"El huevo, de etiqueta" da a conocer el esfuerzo por la trazabilidad

Noticias
Cada huevo incorpora impreso en su cáscara un código alfanumérico que informa del país de la UE, de la provincia, el municipio y la granja donde se ha producido

La campaña "El huevo, de etiqueta" **[1]** sirve para trasladar al consumidor todos los "esfuerzos" hechos en la Unión Europea (UE) para conseguir una "trazabilidad total" del producto, según el presidente de la Organización Interprofesional del Huevo y sus Productos (Inprovo), Medín de Vega.

Explica, que el objetivo general es dar a conocer el modelo europeo de producción basándose para ello en sus pilares principales: el respeto al medio ambiente, el bienestar y sanidad animal y la seguridad alimentaria.

La campaña quiere que **el consumidor sepa interpretar el etiquetado y marcado de cada huevo para que pueda conocer el "recorrido" del producto desde su puesta en la granja hasta el punto de venta.** El etiquetado de cada estuche incluye la fecha de consumo preferente, el tamaño (XL,L,M o S), la dirección de la empresa que ha embalado o comercializado el producto, el código del centro de embalaje, la forma de cría de las gallinas (en jaula, en suelo, camperas o ecológicas), una explicación del marcado, la categoría de calidad, el número de huevos envasados y un consejo de conservación. Cada huevo, además, incorpora impreso en su cáscara un código alfanumérico que informa del país de la UE, de la provincia, el municipio y la granja donde se ha producido. El primer número por la izquierda de este código alfanumérico puede ser el 0, en cuyo caso indica que el huevo es de producción ecológica; el 1, de gallinas camperas; 2 (criadas en el suelo) y 3, de gallinas criadas en jaula.

Según De Vega, el consumidor "desconocía todo ese esfuerzo" realizado en los últimos años y "no daba valor" a las mejoras acometidas en la producción, que han permitido "un cambio muy importante" en estándares de calidad alimentaria y sanidad y bienestar animal en la UE. Desde el pasado mes de enero, miembros de Inprovo están celebrando encuentros con consumidores (entre ellos, estudiantes y profesionales de hostelería) en los que participan ganaderos que cuentan de primera mano su actividad diaria y su método de producción. "El huevo, de etiqueta" cuenta con una inversión de 1,1 millón de euros y está cofinanciada por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Inprovo y la Comisión Europea.

La campaña se ha preparado a partir de las conclusiones extraídas de una encuesta -"Huevómetro"- que reflejaba que sólo el 2 % de los españoles se fija e identifica correctamente el código impreso en la cáscara y que la mayoría desconoce los distintos sistemas de producción de huevos o el modelo europeo de producción.

"El huevo, de etiqueta" incluye, además, la elaboración de dos nuevas consultas, una en septiembre de 2015 y otra al final de la campaña (alrededor de julio de 2016), para comprobar si ha evolucionado el conocimiento de los consumidores sobre la producción, etiquetado y comercialización.

Redacción

Enlaces:
[1] http://www.elhuevodetiqueta.eu/