



**ClearFarm**

**PRACTICE ABSTRACT**

## Etiquetatge de productes amb estàndards de benestar animal elevats

El benestar dels animals de granja és, cada cop més, un atribut de qualitat dels aliments. Un nombre creixent de ciutadans de la UE voldrien tenir més informació sobre les condicions en les que es crien els animals de granja. L'etiquetatge dels productes pot informar els consumidors de manera eficaç sobre la qualitat i la sostenibilitat dels aliments, augmentar la transparència de la ramaderia i oferir una millor protecció als productors de la UE que apliquen alts estàndards de benestar animal.

En el marc del projecte ClearFarm s'han revisat diferents etiquetes de benestar animal, les quals mesuraven el benestar dels animals utilitzant principalment mesures basades en l'ambient en comptes de mesures directes dels animals. Només en alguns casos feien referència a l'especificació tècnica ISO/TS 34700:2016 sobre gestió del benestar animal.


Les regulacions genèriques d'etiquetatge de productes de la UE també s'apliquen a l'etiquetatge del benestar animal. Per exemple: 1) el producte no s'ha de comercialitzar amb propietats que no té o que es pot suposar que són compartides per la resta de productes, com ara els requisits legals mínims, 2) la comercialització no ha de ser enganyosa i 3) les afirmacions comparatives haurien de ser verificables.

Totes les etiquetes d'embalatge també han de ser fàcilment visibles, llegibles i comprensibles. A més, la Comissió Europea ha proporcionat guies de bones pràctiques per als esquemes de certificació voluntària d'aliments i productes agrícoles.

Els factors clau per a l'èxit de l'etiquetatge del benestar animal són 1) la bona disposició empresarial envers l'obertura i la transparència, 2) la participació de la indústria, els minoristes i els grups d'interès en el disseny i la

### Contacta'ns

 <http://www.clearfarm.eu/>

 +34 93 581 2854

 [clearfarm@uab.cat](mailto:clearfarm@uab.cat)

### Segueix-nos a:



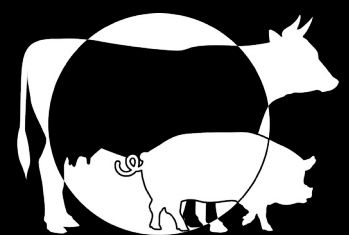
implementació de l'etiquetatge, així com 3) la consciència dels consumidors sobre l'etiqueta i els seus beneficis. A més, 4) la transparència de l'etiquetatge i 5) una àmplia implicació dels actors en la presa de decisions es van identificar com a factors importants addicionals. En particular, els agricultors agraeixen la possibilitat de participar en la presa de decisions de l'etiquetatge. Informar els consumidors requereix una comunicació adequada, correcta i coherent perquè entenguin els beneficis de l'etiqueta. Es recomana que la verificació de la conformitat sigui fiable, feta per un organisme independent, i que es facin inspeccions periòdiques amb criteris clars, comprensibles i realistes.

La viabilitat financera de l'etiquetatge és important. Una etiqueta comercial ha de proporcionar un valor adequat a tots els actors rellevants, inclosos els animals, els consumidors, els agricultors, els operadors d'empreses alimentàries i altres entitats empresarials implicades.

Estudis científics ([YYang & Renwick, 2019](#); [Cicia & Colantuoni, 2010](#)) suggereixen que els consumidors solen estar disposats a pagar entre un 15 i un 30% més per productes procedents de sistemes d'agricultura amb estàndards majors de benestar animal. Tanmateix, els productes són diferents i els consumidors són un grup heterogeni, amb hàbits de compra dinàmics i canviants. Tot i que alguns estan interessats en el benestar animal i estan disposats a pagar un preu superior per millorar el benestar, d'altres potser no ho estan.

La digitalització ofereix noves oportunitats per canviar la manera com s'utilitzen les etiquetes en un entorn empresarial. Permet utilitzar tecnologies innovadores en benefici dels consumidors, que tant poden canviar la forma de comunicació com donar lloc a nous models de negoci basats en tecnologies i dades de ramaderia de precisió.

Es recomana que les etiquetes de qualitat compleixin el principi de millora contínua. L'estàndard tècnic de l'etiqueta de benestar animal afecta l'impacte que pot generar l'etiqueta. La millora de la qualitat no és gratuïta. Més aviat, requereix esforç en les diferents etapes de la cadena de valor. A mesura que augmenta el preu, alguns consumidors queden exclosos com a compradors de productes amb etiqueta de benestar. Per tant, el cost addicional d'oferir alta qualitat no pot ser massa elevat.



**ClearFarm**



Aquest projecte ha rebut fons del programa de recerca i innovació Horizon 2020 de la Unió Europea sota l'acord núm. 862919.