



## Hort del Silenci se adhiere a la campaña 'Fechas con sentido', contra el desperdicio alimentario

01-04-2022

Hort del Silenci se ha adherido a la campaña 'Fechas con sentido' de Too Good To Go, con el objetivo de ayudar a aclarar la confusión que genera en los consumidores el etiquetado de los productos alimenticios, concretamente las fechas de consumo preferente y de caducidad. La firma ha añadido un distintivo especial a los envases para animar a todos a utilizar sus sentidos (Mira, Huele y Prueba) a la hora de comprobar el estado de un alimento.

Too Good To Go, la app que lucha contra el desperdicio alimentario y que fomenta el consumo responsable ha constatado que existe una gran confusión por parte de los consumidores respecto al etiquetado de los productos alimenticios, más concretamente, entre las fechas de consumo preferente y de caducidad. Por este motivo, se ha puesto en marcha una campaña con el objetivo de clarificar estos dos conceptos y, así, reducir el desperdicio alimentario.

El elemento principal y visual de esta iniciativa es un distintivo especial, creado para la ocasión, que se incorpora a los productos con fecha de consumo preferente y que anima a todo el mundo a utilizar sus sentidos (Mira, Huele y Prueba) a la hora de comprobar el estado de un producto, antes de tirarlo. Las marcas adheridas a esta campaña han añadido el sello a los envases de sus productos tal como ha hecho Hort del Silenci, que irá incorporando progresivamente la etiqueta a todo su catálogo de productos con fecha de consumo preferente.

Según datos de la OCU (Organización de Consumidores y Usuarios), 4 de cada 10 consumidores no tienen clara la diferencia entre la fecha de consumo preferente y la fecha de caducidad. Y otro dato preocupante es que en los hogares es donde se produce el mayor desperdicio alimentario. Ante esto, Too Good To Go quiere actuar, subrayando que pasada la fecha del consumo preferente, el producto todavía se puede consumir de forma segura, aunque haya podido cambiar ligeramente su textura o sabor. Si se han seguido las recomendaciones de conservación y, además, el producto tiene buen aspecto, huele bien y buen sabor se puede consumir, evitando de este modo, el desperdicio innecesario de mucha comida.

Too Good To Go ha incorporado en esta campaña a grandes marcas del sector de la alimentación. Es el caso de Hort del Silenci

que, en línea con su compromiso contra el desperdicio alimentario y sus valores como el respeto por el medio ambiente y por el trabajo de todas las personas involucradas en la cadena alimentaria, irá incorporando la etiqueta de manera progresiva, en todo su catálogo de productos con fecha de consumo preferente. Es necesario sumar esfuerzos por un consumo responsable y sostenible.

### **Noticias Relacionadas**

- Hort del Silenci, tres premios Sabor del Año en Restauración: Eco, Sin Gluten y Vegano
- Hort del Silenci presenta en el FGB sus nuevos productos ecológicos y sostenibles
- El 'Huevo vegetal', de la firma Hort del Silenci, premio a la innovación en Organic Food