Per millorar la motivació cal fer un treball de fons per a ajudar la gent a entendre la importància de la dieta per a la salut. Això va més enllà de l'etiqueta ma-

teix, i requeriria altres mitjans com la sensibilització, la comunicació, la formació i l'educació. L'efecte dels sistemes frontals d'etiquetatge pot ser substancial si la seva introducció es combina amb campanyes de sensibilització i comunicació multimèdia. Hi ha proves que demostren que els sistemes frontals són eficaços per a fer costat a les persones "motivades", com els consumidors conscients de la salut, la qual cosa reforça el missatge que és fonamental augmentar la motivació de la població per la salut. I els estudis també demostren que és possible adreçar-se a grups específics amb baix nivell educatiu, que no solen respondre a les campanyes sobre una alimentació més saludable, si la campanya està especialment dissenyada per a adreçar-se a aquest grup.

L'etiquetatge competeix amb altres factors que condicionen les decisions del consumidor, com el preu, el sabor, els hàbits o la conveniència

Quant a la disponibilitat, podem millorar l'oferta de productes saludables, reconeixent que l'etiquetatge pot actuar com a incentiu per a la reformulació i la innovació dels productes. No obstant això, cal no oblidar que l'etiquetatge competeix amb altres factors que condicionen les decisions del consumidor, com el preu, el sabor, els hàbits, la conveniència, la falta de temps, factors lligats a la confiança en les fonts d'informació, un baix coneixement nutricional i una baixa alfabetització numèrica.

En conclusió, l'etiquetatge nutricional permet, però no provoca, eleccions més saludables. Encara que els efectes de l'etiquetatge nutricional són modestos, no s'han de subestimar, ja que canvis de petita magnitud poden tenir efectes significatius si es mantenen en el temps i si es produeixen a escala poblacional.

Per a augmentar l'eficàcia de l'etiquetatge necessitem augmentar la motivació de salut i l'interès dels consumidors en l'ús de l'etiquetatge perquè puguin actuar sobre aquest. Per aconseguir-ho, la conscienciació, la comunicació, la formació i l'educació sobre l'etiquetatge són fonamentals. L'etiquetatge no s'ha de considerar una solució màgica, sinó que s'ha de veure en el context d'altres programes i polítiques de salut pública.^{1,3}

REFERÈNCIES

1. EUFIC. Front-of-pack nutrition labelling. <https://www.eufic.org/en/healthy-living/article/front-of-pack-nutrition-labelling>
2. Activity report on transnational governance of Nutri-Score. https://www.aesan.gob.es/AECOSAN/docs/documentos/Nutri_Score/Report_2021_Steering_committee_VF2.pdf
3. European Commission. Report from the Commission to the European Parliament and the Council regarding the use of additional forms of expression and presentation of the nutrition declaration. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020DC0207&from=GA>

La informació gràfica en l'etiquetatge dels aliments des d'una perspectiva de salut pública

La informació i l'educació són importants per a l'empoderament de les persones, però rarament són suficients per a aconseguir canvis en l'alimentació, perquè l'entorn, l'oferta i la publicitat són massa influents. Amb tot, des de la perspectiva de la salut pública, cal un etiquetatge gràfic que desincentivi el consum d'aliments poc saludables i que sigui consensuat, basat en l'evidència i de compliment obligatori.

Una alimentació saludable i sostenible és fonamental, juntament amb un estil de vida actiu i un descans adequat, per gaudir d'una bona salut. Aproximadament, una tercera part de les causes de mortalitat al món té relació amb els estils de vida i, en concret, amb els hàbits alimentaris.

El consum excessiu de sucres, greixos malsans i sodi s'identifica com un problema important de salut pública que s'associa a les malalties no transmissibles que més afecten la nostra població: l'excés de pes, la diabetis, la hipertensió arterial, les malalties cardiovasculars i alguns tipus de càncer. En l'actualitat, hi ha un corpus d'evidència ampli que confirma el vincle entre l'elevat consum d'aliments i begudes rics en sucres, sal i greixos malsans i les malalties no transmissibles. La ingesta excessiva d'aquests aliments, que sovint són aliments ultraprocessats, és el resultat, en gran mesura, de l'àmplia disponibilitat, assequibilitat i publicitat que acompanya aquests tipus d'aliments.

L'elevat consum d'aliments ultraprocessats és encara més preocupant entre la població infantil i la més vulnerable i més desafavorida, amb menys nivell educatiu i amb menys eines per contrarestar el bombardeig d'ofertes i de publicitat d'aquest tipus d'aliments. Alhora, és entre la població més vulnerable econòmicament i socialment on es detecta una prevalença més gran de diabetis, obesitat i malalties relacionades amb l'alimentació.

Informació i sensibilització a la població

Les organitzacions i les societats científiques que treballen en l'àmbit de la salut pública consideren que cal informar i sensibilitzar a tota la població sobre els beneficis d'una alimentació saludable i sostenible basada en aliments frescos preferentment d'origen vegetal, i advertir sobre els riscos d'un consum excessiu d'aliments de baixa qualitat nutricional. A més, també coincideixen en el fet que les estratègies informatives i educatives dirigides a les persones rarament són suficients per aconseguir canvis de comportament. És a dir, l'educació és important per a l'empoderament de les persones davant la decisió de compra, però no és suficient. Els esforços per millorar les decisions de compra no es poden

centrar solament en processos informatius dirigits a les persones. La pressió de l'entorn, l'oferta i la publicitat sovint són massa influents en les decisions de compra.

Els esforços per millorar les decisions de compra no es poden centrar solament en processos informatius dirigits a les persones

En aquest sentit, l'Organització Mundial de la Salut (OMS) recomana desenvolupar i implantar polítiques integrals que afavoreixin l'adopció d'hàbits saludables i que contrarestin la força dels entorns obesogènics, de manera eficaç, sostenible, assequible i equitativa. Es plantegen polítiques múltiples o estratègies de salut en totes les polítiques, com per exemple:

- Aplicar impostos a aliments malsans/ultraprocessats/begudes ensucrades.
- Restringir la publicitat, especialment l'adreçada a infants i joves.
- Establir consens sobre perfils nutricionals per identificar aliments i begudes no saludables.
- Subvencionar aliments saludables, especialment per a poblacions més desfavorides.
- Implantar sistemes d'etiquetatge frontal interpretatiu o d'advertiment.
- Prohibir la venda d'aliments i begudes malsanes en entorns d'infants i joves (escoles, poliesportius, esdeveniments, etc.).
- Augmentar l'accés a aliments més saludables als restaurants i menjadors col·lectius.
- Dissenyar guies alimentàries, directrius dietètiques i campanyes d'educació en mitjans i xarxes socials.

Implantar sistemes d'etiquetatge frontal interpretatiu o d'advertiment és, per tant, una de les estratègies plantejades per tal de millorar la informació cap al consumidor. Es considera una eina de salut pública útil per identificar el caràcter poc saludable de productes alimentaris, en el marc d'una estratègia global més àmplia.

Els tipus d'etiquetatges alimentaris frontals més utilitzats i avaluats es poden classificar en:



Foto: iStock.

- Els que proporcionen una valoració global de la qualitat nutricional del producte, en un codi de colors tipus semàfor, com el Nutriscore de França, o en una puntuació numèrica, com el *Health Star Rating System* d'Austràlia i Nova Zelanda.
- Els que indiquen que un producte té un perfil nutricional millor que la resta dels productes de la seva categoria, com a al·legació nutricional, com el *Keyhole* dels països nòrdics.
- Els que proporcionen una valoració del contingut de diversos nutrients crítics, tipus semàfor múltiple, com el *Multiple Traffic Lights System* del Regne Unit.
- Els que indiquen la presència d'un o diversos nutrients en excés, tipus advertiments, com els segells de Xile.

