



La hostelería valora negativamente la prohibición de las aceiteras rellenables

18-11-2013

El Consejo de Ministros aprobó el pasado 15 de noviembre, a propuesta del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente y el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, el Real Decreto 895/2013 por el que los establecimientos de hostelería, restauración y servicios de catering no podrán ofrecer a los consumidores, a partir del 1 de enero de 2014, aceiteras rellenables y sin etiquetar.

La Federación Española de Hostelería (Fehr) valora negativamente la imposición del uso de aceiteras irrellenables en hostelería, según aprobó el Consejo de Ministros el pasado 15 de noviembre a propuesta del Magrama.

El **Real Decreto 895/2013**, de 15 de noviembre, por el que se modifica el 1431/2003 de 21 de noviembre, refleja el importante papel de la hostelería *“que ha venido contribuyendo a poner en valor y acercar el aceite de oliva español a sus clientes”*.

A pesar de este reconocimiento para el sector la nueva normativa establece que *“en los establecimientos del sector de hostelería los aceites se pondrán a disposición del consumidor final en envases etiquetados y provistos de un sistema de apertura que pierda su integridad tras su primera utilización”*. Asimismo recoge *“que los envases que por su capacidad se puedan poner a disposición de los consumidores finales más de una vez, dispondrán además de un sistema de protección que impida su reutilización una vez agotado su contenido original”*.

Desde Fehr se considera que esta prohibición tendrá una serie de consecuencias para el sector, que se resumen en las siguientes:

- Temor ante el hecho de que los nuevos formatos supongan un incremento de los precios del aceite de oliva.
- No se toman en consideración los aspectos medioambientales. La medida producirá un incremento del volumen de envases, plásticos y vidrios, que no tiene justificación práctica y de gran impacto medioambiental.
- No se ha realizado estudio de las nuevas necesidades logísticas, de ubicación del producto y de espacio que harán que el aceite pueda desaparecer de muchas ubicaciones y ser sustituido por condimentos y aliños diferentes, más cómodos, sencillos, económicos y no sujetos a normativas tan estrictas como la que se pretende imponer al aceite de oliva.

- No se ha valorado el impacto de desplazamiento de la demanda que producirá una multiplicación de entre cinco y siete veces el precio del producto.
- No se ha valorado el desperdicio alimentario que producirán unos envases, por ejemplo de 20 cl, que en casi ningún caso se agotan en el uso monodosis y que sin embargo se convierte en residuo y por tanto derroche alimentario (incompatible con criterios de racionalidad en base a la estrategia de reducción de desperdicio alimentario).
- Se produce un perjuicio de pérdida de personalización de los establecimientos, no pudiendo utilizar sus propios dispensadores. Además se rechaza de plano la asociación de aceitera rellenable con la de envase de poca calidad o producto de mala calidad.
- Que el producto no tenga etiqueta cuando está en la mesa del restaurante o la barra del bar no es una pérdida de información al consumidor, ya que se dispone de cartas, paneles y lo que es más importante el conocimiento y atención del personal de sala y barra. Los establecimientos de hostelería no son supermercados por ello no tener la etiqueta no es sinónimo de desinformación.

Según el ministerio, una medida para mejorar la imagen del aceite de oliva

Muy distinta es la opinión del ministerio. La prohibición de las aceiteras rellenables se enmarca en el contenido del *Plan de acción sobre el sector del aceite de oliva de la Unión Europea*, que establece una serie de medidas encaminadas a mejorar la competitividad del sector oleícola. Entre ellas se encuentra estimular a los Estados miembros a exigir la utilización de envases que no permitan el rellenado en los establecimientos de hostelería.

Esta norma, que ya está vigente en otros países como Italia y Portugal, persigue avanzar en la garantía de la calidad y autenticidad de los aceites puestos a disposición del consumidor final.

Igualmente, según opinión del Magrama, la norma tiene como objetivo mejorar la imagen del producto, en particular de las denominaciones de origen protegidas y las indicaciones geográficas protegidas y de las marcas productoras consolidadas en el mercado. Además, pretende informar mejor al consumidor sobre las características del aceite que se pone a su disposición. *“España mantiene así su firme compromiso con todas aquellas medidas que contribuyan a reforzar la competitividad de este sector, que constituye en muchísimos casos el único punto de contacto de los turistas que visitan España con el aceite de oliva. El que puedan encontrar un producto de calidad, bien presentado y adecuadamente manejado supone, sin ninguna duda, una buena carta de presentación del aceite, lo que facilitará un incremento de la demanda de nuevas exportaciones”.*

La nueva norma incluye también la posibilidad de utilizar las existencias de productos adquiridos antes de la entrada en vigor del Real Decreto.

Por último, desde Fehr se ratifica en el interés mostrado por la federación, tanto al sector del aceite de oliva, como al Magrama, para colaborar y plantear acciones en positivo, como alternativa a una medida restrictiva como ésta.