

## Danone incorpora la fecha de consumo preferente en sus yogures para luchar contra el desperdicio alimentario

- Danone avanza en su lucha contra el desperdicio alimentario y sus graves consecuencias incorporando la fecha de consumo preferente en sus yogures.
- La compañía ya ha empezado a implementar la nueva fecha de consumo en aproximadamente el 80% de su porfolio en España.
- Esta decisión refuerza el compromiso de Danone por un futuro sin fecha de caducidad y su apuesta por una alimentación saludable, sostenible e inclusiva.

**Barcelona, 13 de mayo de 2021.-** Un tercio de la comida que se produce a escala mundial se desperdicia. En España, cada persona desecha 77 kilos de alimentos al año, de los que un 42% se generan en los hogares. Además, el desperdicio alimentario es el responsable del 7% de las emisiones globales de gases de efecto invernadero.

Para luchar contra estas cifras y contribuir a la sostenibilidad de los recursos naturales, Danone ha iniciado la implementación de la fecha de consumo preferente en el etiquetado de sus yogures, en lugar de fecha de caducidad. El cambio ha sido anunciado hoy de la mano de Too Good To Go, movimiento de referencia que lucha contra el desperdicio de alimentos, en un encuentro virtual transmitido desde el centro I+D Isaac y Daniel Carasso de Danone en Barcelona.

“Hemos preparado este paso con mucha dedicación y esfuerzo, especialmente desde la perspectiva de calidad y seguridad alimentaria”, explica Paolo Tafuri, director general de Danone España. “El momento actual exige responsabilidad por parte de las empresas, un valor que Danone siempre ha tenido en cuenta y que asumimos a través de nuestro doble compromiso con la salud de las personas y la del medioambiente”, añade Tafuri.

“La crisis sanitaria, económica y social provocada por el COVID-19 ha puesto todavía más de manifiesto la necesidad de que empresas, instituciones y entidades sociales colaboren para poder mejorar la sociedad en la que vivimos. Por este motivo Danone es una empresa B Corp y por esta razón tomamos la decisión de cambiar la fecha de nuestros yogures a fecha de consumo preferente. Esperamos contribuir así a la lucha contra las graves consecuencias sociales, económicas y ambientales del desperdicio alimentario”, concluye Paolo Tafuri.

### Implementación progresiva

La fecha de consumo preferente está siendo implementada de forma progresiva en el porfolio de yogures de Danone, en las referencias en las que se garantizan los máximos estándares de calidad y seguridad alimentaria. Marcas como Danacol, Actimel y Alpro ya cuentan con este etiquetado. Durante los próximos meses se implementará en Vitalinea y Densia, y en septiembre le sucederán Activia, Danonino, marca Danone y Oikos. En total, el 78% de los productos de Danone en España contarán con fecha de consumo preferente.

### **Por un futuro sin fecha de caducidad: mira, huele, prueba**

Junto a Too Good To Go, movimiento referente en la lucha contra el desperdicio de alimentos, Danone promueve iniciativas de concienciación con el objetivo de despertar la conciencia sobre un futuro sin fecha de caducidad: con menos desperdicio alimentario y una reducción de la huella de carbono.

La lucha de Danone contra el desperdicio alimentario se origina por dos motivos principales. Por un lado, hay millones de personas que pasan hambre en el mundo mientras se desechan toneladas de comida. Por otro, el desperdicio de alimentos es responsable del 7% de las emisiones de gases de efecto invernadero. Por ejemplo, salvar del desperdicio 1 kg de yogur (8 unidades), supone salvar 1,8 kg de emisión de CO<sub>2</sub>, según datos de DanPrint, herramienta interna desarrollada por Danone que permite medir las toneladas de CO<sub>2</sub> liberadas a la atmósfera.

Danone colabora con Too Good To Go para sumar esfuerzos y, desde la didáctica, concienciar a los consumidores sobre el desperdicio alimentario y sus consecuencias. Según apunta Too Good To Go, más de la mitad de los consumidores españoles no saben diferenciar entre fecha de caducidad y fecha de consumo preferente.

Helena Calvo, responsable de proyectos de sensibilización de Too Good To Go, explica que “el desconocimiento hace que muchas veces se desechen alimentos aptos para ser consumidos con seguridad. Por ello es importante sensibilizar sobre las graves consecuencias del desperdicio alimentario”.