Qualsevol dels sistemes és millor que cap, però hi ha resultats diferents sobre la seva efectivitat i, al mateix temps, tots ells presenten limitacions.

Debat i consens basat en l'evidència

Actualment, hi ha molt debat i poc consens sobre quin pot ser el millor sistema d'etiquetatge frontal a utilitzar i implantar. Ni les administracions ni les societats científiques no es mostren d'acord sobre quin sistema utilitzar, i el debat es planteja a partir del següent:

- Hi ha consens sobre la necessitat d'un etiquetatge alimentari frontal dels aliments.
- Tots els sistemes milloren la qualitat de la informació per al consumidor.
- Els semàfors simples són més efectius per ajudar a distingir entre productes més o menys saludables dins una mateixa categoria, i els sistemes d'advertiments (segells) són més efectius per desincentivar la compra de productes menys saludables.
- Els principals punts de desacord se centren en les limitacions que pateix cada sistema.

A l'Agència de Salut Pública de Catalunya (ASPCAT), coincidim en la necessitat d'un etiquetatge frontal que desincentivi el consum d'aliments ultraprocesats, rics en sucres, sal i greixos malsans. Cal que sigui un etiquetatge de consens, basat en l'evidència científic

ca dels resultats de compra en el nostre entorn i de compliment obligatori.

Per salut individual, col·lectiva i del planeta, les estratègies de l'ASPCAT es basen en la promoció d'aliments frescos i mínimament processats, que sovint no requereixen etiquetatge ni embalatge. Es basen en la promoció de patrons alimentaris saludables, com el mediterrani, a través de la guia *Petits canvis per menjar millor* on, entre altres consells, es recomana evitar els productes ultraprocesats, alts en calories, sal, greixos malsans i sucres. En cas que es consumeixin, és preferible triar els que tenen un semàfor verd o no tenen advertiments.

Qualsevol dels sistemes és millor que cap, però hi ha resultats diferents sobre la seva efectivitat i tots tenen limitacions

Altres estratègies de l'ASPCAT, en línia de les propostes de l'OMS, es centren en facilitar entorns més saludables (programa PReME de revisió de menús escolars, programa Amed d'acreditació d'establiments de restauració promotors d'alimentació mediterrània o l'impost a les begudes ensucrades envasades, entre d'altres).

Informar de les opcions saludables i i fer-ho de manera fàcilment comprensible és una responsabilitat compartida de les administracions, les societats científiques, la indústria alimentària, els professionals de la salut, els ciutadans... És normal que les entitats que vetllen per la salut de la població plantegin algunes estratègies diferents de les de la indústria alimentària. Els seus objectius i les seves responsabilitats també són diferents.

REFERÈNCIES

1. Taneri P E, Wehrli F, Roa-Díaz Z M et al. Association Between Ultra-Processed Food Intake and All-Cause Mortality: A Systematic Review and Meta-Analysis. *Am J Epidemiol.* 2022; 191(7):1323-1335. <https://doi.org/10.1093/aje/kwac039>
2. Nestle M. Preventing Obesity-It Is Time for Multiple Policy Strategies. *JAMA Intern Med.* 2022;182(9):973-974. <https://doi.org/10.1001/jamainternmed.2022.3039>
3. Royo-Bordonada MA. La batalla del etiquetado frontal interpretativo en España. *Gac Sanit.* 2021;36(2):97-99. <https://doi.org/10.1016/j.gaceta.2021.08.007>

Els sistemes d'informació gràfica en l'etiquetatge alimentari: la visió de la indústria

Qualsevol sistema d'informació gràfica nutricional o ambiental hauria d'informar i no pas desinformar, estar harmonitzat a nivell europeu i fonamentat en l'evidència científica, estimular la indústria a millorar i no ser limitador, en opinió de l'autora. A més, hauria de ser comprensible i ajudar els consumidors a fer millors eleccions. Per tant, en el cas de l'etiquetatge nutricional, hauria de complir una sèrie de requisits.

Unilever està d'acord que cal establir un marc per a presentar informació complementària a la informació nutricional de manera simplificada en el camp visual principal de l'envàs (frontal) amb la finalitat d'ajudar al consumidor en l'elecció dels aliments més saludables o sostenibles que li permetin tenir una dieta equilibrada i d'acord amb les recomanacions nutricionals generalment acceptades i amb el menor impacte ambiental en el planeta.

Requisits de l'etiquetatge nutricional

Si ens centrem en els sistemes d'informació nutricional, considerem que no tots els que s'estan utilitzant són bons, perquè, segons el nostre criteri, qualsevol etiquetatge nutricional simplificat en el frontal de l'envàs hauria de complir uns certs requisits (figura 1).

1. Discriminar els productes (més saludables) dins d'una mateixa categoria. Els consumidors han de poder triar la variant més saludable d'un producte. Per exemple, una lasanya amb menys greixos i calories enfront d'una altra lasanya amb més greixos i calories. Una maionesa *light* ha de tenir una millor puntuació que una maionesa estàndard. La reformulació de productes hauria d'incentivar-se o premiar-se amb un millor etiquetatge gràfic (puntuació, color, etc.).

2. Ser conforme a les guies alimentàries. Els sistemes d'informació gràfica haurien d'incentivar els mateixos productes que les guies alimentàries. Per exemple, porcions petites de fruita seca sense sal o que l'oli d'oliva tingués bones puntuacions. Així mateix, haurien de desincentivar les porcions grans.

3. Ser un model inclusiu. Hauria d'aplicar-se a tots els productes, i no deixar a part grups específics. Per exemple, excloure els formatges artesanals, però exigir l'etiquetatge gràfic en els formatges envasats.

4. Permetre discriminar els productes (més saludables) entre categories. L'algorisme ha de ser diferent en diferents grups de productes, tenint en compte el rol del producte en la dieta (per exemple, gelats enfront de sopes).

5. Focalitzar-se en els nutrients més conflictius, amb una compensació limitada per part de nutri-

ents "positius". D'una banda, la puntuació ha de tenir en compte els nivells de greix, greix saturat, sal, sucre i calories; i, d'altra banda, també és possible puntuar els nutrients "positius", com la fibra o les proteïnes, és possible, però els nutrients "negatius" s'han de ponderar més. Per exemple, un aliment amb un alt contingut en sucre o greixos, enriquit amb vitamina C, no hauria de tenir una puntuació positiva.

6. Estimular un canvi de comportament. Els sistemes d'informació gràfica haurien d'animar el consumidor a triar les millors opcions, sense estigmatitzar ni demonitzar determinats aliments que poden tenir el seu paper en una alimentació variada i equilibrada.

7. Resultar en un canvi definitiu de comportament. Els sistemes d'informació gràfica haurien de formar i, finalment, contribuir al fet que els consumidors tinguin comportaments més saludables. No com a mesura única, però dins d'un procés global d'educació del consumidor.

