

## Etiquetado digital en el sector vitivinícola: Trazabilidad, transparencia e información al consumidor

### Digital labeling in the wine sector: Traceability, transparency and consumer information

Ángel Sánchez Hernández<sup>1</sup> y Beatriz Sáenz de Jubera Higuero<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Catedrático de Derecho Civil. Universidad de La Rioja (España). Director del Centro de Investigación Aplicada y Multidisciplinar del Vino y de la Agroalimentación en la Universidad de La Rioja (CIVA). Edif. Quintiliano, c/ La Cigüeña, 60, 26002. Logroño (La Rioja), España

<sup>2</sup> Profesora Contratada Doctora de Derecho Civil (acreditada a Profesora Titular de Universidad). Universidad de La Rioja (España). Miembro del Centro de Investigación Aplicada y Multidisciplinar del Vino y de la Agroalimentación en la Universidad de La Rioja (CIVA). Edif. Quintiliano, c/ La Cigüeña, 60, 26002. Logroño (La Rioja), España

**Resumen.** Implantar la trazabilidad a fin de identificar, no sólo el origen, sino también otros aspectos del producto agroalimentario “seguro”, además de contribuir al adecuado funcionamiento del mercado interior y constituir un instrumento de la Administración para controlar el cumplimiento de los requisitos legales en el ámbito agroalimentario, garantiza el derecho del consumidor a estar informado veraz, eficaz y suficientemente respecto del origen y de otras características esenciales, vg. del vino, a efectos de tomar la decisión más completa y libre de consumirlo o no. La indicación en el etiquetado de los atributos intrínsecos que otorgan la calidad a un vino, aporta mucho valor al consumidor, quien presta atención a la información precisa que recibe referida a la indicación de origen geográfico del vino -DOP e IGP-, así como de sus propiedades intrínsecas relevantes diferenciales, todo lo cual aporta valor y confianza para el consumidor en el vino de calidad. La digitalización en el sector del vino constituye un instrumento que, además de posibilitar el cumplimiento a la normativa vigente sobre etiquetado, ayuda a mejorar la competitividad, la rentabilidad y a reducir la huella medioambiental apostando por mejorar la eficiencia en la utilización de los escasos recursos naturales.

**Abstract.** Implement traceability in order to identify, not only the origin, but also other aspects of the "safe" agri-food product, in addition to contributing to the proper functioning of the internal market and constituting an instrument of the Administration to control compliance with legal requirements in the agri-food field, guarantees the consumer's right to be truthfully, efficiently and sufficiently informed regarding the origin and other essential characteristics, eg. of wine, in order to make the most complete and free decision to consume it or not. The indication on the label of the intrinsic attributes that give quality to a wine adds a lot of value to the consumer, who pays attention to the precise information they receive regarding the indication of geographical origin of the wine -DOP and IGP-, as well as its relevant differential intrinsic properties, all of which add value and confidence to the consumer in quality wine. Digitization in the wine sector is an instrument that, in addition to enabling compliance with current labeling regulations, helps to improve competitiveness, profitability and reduce the environmental footprint, opting to improve efficiency in the use of scarce natural resources.

## 1 Planteamiento

La información y la transparencia en todos los sectores, incluido el vitivinícola, son, sin duda, mecanismos para lograr la confianza del consumidor. A ello se suma la necesaria trazabilidad del producto, como instrumento necesario para recabar la precisa información además de como medida de gestión del riesgo que permite minimizar y controlar los peligros relacionados con la seguridad alimentaria.

El sector vitivinícola y el consumidor son cada vez más conscientes de la importancia y necesidad de la correcta trazabilidad y transparencia en el sector puesto que proporcionan garantía y confianza, además de seguridad alimentaria.

A este respecto, el uso de nuevas tecnologías y la digitalización son instrumentos muy relevantes en el desarrollo del sector vitivinícola y, particularmente, herramientas que permitirán avanzar en los procesos informativos al consumidor (no solo en cuanto a trazabilidad, sino también en relación con una serie de características del vino, como *vg.* los ingredientes, valor nutricional o sostenibilidad) y, a su vez, permiten a las bodegas tomar decisiones, alejadas de la mera intuición, sobre la producción, elaboración y comercialización del vino.

En este trabajo se concretarán algunas de las previsiones legales específicas establecidas en relación con la información que debe proporcionarse en el etiquetado de los vinos, en atención a las exigencias de trazabilidad, no sólo en aras de una mayor seguridad alimentaria, sino también para conseguir una mejor información que permita al consumidor decidir sobre el vino que desea tomar.

Y junto con ello se aludirá a la creciente necesidad de acudir al etiquetado digital y a otras herramientas de uso de nuevas tecnologías para favorecer los procesos de información, transparencia y trazabilidad de los vinos.

## 2 La trazabilidad como garantía de información al consumidor de la calidad y seguridad del vino

Para evitar el fraude en la comercialización de vinos y ante las dificultades que pueden tener los consumidores para evaluar sus propiedades intrínsecas, el sector vitivinícola -al igual que en general otros sectores agroalimentarios- cuenta, entre otras, con las herramientas de la trazabilidad y el etiquetado de los vinos como garantía de calidad y seguridad alimentaria.

