



## REPRESENTACIÓN EN ESPAÑA COMUNICADO DE PRENSA

# La Comisión actualiza las normas de comercialización de los productos agroalimentarios para satisfacer mejor las necesidades de los consumidores y en pro de la sostenibilidad

Bruselas, 21 de abril de 2023

La Comisión ha propuesto hoy que se **revisen las normas de comercialización vigentes aplicables a varios productos agroalimentarios**, por ejemplo, frutas y hortalizas, zumos y confituras de frutas, miel, aves de corral y huevos. Las revisiones propuestas deberían ayudar a los consumidores a optar con mayor conocimiento de causa por una dieta más sana y contribuir a evitar el desperdicio de alimentos.

La Comisión ha presentado, entre otras, las propuestas siguientes:

- **Etiquetado del origen:** Normas de etiquetado del origen más claras y obligatorias para **la miel, los frutos de cáscara y los frutos secos, los plátanos maduros, y las frutas y hortalizas acondicionadas, transformadas y cortadas** (por ejemplos, las hojas de ensalada envasadas). El país, o los países de origen en el caso de mezclas, deberán figurar en la etiqueta. La inclusión de los países de origen aumentará la transparencia para los consumidores. También debería servir para promover la producción de estas mercancías en la UE.
- **Desperdicio de alimentos:** Las revisiones propuestas afrontan la cuestión de los residuos alimentarios y los residuos de envases. Por ejemplo, las **frutas y hortalizas «feas»** (con defectos externos, pero aptas para el consumo local o directo) vendidas a nivel local y directamente por los productores a los consumidores quedarán exentas del cumplimiento de las normas de comercialización. Su valorización en su estado «fresco» podría ofrecer a los consumidores más oportunidades de comprar frutas y hortalizas frescas a precios más asequibles y redundar en beneficio de los productores de

las cadenas de distribución cortas. Algunos productos afectados por catástrofes naturales u otras circunstancias excepcionales también podrían venderse si su consumo es seguro.

- **Envasado:** Los productos destinados a la donación podrán quedar exentos de los principales requisitos de etiquetado. Así se reducirán la burocracia y las etiquetas y, por lo tanto, se facilitarán los compromisos de los operadores en materia de donaciones.

- **Zumos de frutas:** Los zumos de frutas podrán llevar la mención «sin azúcares añadidos» para aclarar que, a diferencia de los néctares de fruta, los zumos de frutas no pueden, por definición, contener azúcares añadidos, una característica que la mayoría de los consumidores no conoce. Además, para hacer frente a la creciente demanda por parte de los consumidores de productos con menor contenido de azúcar, un zumo de frutas reformulado podría indicar en su etiqueta «zumo de frutas con azúcar reducido». Para simplificar aún más y adaptarse a los gustos de los consumidores, el término «agua de coco» podrá utilizarse ahora, además del de «zumo de coco».

- **Confituras y «marmalades»:** El **contenido de fruta de las confituras pasará** de 350 gramos a 450 gramos como mínimo (a 550 gramos en el caso de aquellas de calidad extra) por kilo de producto acabado. Gracias al aumento generalizado del contenido de fruta, se ofrecerá a los consumidores productos con menos azúcares libres y más fruta que ahora. El término «marmalade», autorizado hasta ahora únicamente para las confituras de cítricos, se permitirá ahora para todas las confituras a fin de introducir la posibilidad de adaptar la denominación del producto a la que se utilice localmente en mayor medida.

- **Huevos:** Los paneles solares podrán utilizarse ahora en zonas al aire libre utilizadas en sistemas de producción campera de huevos. Esto estimulará un mayor suministro de energía procedente de fuentes renovables. El **mercado de los huevos también se realizará directamente en la explotación**, lo que mejorará la trazabilidad.

### **Próximas etapas**

Las propuestas relativas a las frutas y hortalizas frescas, los huevos y las aves de corral se refieren a actos delegados y de ejecución. Los textos podrán ser objeto de [observaciones del público durante un mes](#). Posteriormente, los actos delegados se adoptarán y enviarán al Parlamento Europeo y al Consejo por un período de control de dos meses. La Comisión los publicará al final de este procedimiento. Las propuestas relativas a las confituras, las «marmalades», los zumos de frutas y la miel se incluyen en las Directivas, que seguirán el proceso

colegislativo ordinario del Parlamento Europeo y del Consejo antes de su publicación y entrada en vigor.

Paralelamente, la Comisión va a enviar un informe al Parlamento Europeo y al Consejo con vistas a la adopción, en un futuro próximo, de nuevas normas de comercialización para la sidra y la perada, y sobre el etiquetado del origen de las legumbres. En la actualidad no se aplica a estos productos ninguna norma de comercialización del [Reglamento sobre la organización común de mercados](#).

## **Contexto**

Las normas de comercialización de la UE están pensadas para garantizar que la calidad del producto se mantenga alta, que los consumidores estén protegidos y que las normas sean coherentes en el mercado de la UE. También facilitan el comercio con terceros países, ya que son coherentes con las normas existentes a escala internacional desde la década de 1950. A lo largo de la última década, los mercados de productos alimenticios han evolucionado considerablemente, impulsados por la innovación, y también por cambios en las preocupaciones de la sociedad y en la demanda de los consumidores. Las propuestas de hoy garantizarán que, en consonancia con la [Estrategia «De la Granja a la Mesa»](#) y los [Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas](#), las normas de comercialización puedan contribuir a la promoción y adopción de productos sostenibles, al tiempo que satisfacen las nuevas necesidades de los consumidores y los agentes económicos.

Para poder comercializarse en los mercados de la UE y venderse a los consumidores, la mayoría de los productos agroalimentarios deben cumplir las normas de comercialización de la UE o las normas establecidas [a escala internacional](#). Las normas de comercialización se refieren a las cualidades externas de los productos y a las cualidades no visibles resultantes de determinados procesos de producción, tales como el contenido de fruta en las confituras. Se aplican por igual tanto a los productos de la UE como a los productos importados.

## **Más información**

[Informe de evaluación de impacto sobre la revisión de las normas de comercialización de los productos agrícolas de la UE para garantizar la adopción y el suministro de productos sostenibles](#)

[Propuesta de Directiva del Parlamento Europeo y del Consejo por la que se modifican las denominadas «Directivas del desayuno» en lo que respecta a la miel, los zumos de frutas, las confituras de frutas y la leche evaporada](#)

[Informe de la Comisión Europea al Parlamento Europeo y al Consejo sobre las futuras normas de comercialización para la sidra y la perada y para las legumbres](#)

[Plataforma «Díganos lo que piensa»: propuestas sobre los huevos y las aves de corral](#)

[Plataforma «Díganos lo que piensa»: propuestas sobre las frutas y hortalizas](#)

[Normas de comercialización de las frutas y hortalizas frescas](#)

[Normas de comercialización de los huevos](#)

[Normas de comercialización de las aves de corral](#)

### **Cita(s)**

*Las normas de comercialización son el lenguaje común entre los consumidores y los agentes económicos para saber lo que comercian y garantizar una competencia leal para todos en la UE. Como cualquier lengua evoluciona a lo largo del tiempo, también lo hacen las necesidades y los hábitos de todos los agentes de la cadena alimentaria. Queremos mejorar la transparencia de los productos vendidos a los consumidores y reducir el desperdicio de alimentos, al tiempo que damos valor a métodos de producción aún más sostenibles y saludables para los productores.*

**Janusz Wojciechowski, comisario responsable de Agricultura - 21/04/2023**