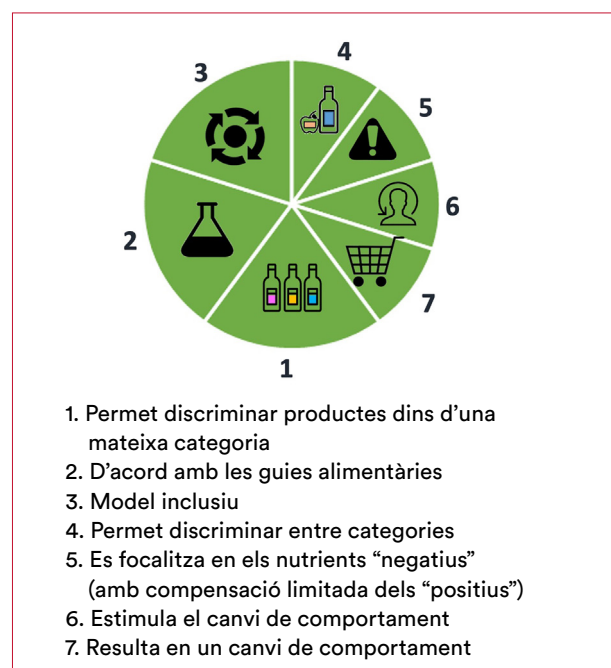


Figura 1. Requisits de l'etiquetatge gràfic nutricional.

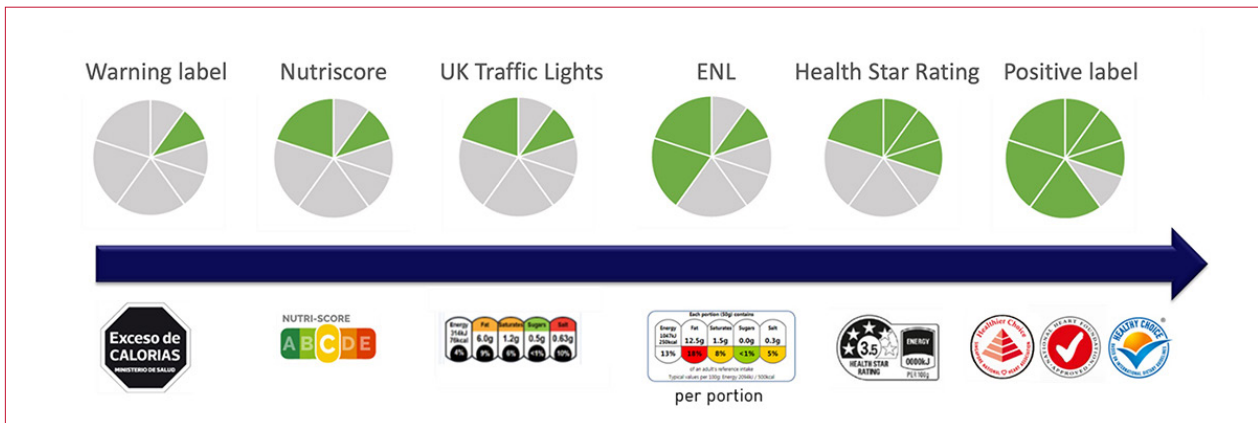


Figura 2. Compliment dels requisits de l'etiquetatge gràfic nutricional per part de diferents sistemes d'etiquetatge.

Actualment, no hi ha evidència que cap sistema hagi implicat un canvi de comportament sostingut en el temps, simplement perquè no hi ha esquemes que hagin estat prou temps en el mercat. Com es mostra en la **figura 2**, no tots els sistemes que es fan servir compleixen aquests requisits.

Segons això, els pitjors sistemes serien els *warning labels*, del tipus del logo xilè, que es focalitza en els nutrients “dolents” perquè avisa de l'excés de calories, sucre, etc. No obstant això, no permet discriminar entre productes de diferents categories, no va d'acord amb les guies alimentàries, ni s'ha demostrat que resulti en una educació del consumidor ni en un canvi de comportament.

Els millors serien els denominats *positive labels*, que es posen en aliments amb perfils nutricionals bons, del tipus del logo *Choices* que algunes empreses estan utilitzant a la Unió Europea (UE).

A propòsit de Nutriscore

Si aprofundim en el sistema que actualment està més “de moda” a la UE, que és Nutriscore, des d'Unilever donem suport a l'expressió visual del logotip. No obstant això, creiem que hauria de tenir en compte la porció o bé especificar per categories, i adaptar-se millor a les guies alimentàries. Tot això ajudaria fermament al fet que el consumidor triés opcions més sanes i que la indústria tendís a oferir productes més sans.

La importància de testar els sistemes

Finalment, és molt important testar qualsevol etiquetatge gràfic que s'hagi d'implementar. En aquest sentit, des d'Unilever fa uns anys vam voler testar diferents etiquetatges frontals amb consumidors espanyols, per a veure quin els permetia triar l'opció més saludable i quin consideraven més útil.

Així, es van testar quatre tipus d'etiquetatges frontals: *Evolved Nutrition Labelling* o *ENL*, *UK Traffic Lights*, Nutriscore (proposta actual) i Nutriscore calculat per porció per parells d'aliments (un dels quals era objectivament més saludable que l'altre). El

percentatge de consumidors que va fer l'elecció més saludable amb els diferents sistemes va ser el següent:

- *Evolved Nutrition Labelling*: 74%.
- *UK Traffic Lights*: 69%.
- Nutriscore (proposta actual, per 100 g): 28%.
- Nutriscore (calculat per porció): 69%.

El valor d'utilitat que van donar a cadascun d'aquests etiquetatges (de l'1 al 10) va ser el següent:

- *Evolved Nutrition Labelling*: 8,1.
- *UK Traffic Lights*: 8,1.
- Nutriscore (proposta actual, per 100 g): 7,7.
- Nutriscore (calculat per porció): 7,8.

Etiquetatge ambiental

En relació amb els sistemes d'etiquetatge ambiental, cada vegada podem trobar-ne més propostes. Segons la Comissió Europea, hi ha més de 200 etiquetes mediambientals actives a la UE i més de 450 a tot el món (dades del 2020), atès que els consumidors valoren cada vegada més la sostenibilitat dels productes en les seves decisions de compra. De fet, el 70% dels consumidors arriba a considerar que, si no es comunica res en aquest sentit, és que la companyia o marca no està fent res. Els sistemes gràfics ambientals més utilitzats en l'actualitat són *Eco Score* (l'aplicació Yuka és un dels seus impulsors), *Planet Score* i *EnviroScore*.

Finalment, cal implementar, sobretot si es vol afavorir la presa de decisions en grups més desfavorits, accions educatives més ambicioses, complementades si escau per un etiquetatge frontal que compleixi els requisits anteriorment esmentats. Al meu entendre, qualsevol sistema d'informació gràfica hauria d'informar i no pas desinformar, estar harmonitzat a nivell europeu i fonamentat en l'evidència científica, estimular la indústria a millorar i no ser limitador en aquest sentit. I, per descomptat, hauria de ser comprensible i ajudar els consumidors a fer millors eleccions. No oblidem que massa etiquetatges i que siguin diferents entre ells poden crear un caos en la ment del consumidor.

Sistemes gràfics d'etiquetatge: què volen els consumidors i què entenen millor?

Els sistemes gràfics d'etiquetatge frontal poden ajudar els consumidors a prendre decisions de compra d'aliments millor informades. Per diferents enquestes se sap quin tipus d'informació nutricional volen i entenen millor els consumidors. Així mateix, també es comença a conèixer com entenen els consumidors els sistemes d'informació gràfica sobre sostenibilitat, encara que aquests estan menys desenvolupats.

Des de l'Organització de Consumidors i Usuaris (OCU) defensem que els consumidors prenguin decisions sobre la seva alimentació al més informades i reflexives possible. Cal tenir en compte, però, que les decisions de compra en el punt de venda es prenen de manera molt ràpida, en un lapse d'entre 2,5 i 25 segons. Fins i tot en el cas que es prenguin amb una mica més de temps, no sembla suficient per a llegir detingudament la informació de l'etiquetatge.