Para alcanzar un alto nivel de protección al consumidor, especialmente de su derecho a la salud, resulta preciso implantar procedimientos de rastreabilidad de los alimentos<sup>1</sup>. La posibilidad de identificar un alimento o sus componentes desde el origen hasta su puesta a disposición del consumidor es fundamental para

la salubridad y la confianza del consumidor respecto de un determinado producto agroalimentario. Por tanto, la trazabilidad es una garantía de seguridad alimentaria y un distintivo de la calidad puesto que ofrece un valor añadido, al permitir controlar y verificar el origen del producto, en este caso del vino, que se pone en el mercado.

La trazabilidad es una herramienta para conocer todos los elementos que intervienen en la elaboración de un producto agroalimentario -materia prima, aditivos, ...- y todas las fases por las que pasa el mismo. Además de garantizar la seguridad alimentaria, se nos muestra los atributos de un alimento como el vino, permitiéndonos conocer, paso a paso, las condiciones y manipulaciones que lo rodean en su elaboración.

En el Reglamento (CE) n.º 178/2002 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 28 de enero, por el que se establecen los principios y los requisitos generales de la legislación alimentaria, se crea la Agencia Europea de Seguridad Alimentaria y se fijan los procedimientos relativos a la seguridad alimentaria relacionados con la trazabilidad como capacidad de reproducir el historial de un producto alimentario, con la finalidad de poder localizar rápidamente el origen de los problemas que pudiesen surgir en su elaboración y distribución. De esta manera, la trazabilidad nos permite eliminar rápidamente el producto alimentario insalubre antes de que llegue al consumidor y, además, permite averiguar el origen de su no salubridad en cuestión.

El artículo 19 del susodicho Reglamento establece que si el responsable de la empresa agroalimentaria, en este caso, una bodega, considera o sospecha que el vino elaborado o distribuido no cumple con los requisitos de inocuidad o que no puede garantizar los diferentes atributos del vino, debe retirarlo inmediatamente del mercado, comunicándolo a la autoridad competente y cooperando con el resto de los intervinientes de la cadena alimentaria, delimitando las responsabilidades y minimizando los efectos económicos o adversos, transmitiendo así al consumidor un valor intangible: la confianza.

Mediante la trazabilidad se puede rastrear el itinerario, el movimiento que ha seguido el vino e identificar la ruta seguida por sus ingredientes. Se trata de una herramienta que permite identificar y seguir el rastro a la traza del vino a lo largo de su proceso de elaboración, distribución y comercialización<sup>2</sup>. Precisamente uno de los valores añadidos a la trazabilidad es el de justificar la calidad de los vinos mediante el origen geográfico, los ingredientes y el proceso de elaboración.

La trazabilidad permite al consumidor confiar más en el vino que consume ya que es seguro, le permite elegir entre vinos similares, pero diferentes, siendo, por tanto, un instrumento para garantizar la calidad de los vinos, previniendo fraudes, adulteraciones y cualquier práctica que induzca a engaño a los consumidores.

<sup>1</sup> Artículo 2, apartado e) de la Ley 24/2003, de 10 de julio, de la Viña y del Vino, define el "Vino" diciendo que es el alimento natural obtenido exclusivamente por fermentación alcohólica, total o parcial, de uva fresca, estrujada o no, o de mosto de uva.

<sup>2</sup> El art. 3 del Reglamento UE 178/2002, define la trazabilidad como una herramienta que nos da la posibilidad de encontrar y seguir el rastro, a través de todas las etapas de producción, transformación y distribución de un alimento.

Este instrumento permite disponer de toda la información sobre un vino, permite que los consumidores reciban información específica de aquellos datos y características útiles sobre el vino, *vg.* composición, ingredientes..., en particular aquellos datos necesarios para los consumidores que por razones de salud deban, o quieran, evitar la ingesta de algunos ingredientes nocivos para la salud del consumidor afectado. Así el consumidor es consciente de que la trazabilidad proporciona garantía y confianza.

Son muchas las utilidades y beneficios que reporta la trazabilidad, por lo que se ha de integrar en la cadena de valor, también como instrumento para garantizar el derecho de los consumidores a la información a través del etiquetado que pone de manifiesto la calidad del vino: se ofrece al consumidor una información fiable y contrastada que le permite diferenciar entre los atributos de los distintos vinos.

Para conectar la trazabilidad con el consumidor, se hace necesario ofrecer una información relevante a través del etiquetado, mecanismos ambos de protección del consumidor que le proporcionan mayor confianza en la calidad de un vino. No olvidemos que la trazabilidad no sólo está asociada a la seguridad alimentaria -salubridad-, sino también a la calidad del vino ya que garantiza la indicación de su origen geográfico.