“Los yogures son un alimento icónico, disponible en casi todas las neveras. Por ello aplaudimos que Danone se una a esta lucha haciendo el cambio de fecha y sumándose a nuestra iniciativa “Fechas con sentido: Mira, Huele, Prueba”, que tiene como objetivo explicar al consumidor que debe utilizar los sentidos para comprobar si las características de sabor y olfato de los alimentos permiten que sean consumidos una vez pasada esa fecha”, concluye Helena Calvo.

### **Un cambio necesario en un momento excepcional**

Danone forma parte del movimiento “Marcas Waste Warrior” de Too Good To Go, una comunidad de marcas comprometidas con la lucha contra el desperdicio de comida.

Según la Comisión Europea, el etiquetado de los alimentos es el responsable del 10% de toda la comida que se desperdicia en la Unión Europea. La fecha de consumo preferente indica el momento hasta el cual el alimento conserva la calidad prevista, una vez sobrepasada esta fecha, aunque pueda haber cambios de sabor, olor o, textura, el alimento sigue siendo seguro para su consumo siempre que esté en buenas condiciones de conservación y mantenga su envase en buen estado.

La fecha de caducidad, en cambio hace referencia a la seguridad del alimento, por lo que no se debería consumir nada caducado, independientemente de su estado o conservación.

#### **Acerca de Danone**

Con la misión de aportar salud a través de la alimentación al mayor número de personas, Danone se encuentra entre los líderes mundiales de la industria de la alimentación y tiene tres líneas de negocio: productos lácteos y vegetales, nutrición especializada y aguas. A través de su misión y de su compromiso con el progreso tanto empresarial como social, la compañía pretende construir un futuro más saludable, a través de una mejor salud, una mejor vida y un mundo mejor para todos sus partners: consumidores, clientes, proveedores, accionistas, sus más de 100.000 empleados y todas las comunidades con las que interactúa. Con productos presentes en más de 120 mercados, Danone alcanzó en 2020 una facturación de 23.620 millones euros. La empresa fue fundada en 1919 por Isaac Carasso en la ciudad de Barcelona. En España, Danone da empleo a 2.000 trabajadores, tiene plantas de producción e instalaciones productivas en ocho comunidades autónomas y abastece diariamente a 40.000 comercios y cada día casi 4 millones de personas consumen Danone. La división de lácteos y productos de origen vegetal y la de aguas están certificadas como empresas B Corp por cumplir con los más altos estándares de desempeño social y ambiental, transparencia y responsabilidad. Para más información: [www.danoneespana.es](http://www.danoneespana.es)

#### **Acerca de Too Good To Go**

Too Good To Go es una compañía de impacto social que lucha contra el desperdicio de alimentos en Europa y Estados Unidos. Lo hace a través de una app que conecta a usuarios con supermercados, restaurantes, panaderías, entre otros establecimientos que venden su excedente diario de comida a precio reducido para evitar su desperdicio. Certificada como empresa B Corp, Too Good To Go surge en 2016, ya está operando en 15 países y cuenta con más de 37 millones de usuarios que han salvado más de 73 millones de packs de comida en los más de 90.000 establecimientos asociados. Bajo el lema #LaComidaNoSeTira llegó a España en 2018 donde ya cuenta con más de 2 millones de usuarios y más de 8.000 establecimientos en los que se han salvado más de 3 millones de packs de comida. Además de la app, su misión va más allá y ha creado El Movimiento Contra el Desperdicio de Alimentos para inspirar sobre el problema y creando campañas de concienciación y proyectos en Hogares, Negocios, Educación y Asuntos Públicos para lograr un cambio real en todos los niveles. La app es gratuita y está disponible para iOS y Android.

Para más información [www.toogoodtogo.es](http://www.toogoodtogo.es)

#### **Para más información**

Christian Martinell; Marta Olmos  
External Communications, GS Iberia  
[external.communications@danone.com](mailto:external.communications@danone.com)

#### **Para más información (Tinkle)**

Lorena Corfas / Alejandra Ferrer / Nora Zamora  
Mobile +34 630 043 239 / +34 673 225 700 / +34 600 46 27 28  
[lcorfes@tinkle.es](mailto:lcorfes@tinkle.es); [aferrer@tinkle.es](mailto:aferrer@tinkle.es); [nzamora@tinkle.es](mailto:nzamora@tinkle.es)