En una enquesta feta per l'OCU es preguntava als consumidors quina informació llegien a casa i a la botiga. El que deien que llegien a la botiga era sobretot les dates, seguides de la informació nutricional, la quantitat de producte, la marca i la llista d'ingredients, així com la presència d'al·lèrgens. En canvi, les informacions com els consells de conservació o preparació, els beneficis nutricionals i les al·legacions o certificacions les deixaven per a llegir-les a casa.

Els consumidors estan sotmesos a molts estímuls que condicionen les seves decisions de compra. Moltes vegades és una decisió més emocional i intuïtiva que no pas racional i reflexiva, com saben bé els publicistes i els departaments de màrqueting. Els colors i les fotos en les etiquetes, les emocions que desperta una marca, una foto o un logotip són moltes vegades determinants a l'hora de triar.

Els sistemes gràfics d'etiquetatge són una ajuda que pot fer que aquesta decisió ràpida tingui una mica més de reflexió i d'informació. De moment, els sistemes gràfics més generalitzats i més discutits són els d'informació nutricional.

Informació nutricional

L'any 2012, l'OCU va fer un estudi per a veure quin tipus d'informació nutricional entenen millor els consumidors, mostrant-los les opcions disponibles llavors: les quantitats diàries orientatives o GDA, els semàfors anglesos i símbols com el *Keyhole* nòrdic.

D'aquell estudi traïem com a conclusions que els consumidors volien un sistema:

- Que resumís tots els nutrients en una única avaluació.

- Que fos harmonitzat per a tots els països, sense importar on es fabriqués l'aliment.
- Que tingués colors per a facilitar-ne una comprensió ràpida.

L'etiquetatge frontal hauria de requerir poc temps i esforç per a ser interpretat correctament a l'hora de triar els productes

Un estudi recent sobre l'etiquetatge realitzat pel *Joint Research Center (JCR)* ha arribat a les conclusions següents:

- Que a l'etiquetatge frontal se li presta més atenció que al de la part de darrere.
- Que es millora l'atenció quan està sempre en el mateix lloc i si és de colors.
- Que es prefereixen els sistemes que impliquin una avaluació i tinguin colors.
- Que es prefereix el sistema més habitual del país on es fa la consulta.
- Que les persones grans i les que tenen sobrepès són les que diuen que necessiten més un etiquetatge frontal.
- Que un etiquetatge sigui acceptat no significa que se li faci cas, però, si no és acceptat, amb tota seguretat serà ignorat.



Figura 1. Etiquetes gràfiques diferents per a un mateix producte.

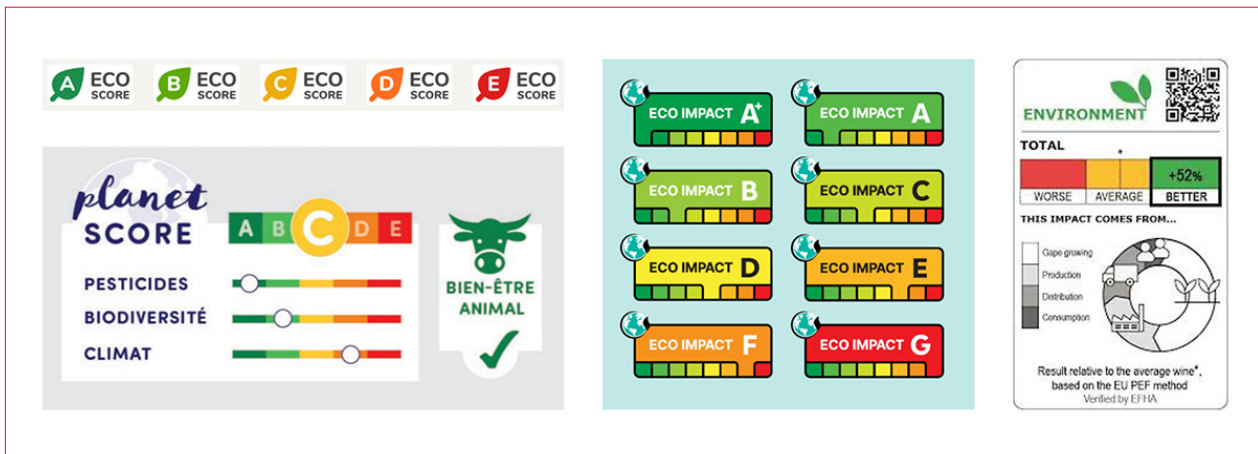


Figura 2. Els sistemes gràfics d'etiquetatge *Eco Score*, *Planet Score*, *Eco Impact* i *Product Environmental Footprint*.

Tot això es resumeix en el fet que un etiquetatge frontal hauria de requerir poc temps i esforç per a ser interpretat correctament a l'hora de triar els productes. És a dir, tant en el nostre estudi de 2012 com en l'estudi del *JCR*, s'arriba pràcticament a la mateixa conclusió.

En l'actualitat hi ha diferents opcions d'etiquetatge frontal en el món. Diferents models d'etiquetes poden enviar diferents missatges per a un mateix producte, com s'aprecia en la figura 1. Per això, és molt important determinar quin tipus d'etiquetatge nutricional usem i quins límits de nutrients establím per als missatges, perquè els diferents sistemes i fins i tot els límits que cada sistema utilitzi donen lloc a diferències importants.

Informació sobre sostenibilitat

També estan començant a aparèixer sistemes gràfics per a la informació sobre sostenibilitat. A més de la infinitat d'icones i certificacions sobre l'envàs, la petjada de carboni o el comerç just, han aparegut diferents models o sistemes d'etiquetatge de colors i amb escales sobre aspectes de sostenibilitat mediambiental.

Alguns d'aquests sistemes estan més orientats a comparar diferents tipus de productes, mentre que d'altres tracten de trobar diferències dins de la mateixa categoria de productes amb diferents formes de producció.

Els més coneguts a la Unió Europea són el *Eco Score*,¹ que usa l'aplicació Yuka; l'*Eco Impact* de la *Foundation Earth*² i el *Planet Score*³ francès, així com la valoració *Product Environmental Footprint* o *PEF*⁴ que està desenvolupant la Unió Europea per a aliments i altres productes, i sobre la qual també s'estan assajant formes gràfiques de presentar-la.

Encara que hi ha pocs estudis sobre com s'entenen aquests sistemes d'informació sobre sostenibilitat, el *JRC* ha estudiat com poden influir les

presentacions gràfiques de la valoració *PEF* en l'elecció dels consumidors. I les seves conclusions són:

- Que un etiquetatge d'aquest tipus pot orientar els consumidors cap a opcions més sostenibles.
- Que influeix tant en els consumidors molt conscienciats com en els poc conscienciats.
- Que es considerava fàcil d'entendre, útil, rellevant i fiable.
- Que augmentava la consciència ambiental dels consumidors.

Informació electrònica

Finalment, també cal esmentar els nous sistemes d'informació en línia sobre aliments, que també utilitzen escales i colors, com poden ser les aplicacions per a mòbil que escanegen els productes. Les més conegudes són Yuka i *Real Fooding*, que avaluen els productes sobre la base dels seus propis sistemes o de sistemes unificats com Nutriscore o Nova, que són sistemes gràfics que s'integren en les aplicacions.

En aquest sentit, a l'OCU hem desenvolupat l'aplicació OCU Market, que dona informació sobre ingredients i nutrients (amb Nutriscore i amb el sistema de semàfors anglès), Nova i additius, així com els preus dels productes de diferents supermercats.

