

## INICIATIVA LEGISLATIVA POPULAR – LLEI DE L'ETIQUETATGE I TRAÇABILITAT DELS BÉNS DE CONSUM

### MEMÒRIA JUSTIFICATIVA

#### PROPOSICIÓ DE LLEI DE L'ETIQUETATGE I TRAÇABILITAT DELS BÉNS DE CONSUM

Des de la Comissió Promotora d'aquesta proposta de llei sorgida del projecte educatiu 9.2 de l'escola Vedruna Vall de Terrassa, que forma part de la Fundació Vedruna Catalunya Educació, i de l'empresa Twenty Corner, S.L., creiem que aquesta llei és necessària perquè:

- A) S'ha detectat que en el mercat hi ha una falta de transparència sobre l'origen i traçabilitat del producte que impedeix als consumidors obtenir informació verídica i completa sobre l'ètica del producte.
- B) L'objectiu de la ILP és facilitar els medis que permeti als consumidors obtenir informació sobre l'origen i traçabilitat dels béns de consum amb caràcter previ a la seva adquisició a través de l'etiquetatge del mateix, el que els permetrà adquirir productes de manera lliure i informada potenciant la valoració ètica dels mateixos.
- C) La tecnologia NFC (Near Field Communication) té per objectiu oferir màxima informació des del terminal mòbil del consumidor envers l'origen i traçabilitat del producte.

L'etiquetatge NFC (que és la mateixa tecnologia de les targetes de crèdit *contactless*) permet al consumidor, des del mòbil i sense haver-se de descarregar cap *app*, obtenir tota la informació dels productes que portin aquest tipus d'etiquetatge. Passant o acostant el mòbil per sobre de l'etiqueta NFC i des del portal d'empreses, el consumidor té accés a tota la informació de l'origen i els processos productius pels quals ha passat el producte etiquetat. Les empreses productores de béns de consum hauran d'oferir transparència i, per tant, informar sobre l'origen ètic dels productes, cosa que obrirà un nou concepte de traçabilitat i probablement també al de consum i responsabilitat. Les empreses poden treballar el màrqueting dels seus productes d'una manera nova i immediata, però el requisit serà sempre que almenys una de les pestanyes del portal de l'empresa dipositaria de la informació que s'obre passant el telèfon per l'etiqueta NFC expliqui clarament l'origen i els diferents processos productius (inclosos els externalitzats) d'allò que el consumidor està a punt de comprar.

Actualment ja hi ha plataformes que estan treballant en aquesta tecnologia com per exemple Make it Visible (MiV) de Twenty Corner, S.L.

- D) Cal conduir a les **empreses a ser transparents i a donar la màxima informació i que sigui veraç i comprobable** sobre les característiques i els processos productius del seu producte. Això farà que la pròpia competència del mercat porti a les empreses a produir de manera ètica. Això és que les empreses es vegin forçades a ser ètiques i transparents per a tenir èxit i beneficis i no a l'inversa ja que aquesta transparència serà un valor afegit per al consumidor.
- E) Cal ajudar a **modificar els hàbits del consumidor** amb la incorporació d'un tercer criteri ètic de compra addicional al qualitat/imatge i el preu.



La incorporació de l'etiquetatge amb NFC tecnològicament facilita l'accés a la informació potenciant la transparència i fent que el consumidor disposi de tota la informació possible sobre el producte, composició i el seu origen possibilitant, així, que assoleixi més consciència sobre la problemàtica d'adquirir productes amb orígens no ètics.

En primer lloc el consumidor ja no podrà dir mai més que no coneix l'origen del producte que està a punt de comprar i del qual fins ara n'intuïa (només intuïa) que no donava totes les garanties ètiques mínimament exigibles. Per tant, al criteri de qualitat-preu s'incorpora ara un tercer criteri ètic de consum amb molta més immediatesa i facilitat de transparència respecte d'aquest origen del producte per al consumidor.