Tots aquests sistemes estan pensats per a usarlos, tant al supermercat mateix escanejant els productes com a casa, abans o després, per a saber-ne més sobre els productes que comprem. I cal esperar que en el futur apareixeran nous sistemes d'informació sobre traçabilitat del producte, origen i altres informacions usant codis QR.

REFERÈNCIES

1. Eco Score. <https://fr.openfoodfacts.org/eco-score-l-impact-environmental-des-produits-alimentaires>
2. Foundation Earth. <https://www.foundation-earth.org>
3. Planet Score. <https://www.planet-score.org>
4. Product Environmental Footprint Guide. <https://ec.europa.eu/environment/eussd/pdf/footprint/PEF%20methodology%20final%20draft.pdf>

La recerca sobre l'etiquetatge alimentari a Espanya: una mirada a la contribució acadèmica

L'interès acadèmic sobre l'etiquetatge alimentari com a eina de comunicació a Espanya és considerable, i s'ha centrat en l'ús i la comprensibilitat de la informació per part dels consumidors. En el cas de Nutriscore, mentre alguns estudis mostren la utilitat d'aquesta eina gràfica per al consumidor i per a la mateixa indústria, d'altres destaquen les seves limitacions i els errors de classificació de l'algorisme.

L'etiquetatge alimentari és obligatori a Espanya des del 2016 per a tots els productes envasats. La normativa respon al Reglament 1169/2011 aprovat pel Parlament Europeu, que distingeix la regulació per als aliments envasats i no envasats. Segons l'Agència Espanyola de Seguretat Alimentària i Nutrició,¹ "l'etiquetatge d'aliments és el principal mitjà de comunicació entre els productors d'aliments i els consumidors finals, i constitueix una eina clau per a permetre'ls de fer eleccions informades sobre els aliments que compren i consumeixen".

D'aquesta manera, Espanya va adoptar el format d'una taula en la part posterior del producte, amb informació sobre els nutrients de cada ració o de cada 100 grams. Valor energètic, greixos, greixos saturats, hidrats de carboni, sucres, proteïnes i sal són els valors que han d'aparèixer en l'etiquetatge, encara que es permet afegir-hi informació complementària.

Quant a les característiques gràfiques, la tipografia ha de tenir una grandària igual o superior a 1,2 mm. L'interlineat, el gruix, el color, el contrast entre text i fons i, sobretot, la tipografia utilitzada van ser aspectes que es van determinar en el moment en què l'etiquetatge nutricional va esdevenir obligatori a Espanya, seguint el patró dels Estats Units.

Abans d'implantar-se l'obligatorietat de l'etiquetatge s'havien dut a terme estudis per a avaluar l'efectivitat de la informació que alguns productes afegien de manera voluntària. En aquest sentit, algunes recerques posaven de manifest la interrelació entre l'educació nutricional del consumidor i l'eficàcia d'aquesta informació.²⁻⁷ Aquests estudis assenyalaven que, si bé el consumidor solia consultar els reclams publicitaris, la data de caducitat i, com a màxim, les calories del producte, obviava la resta de la informació alimentària per falta de comprensió del contingut.

Eficàcia de l'etiquetatge obligatori

L'entrada en vigor de l'etiquetatge obligatori d'aliments envasats a Espanya el 2016, i especialment la voluntat d'oferir al consumidor una informació alimentària rigorosa i clara, va activar l'interès acadèmic

sobre l'eficàcia de les taules nutricionals com a eina de comunicació. Aquest fet es va traduir en diferents estudis que posaven l'èmfasi, sobretot, en la utilització del seu contingut per part dels consumidors, en la seva comprensió, en la seva llegibilitat i en la seva utilitat.⁸⁻¹⁰

La recerca posa de manifest la falta de coneixements nutricionals per part del consumidor per a poder entendre la informació de l'etiqueta

Algunes de les conclusions que es desprenen d'aquests estudis indiquen que, si bé l'obligatorietat de l'etiquetatge alimentari va fer que es consultés més durant la compra del producte, els consumidors afirmaven tenir dificultats per llegir-ne el contingut a causa de la mida de la lletra. Aquesta dificultat s'incrementava amb l'edat del consumidor.

Així mateix, la recerca duta a terme després de la implantació obligatòria de l'etiquetatge alimentari objectivava, una vegada més, la falta de coneixements nutricionals per part del consumidor per poder entendre la informació de l'etiqueta i, en conseqüència, prendre una decisió de compra coherent amb les característiques del producte i amb el seu impacte en la salut.

La recerca sobre Nutriscore

Amb l'objectiu de facilitar la comprensió de les etiquetes i de contribuir a una dieta saludable,¹¹ Espanya ha adoptat recentment l'etiquetatge nutricional frontal (*FOPL*, per la seva sigla en anglès: *Front-of-Pack Nutrition Labeling*), i ha optat pel sistema Nutriscore. Aquesta és una informació complementària de l'etiquetatge nutricional, però no el substitueix. Se situa a la part frontal dels envasos, per la qual cosa augmenta la seva visibilitat (al contrari del que ocorre amb la informació nutricional obligatòria, que sol estar darrere o en un lateral).¹²

La implantació del semàfor nutricional Nutriscore ha generat opinions enfrontades en l'entorn acadèmic.

Mentre que algunes recerques posen de manifest la utilitat d'aquesta eina gràfica per al consumidor i per a la mateixa indústria alimentària, d'altres l'acusen de falta de rigor en el moment d'assignar els colors del semàfor nutricional en relació amb les propietats dels aliments.

Els estudis favorables a Nutriscore el destaquen com un sistema que beneficia el consumidor en el moment de decidir amb quins aliments omplir la cistella de la compra, i que l'informa alhora de la incidència que aquests aliments tenen en la seva salut.¹³⁻¹⁷ De la mateixa manera, assenyalen que l'ús de Nutriscore fomenta que la indústria alimentària estigui reformulant la composició de determinats productes, amb l'objectiu de fer-los més saludables.¹²

En contraposició a aquesta valoració positiva del sistema Nutriscore, cal assenyalar l'opinió divergent de diferents estudis acadèmics. Alguns d'ells n'assenyalen les limitacions,¹⁸ i insisteixen en el fet que l'algorisme en què es basa Nutriscore classifica incorrectament determinats aliments.¹⁹ D'altra banda, altres estudis destaquen la necessitat de construir una evidència consistent entorn de l'efectivitat dels sistemes d'etiquetatge, i de fer d'aquesta manera d'etiquetatge una informació obligatòria en els aliments.²⁰

Davant aquestes valoracions enfrontades del sistema Nutriscore, altres estudis apel·len a la cautela davant la seva aplicació i, especialment, davant la seva utilització en polítiques per a les quals no ha estat dissenyat.²¹ Així mateix, aquestes recerques assenyalen que, si bé als supermercats es veuen molts productes amb semàfor verd, amb prou feines n'hi ha cap amb semàfor vermell. Segons destaquen, unes certes indústries fan un ús fraudulent de Nutriscore, ja que incorporen el semàfor únicament en aquells productes que tenen bona puntuació.

Sense el compromís d'obligatorietat i d'avaluació, l'etiquetatge alimentari actual dista molt de ser una eina útil per al consumidor

Deixant les controvèrsies a banda, tota la contribució acadèmica sobre l'etiquetatge alimentari actual coincideix en la necessitat de desenvolupar estratègies complementàries efectives i que permetin millorar la informació alimentària que es facilita als consumidors a través del envàs. Per a això, apunten que cal que aquest etiquetatge frontal sigui obligatori i que el govern, la indústria i els mateixos consumidors manifestin el seu compromís per a implantar-ho i, al seu torn, per a avaluar aquest etiquetatge de manera rigorosa. Sense aquest compromís d'obligatorietat i d'avaluació, tal com posa de manifest la literatura científica sobre aquest tema,²² l'etiquetatge alimentari actual dista molt de ser una eina útil per al consumidor.

REFERÈNCIES

1. Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición. https://www.asesan.gob.es/AECOSAN/web/seguridad_alimentaria/detalle/etiquetado_informacion_alimentaria.htm
2. Rojo J A D, Marco R M I, Pixton D W. El sanismo lingüístico: recursos retóricos en la publicidad y etiquetado de los alimentos. *Revista de investigación lingüística*. 2005;8:35-52
3. Loria Kohen V, Pérez Torres A, Fernández Fernández C et al. Análisis de las encuestas sobre etiquetado nutricional realizadas en el Hospital La Paz de Madrid durante la 9ª edición del "Día Nacional de la Nutrición (DNN) 2010". *Nutrición hospitalaria*. 2011;26(1):97-1
4. Santana S R G, González J R, Salcido M M H T 4t al. Un estudio del etiquetado nutricional. *CULCYT: Cultura Científica y Tecnológica*. 2012;9(47):39-52
5. López-Cano L A, Restrepo-Mesa S L. Etiquetado nutricional, una mirada desde los consumidores de alimentos. *Perspectivas en nutrición humana*. 2014;16(2):145-158. <https://doi.org/10.17533/udea.penh.v16n2a03>
6. León-Flández K A, Prieto-Castillo L, Royo-Bordonada M A. Semáforo nutricional: conocimiento, percepción y utilización entre los consumidores de Madrid, España. *Revista Española de Nutrición Humana y Dietética*. 2015;19(2):97-104. <https://doi.org/10.14306/renhyd.19.2.150>
7. Aranceta J, Pérez Rodrigo C, Santos T. Comunicación, alfabetización y etiquetado nutricional: Grado de comprensión y patrones de utilización de la información del etiquetado nutricional de alimentos en la población española. 2015. https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/22195/Comunicacion_Aranceta_%20IIICICS_2015%20.pdf
8. Galán P, González R, Julia C, Hercberg S et al. El logotipo nutricional NutriScore en los envases de los alimentos puede ser una herramienta útil para los consumidores españoles. *Revista Española de Nutrición Comunitaria*. 2017;23 (2):86-93.
9. Morán J. Modelos de etiquetado frontal a nivel global. Murcia: Universidad Católica San Antonio de Murcia. 2018. <https://www.foodconsulting.es/wp-content/uploads/etiquetado-frontal-global.pdf>
10. Quirós-Villegas D, Estévez-Martínez I, Perales-García A et al. Evolución de la información y comunicación nutricional en los alimentos y bebidas en los últimos 50 años. *Nutrición Hospitalaria*. 2017;34(4):19-25. <https://doi.org/10.20960/nh.1566>
11. Pineda Soto V I, Del Socorro Estrada Oré E L. Comparación de tres modelos de etiquetado nutricional frontal de productos industrializados en Perú, 2019. *Perspectivas en Nutrición Humana*. 2020; 22 (1):35-45. <https://doi.org/10.17533/udea.penh.v22n1a03>
12. Arribas Plaza ADC. Sistemas de etiquetado nutricional frontal a nivel global. Utilidad del Sistema Nutri-Score. 2022. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/54373>
13. Galán P, Babio N, Salas-Salvado J. Nutri-Score: el logotipo frontal de información nutricional útil para la salud pública de España que se apoya sobre bases científicas. *Nutrición Hospitalaria*. 2019;36(5):1213-1222. <https://www.nutricionhospitalaria.org/articulos/02848/show>
14. Santos-Antonio G, Bravo-Rebatta F, Velarde-Delgado P et al. Efectos del etiquetado nutricional frontal de alimentos y bebidas: sinopsis de revisiones sistemáticas. *Revista panamericana de salud pública*. 2019;43:e62. <https://doi.org/10.26633/RPSP.2019.62>
15. Andrés A M et al. Triptolemos, F. Informe sobre el etiquetado frontal de alimentos: semáforos nutricionales, "NUTRI-SCORE" y otros. *ACTA/CL: revista de la Asociación de Científicos y Tecnólogos de Alimentos de Castilla y León*. 2022;76:5-13
16. Babio N, López L, Salas-Salvado J. Análisis de la capacidad de elección de alimentos saludables por parte de los consumidores en referencia a dos modelos de etiquetado nutricional: estudio cruzado. *Nutrición hospitalaria*. 2013;28(1):173-181. <https://doi.org/10.3305/nh.2013.28.1.6254>
17. Capitán Gutiérrez J M, Casado Osuna L, Jaldón Rueda J et al. Análisis de etiquetas frontales de alimentos. Colegio profesional de dietistas-nutricionistas (CODINAN). 2020.
18. Gómez-Donoso C, Martínez-González M A, Bes-Rastrollo M. Nutri-Score, alimentos ultraprocesados y salud. *Anales del Sistema Sanitario de Navarra*. 2021;44(1):5-8. <https://doi.org/10.23938/assn.0943>
19. Rodríguez-Artalejo F. Etiquetado frontal Nutri-Score: el aceite de oliva y otros alimentos cuya clasificación se debería mejorar. 2022.
20. Ojuelos Gómez F J. Un etiquetado alimentario efectivo: mucho más que salud pública. *Nutrición Hospitalaria*. 2021;38(2):219-220. <https://doi.org/10.20960/nh.03588>
21. Royo Bordonada M A. La batalla del etiquetado frontal interpretativo en España. *Gaceta Sanitaria*. 2022;36:97-99. <https://doi.org/10.1016/j.gaceta.2021.08.007>
22. Royo-Bordonada M A, Rodríguez-Artalejo F, Bes-Rastrollo M et al. Políticas alimentarias para prevenir la obesidad y las principales enfermedades no transmisibles en España: querer es poder. *Gaceta sanitaria*. 2020;33(6):584-592. <https://doi.org/10.1016/j.gaceta.2019.05.009>

DEBAT

Laura Fernández, Gemma Salvador, Ana Palencia, Gemma Trigueros i Mònika Jiménez. Moderador: Gonzalo Casino

Els sistemes d'informació gràfica en l'etiquetatge alimentari: situació actual i reptes futurs

L'etiquetatge dels aliments permet als consumidors conèixer les diferències en la qualitat nutricional dels productes que tenen al seu abast per a prendre decisions informades sobre alimentació i salut. Un grup d'experts en alimentació, comunicació i salut pública de la indústria alimentària, el món acadèmic, l'Administració i les organitzacions de consumidors i sense ànim de lucre han debatut sobre la situació actual dels sistemes d'etiquetatge i com millorar-la.

Funcions i limitacions dels sistemes d'etiquetatge gràfic

A l'hora de comunicar la informació nutricional dels aliments, les etiquetes ocupen una posició privilegiada en l'envàs i són un nexa entre les empreses i els consumidors. La informació gràfica té l'objectiu d'ajudar els consumidors en la presa de decisions més saludables i es planteja com un sistema d'informació complementari de la informació nutricional crua de l'aliment, perquè les necessitats de cada consumidor són diferents. Malgrat, però, que els sistemes d'etiquetatge gràfic nutricional tenen l'objectiu d'informar, no sempre són comprensibles per al consumidor, tal com va assenyalar Ana Palencia, directora de comunicació i sostenibilitat d'Unilever.

Mònika Jiménez-Morales, professora de la Universitat Pompeu Fabra, va afegir que les etiquetes nutricionals serveixen per a orientar el consumidor, però no és clar si ho aconsegueixen, perquè hi ha altres factors com la publicitat, l'oferta i el preu que són determinants de les decisions de compra. Segons Laura Fernández, directora general d'EUFIC, els etiquetats nutricionals tenen el potencial d'informar, però es necessita sensibilitzar i educar el consumidor sobre el que és una dieta sana i equilibrada i preveure les possibles interpretacions errònies que poden donar-se en llegir les etiquetes.

Ana Palencia:

“Malgrat que els sistemes d'etiquetatge gràfic nutricional dels aliments tenen l'objectiu d'informar, no sempre són comprensibles per al consumidor”

En relació amb la informació prioritària que ha d'aparèixer en l'etiquetatge, no hi ha una sola aproximació. Segons Gemma Salvador, dietista-nutricionista de l'Agència de Salut Pública de Catalunya, l'impor-

tant són les grans estratègies que s'han de treballar a nivell global perquè convergeixin en un o dos sistemes gràfics. En paraules de Salvador, “no cal que tota la informació de nutrició i sostenibilitat estigui present en l'etiqueta: pot estar al núvol i ser accessible mitjançant un codi QR o una aplicació mòbil”.

Mònika Jiménez-Morales:

“Els sistemes d'informació gràfica en l'etiquetatge alimentari informen, però hi ha altres factors determinants de la compra, com el preu, l'oferta i la publicitat”

Palencia es va sumar a aquesta iniciativa, afegint que el consumidor ha de saber interpretar els símbols o grafismes de nutrició i de sostenibilitat bàsics que apareixen a l'envàs. Si està interessat en conèixer més informació, la pot obtenir en una pàgina web o trucant a l'empresa. Aquest últim servei d'atenció al consumidor té sentit sobretot per a les persones grans.

Gemma Trigueros, coordinadora d'alimentació en l'Organització de Consumidors i Usuaris (OCU), va assenyalar que l'estratègia de posar un codi QR en l'etiqueta del producte perquè l'usuari pugui ampliar informació no li agrada als consumidors, almenys en el cas dels medicaments. I va afegir que no podem oblidar que l'etiquetatge també pot ajudar a millorar els aliments i a informar sobre la seva producció, en línia amb el que proposa l'estratègia “De la granja a la taula”, encara que el consumidor no disposa ara d'aquesta informació i no és un criteri de compra.

Pel que respecta a la idoneïtat dels sistemes d'etiquetatge disponibles, tots ells tenen limitacions i no hi ha cap sistema ideal. Malgrat que Nutriscore és el sistema d'etiquetatge nutricional escollit per Espanya per facilitar als usuaris una informació nutricional més clara, una de les seves limitacions és que informa sobre el contingut de nutrients per 100 grams o 100



D'esquerra a dreta, Mònika Jiménez, Gemma Salvador, Ana Palencia, Gemma Trigueros i Laura Fernández. Foto: Ignacio Adeva.

mil·lilitres d'aliment, en lloc de per racions, que és el que menja el consumidor, va assenyalar Palencia.

No obstant això, perquè les etiquetes basades en les racions siguin efectives i no hi hagi frau, aquestes haurien d'estar definides per una autoritat competent, va explicar Trigueros. Una altra complicació que suposa treballar amb racions és que no es poden establir a partir del que diuen les guies alimentàries, perquè, per exemple, la grandària de les racions varia amb l'edat, va apuntar Salvador. Possiblement l'etiquetatge gràfic amb advertències, que indica quan un producte conté quantitats excessives de nutrients crítics, és el que menys esquerdes té, però també té punts conflictius, com que alguns productes amb edulcorants estan dirigits per als infants, va afegir Salvador.

La necessitat d'harmonitzar els sistemes

L'origen del caos actual per l'abundància de sistemes d'etiquetatge es troba en la falta d'una decisió política unificada i d'un compromís per a garantir un marc harmonitzat per a l'etiquetatge dels aliments. Tot i que estem lluny de trobar el sistema d'etiquetatge ideal que ens ajudi a millorar la dieta i alhora sigui respectuós amb el medi ambient, això no significa que no hàgim de sumar esforços per millorar aquesta situació. Perquè la situació actual de convivència i disparitat de diferents sistemes crea més confusió que claredat en el consumidor. "Per a millorar la situació actual, el que fa falta és un sistema informatiu unificat que posi ordre

tant en l'etiquetatge nutricional com en el de sostenibilitat per a superar l'amanida de missatges i logos que hi ha ara", segons Trigueros.

"Malgrat que aquest sistema quan arribi no serà perfecte i haurà d'evolucionar, cal triar-ne un sistema (el d'advertències, el de colors o el que sigui) i que la gent l'aprengui", va afegir. I, perquè aquesta situació no es repeteixi en l'etiquetatge de sostenibilitat, convindria aplicar els mateixos principis d'harmonització que en els esquemes d'etiquetatge gràfic nutricional, va assenyalar Fernández.

Gemma Trigueros:

"Per a millorar la situació actual, fa falta un sistema informatiu unificat que posi ordre tant en l'etiquetatge nutricional com en el de sostenibilitat"

Una possible solució per millorar els sistemes informatius actuals seria millorar els algorismes. I, si els algorismes no es poden millorar perquè el sistema és molt complex, Salvador optaria per un sistema d'advertència del risc que senyalitzés només aquells productes que tenen, per exemple, una elevada quantitat de sal, greixos no saludables o un contingut de fibra molt baix.

Malgrat la necessària harmonització dels sistemes d'etiquetatge nutricional, les expertes partici-

pants en el debat no es van mostrar confiades que en cinc o deu anys aparegui un sistema que superi els actuals o que convergeixin cap a una harmonització. Fernández va assenyalar que “l’evidència científica és central en l’harmonització cap a un únic sistema, però altres consideracions de tipus econòmic i polític també hi pesen”. I va explicar que els sistemes d’etiquetatge penalitzen els aliments amb denominació d’origen d’alguns països i això fa que els seus grups de pressió els bloquegin a nivell europeu i impedeixen la implantació d’un únic sistema.

Laura Fernández:

“L’evidència científica és central en l’harmonització cap a un únic sistema, però també hi pesen altres consideracions de tipus econòmic i polític”

Per què els sistemes d’informació no són suficients per millorar les decisions de compra

Els sistemes d’informació gràfica nutricional dels aliments pretenen ser una eina per a informar el consumidor sobre la qualitat nutricional del que menja, però no són suficients per millorar les decisions de compra. El preu, l’oferta i l’entorn també són elements importants que influeixen en la presa de decisions sobre alimentació. La idea d’oferir informació per millorar la decisió individual de compra està molt bé, però quan ets en una superfície amb 100.000 productes amb etiquetes, colors i ofertes diferents, això crea una pressió en el consumidor que fa que acabi decantant-se pel preu, els colors cridaners i poc més, va explicar Salvador. A més, tampoc no podem oblidar que existeixen diferents perfils de consumidors amb preferències diverses a l’hora d’informar-se amb les etiquetes, la qual cosa dificulta que hi pugui haver un sistema d’etiquetatge universal, va afegir Fernández.

L’educació és imprescindible, però no és suficient si els entorns no faciliten les conductes alimentàries saludables. Per exemple, tots som conscients de la importància de moure’ns, però si l’entorn no ens facilita el moviment serà molt difícil incrementar l’activitat física. De la mateixa manera, l’oferta d’aliments genera demanda, i un entorn amb una oferta immensa d’aliments amb un perfil poc saludable generarà un tipus de compra amb aquesta mena d’aliments.

En paraules de Salvador, “les administracions tenen la responsabilitat d’informar sobre quins són els aliments i els consums més saludables i sostenibles i quins són menys saludables, i de procurar que aquests siguin també menys accessibles”. En definitiva, va afegir, no podem deixar les eleccions de compra d’ali-

ments només en mans dels consumidors, per molta informació o formació que ofereixi la indústria alimentària.

En altres àmbits de promoció de la salut ha resultat més fàcil l’acord, però l’alimentació és un assumpte complex i aconseguir una harmonització en l’etiquetatge no és una tasca senzilla. “Un dels motius pels quals està costant tant arribar a un acord en l’etiquetatge nutricional és perquè s’utilitza com un sistema de publicitat i venda, més enllà del seu objectiu d’informar el consumidor”, va assenyalar Salvador.

Comunicació, educació i evidències

La falta d’harmonització explicaria per què amb prou feines es fa divulgació de l’etiquetatge gràfic als ciutadans. No obstant això, com es va apuntar en el debat, sí que es fa entre els treballadors i els socis de l’empresa que promou un sistema determinat. Palencia va comentar que un altre tema important és com es comunica la informació nutricional en les xarxes socials i en els titulars de les notícies, perquè el fet de demonitzar certs aliments que tenen cabuda en una alimentació equilibrada, variada i suficient també contribueix al desori que estem vivint.

Quan es tracta de comunicar al consumidor els aspectes de sostenibilitat, la situació de desori tampoc no sembla que millori, però és important educar-lo perquè sàpiga on ha de llençar cada envàs, va recalcar Palencia. L’educació del consumidor amb missatges clars i comprensibles en el sentit que la base sempre és una alimentació equilibrada, variada i suficient hauria de ser l’eix central, però no funciona.

Gemma Salvador:

“Un dels motius pels quals està costant tant arribar a un acord en l’etiquetatge nutricional és perquè s’utilitza com un sistema de publicitat i venda”

Falten recerques que vagin més enllà de la polarització actual i que aportin evidències més clares sobre l’orientació de les decisions de compra sobre la base d’un sistema, va assenyalar Salvador. També falten estudis sobre l’eficàcia d’aquests sistemes per a informar el consumidor. Des del punt de vista de la salut pública, va afegir, és important esbrinar l’impacte en la decisió de compra d’un producte dins d’una mateixa gamma o la desestimació d’un producte sobre la base dels advertiments que s’inclouen en l’etiquetatge.

Fernández va comentar que a l’EUFIC aposten per continuar potenciant el coneixement, contribuir a augmentar l’evidència científica i fomentar el debat

neutral. Des de la perspectiva de la salut pública es treballa per a afavorir els entorns facilitadors de l'accés a aliments saludables i per identificar de manera clara quins no ho són i no han de formar part de la vida quotidiana sobre la base de l'evidència científica, va explicar Salvador. Pel que fa als envasos, va defensar que cal buscar més fonts d'evidència no polaritzades i utilitzar-les com una eina per justificar l'ordre i el consens.

Solucions per millorar la situació actual

Per millorar la situació de desconcert actual, afavorir l'harmonització d'un sistema d'etiquetatge únic sembla l'estratègia més adequada. Però, perquè aquests sistemes d'etiquetatge nutricional i de sostenibilitat siguin efectius, haurien de ser únics a nivell del mercat europeu o internacional. No obstant això, davant la falta de suport de la Comissió Europea, es pot començar a nivell de país perquè hi hagi un consens i no vagi cada empresa pel seu camí, va suggerir Palencia. A més, el sistema pot estimular a les empreses a millorar.

En opinió de Trigueros, els sistemes d'etiquetatge nutricional han servit perquè el consumidor estigui més interessat en el que menja, sigui conscient que té un impacte en la seva salut i s'interessi per buscar més informació. Malgrat que cap sistema no és perfecte, un sistema harmonitzat per a la informació nutricional i de sostenibilitat és millor que la situació actual. En aquesta mateixa línia, Trigueros va assenyalar que cal defensar la dieta saludable i sostenible, i l'abordatge és afavorir una elecció més ben informada que inclogui tota la dieta i no es limiti a l'etiqueta. Es tractaria d'educar la gent sobre maneres de menjar més fàcils i barates i sobre com reduir el malbaratament alimentari, i donar-los més eines perquè prenguin les seves decisions sobre el producte envasat i sense perdre de vista la dieta en el seu conjunt.

"S'està demanant una estratègia col·lectiva basada en l'ordre, en l'elecció del millor algorisme amb evidència científica i en l'obligatorietat per a totes les empreses d'utilitzar el mateix sistema d'etiquetes", va emfatitzar Salvador des de la perspectiva de la salut pública. Un punt de partida és promoure entorns facilitadors per a les conductes alimentàries saludables i identificar de manera clara quines no ho són. I va afegir que no podem oblidar que la crisi ha tingut un impacte en el consum alimentari que requerirà intervencions que van més enllà de l'etiquetatge. El que el preocupa el consumidor en el context de crisi actual és tenir accés a aliments, i les polítiques hauran de basar-se en millorar l'accés a aliments bàsics i no tant en l'etiquetatge. Des del món acadèmic es defensa la importància de superar la polarització del discurs al voltant de l'estat actual de la qüestió i d'aportar evidències científiques una vegada s'hagi assolit el consens sobre un únic sistema d'etiquetatge.

MISSATGES CLAU

- > Els diversos sistemes gràfics d'etiquetatge nutricional pretenen ajudar el consumidor a triar millor i a portar una dieta saludable, però amb això no hi ha prou per millorar les decisions de compra, perquè hi ha altres factors, com el preu, l'oferta i l'entorn, que també hi influeixen.
- > Cap dels sistemes actuals d'etiquetatge gràfic nutricional no és òptim i tots, en major o menor mesura, presenten limitacions. A més, hi ha molts interessos contraposats que dificulten la necessària harmonització.
- > L'actual disparitat de sistemes crea més confusió que claredat. El caos actual té el seu origen en la falta de voluntat política per assolir un consens i el compromís de garantir un marc harmonitzat en l'etiquetatge a nivell europeu.
- > L'etiquetatge dels aliments també permet incorporar informació sobre la producció i la sostenibilitat dels aliments com a criteri de decisió per part del consumidor.
- > No cal que tota la informació sobre nutrició i sostenibilitat sigui present en l'etiqueta dels aliments, sinó que pot estar disponible en una plataforma web.
- > Tot i que som lluny de trobar el sistema d'etiquetatge ideal que ajudi a millorar la dieta i a ser respectuosos amb el medi ambient, cal coordinar esforços entre tots els agents implicats per a millorar la situació.
- > L'ideal seria aconseguir una harmonització a nivell europeu o internacional; però, mentre aquesta harmonització no s'aconsegueixi, es pot avançar a nivell de cada país, perquè totes les empreses tinguin una referència comuna.
- > Amb els sistemes d'etiquetatge gràfic nutricional per si mateixos no n'hi ha prou per millorar les decisions de compra, i per tant s'han de complementar amb més informació i educació del consumidor en matèria d'alimentació i salut.
- > El ciutadà informat i responsable és un motor de canvi per a avançar cap a un sistema agroalimentari més saludable i sostenible.
- > L'educació dels ciutadans amb l'objectiu d'avançar cap a la presa de millors decisions informades sobre alimentació i salut és imprescindible, però a més cal crear entorns facilitadors que promoguin els perfils d'aliments saludables.
- > Calen més estudis i de major qualitat sobre l'eficàcia dels sistemes gràfics dels aliments per a informar i orientar les decisions de compra del consumidor.

Es poden consultar tots els números
de la sèrie *Alimentació i Comunicació* [aquí](#)