La indicación en el etiquetado de los atributos intrínsecos que otorgan la calidad a un vino, aporta mucho valor al consumidor, que presta atención a la información precisa que recibe de la indicación del origen geográfico del vino -DOP e IGP-, así como de sus propiedades intrínsecas relevantes lo que le dota de calidad diferencial, aportando mayor valor y confianza para el consumidor.

La información sobre los atributos que se recoge en la etiqueta, datos que proceden de la trazabilidad (referidos a la salubridad, información nutricional, sostenibilidad, indicación geográfica del vino...), se valoran cada vez más por los consumidores ya que son una garantía frente a un posible fraude o riesgo sanitario.

Por todo ello, se ha de realizar un correcto uso del etiquetado del vino al objeto de que el consumidor aprecie mejor su origen geográfico, la salubridad e información nutricional, en suma, la calidad del vino. De este modo, el consumidor, por medio de la trazabilidad y a través de la etiqueta, al recibir unos indicadores claros, creíbles, veraces y fáciles de comprender, adquiere una mayor confianza en el vino que consume.

Toda la información de los indicadores de un vino, el consumidor la puede recibir a través de las TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación) que ya son fáciles de utilizar - *vg.* un código QR-.

### **3 Etiquetado y digitalización de la información al servicio del consumidor de vinos**

La digitalización en el sector vitivinícola constituye un instrumento que ayuda a mejorar la competitividad, la rentabilidad y a reducir la huella medioambiental

apostando por mejorar la eficiencia en la utilización de los disminuidos recursos naturales.

La digitalización en el mundo del vino consiste en reorientar las bodegas hacia el uso de las tecnologías digitales, adoptando unas herramientas y unas competencias digitales. La digitalización se suele iniciar con la gestión económica-financiera, con operaciones de la cadena de suministros y las expediciones. Después, se pasa a la analítica de datos y se suele aplicar también al enoturismo mediante una estrategia de comunicación y de marketing relacional.

Son evidentes las ventajas del uso de la digitalización en cuanto a la automatización de tareas que dotan a los procesos de agilidad operativa. *Vg.*: Tener una trazabilidad exhaustiva de dónde están mis vinos en el mercado. Para ello, dispongo de la inteligencia artificial como tecnología que se aplica a la trazabilidad y al cuidado del canal de distribución.

La digitalización aporta productividad al automatizar tareas repetitivas, permite tener capacidades predictivas y trabajar en entornos seguros.

Además, a la digitalización del sector se llega también para dar cumplimiento a la normativa vigente que obliga a las bodegas a un cierto grado de digitalización. El Reglamento (UE) 2021/2117, de 2 de diciembre, del Parlamento Europeo y del Consejo, modificó, entre otros, los Reglamentos (UE) 1308/2013 y 251/2014, y con ello ha establecido nuevas disposiciones y exigencias en relación con el etiquetado de los vinos y vinos aromatizados: concretamente establece que a partir del 8 de diciembre de 2023 será obligatorio en la UE que la etiqueta de los vinos- con independencia de su origen- contenga, entre otras indicaciones, la lista de ingredientes, información sobre alérgenos (intolerancias alérgicas), información sobre aspectos nutricionales, valores energéticos (calorías), de conformidad con lo previsto en el artículo 9 del Reglamento (UE) 1169/2011, de 25 de octubre de 2011.

Además de incluir esa información en la etiqueta física en la botella de vino, se permite que pueda proporcionarse a través de un medio electrónico -*vg.* código QR - a través del cual los consumidores puedan obtener toda esa información mediante un enlace que lleve a una etiqueta electrónica alojada de forma independiente.

### **4 Uso de nuevas tecnologías favoreciendo la información, transparencia y trazabilidad en el sector vitivinícola: el etiquetado digital**

La normativa específica del sector vitivinícola y la Política Agraria Común (PAC) están impulsando en los últimos años la digitalización como herramienta de desarrollo del sector y, especialmente, en atención a la seguridad alimentaria, aportando prevención y reacción ante los problemas de alerta alimentaria. Entre otros aspectos, desde las instituciones europeas se viene

fomentando la seguridad y la transparencia en los procesos especialmente a través del etiquetado.

Para facilitar el acceso a esa información requerida en la normativa vitivinícola europea se reconoce la posibilidad de acudir, bajo ciertas condiciones, al etiquetado electrónico o digital.

El Reglamento (UE) 2021/2117, al modificar el art. 119 del Reglamento (UE) 1308/2013, prevé que la información nutricional contenida en el envase o en la etiqueta física pegada al mismo pueda limitarse al valor energético, así como a enumerar los alérgenos y sustancias que pudieran causar intolerancia, pudiendo proporcionar la información nutricional completa y la lista de ingredientes por medios electrónicos indicados en el envase o en la etiqueta sujeta al mismo. De modo que, si se opta por una etiqueta electrónica, debe advertirse que, no obstante, además, en la etiqueta física siempre deberá hacerse constar el valor energético (por 100ml de vino, mediante el símbolo “E” de energía, como declaración de calorías) y también las sustancias de posible intolerancia y los alérgenos (en este caso precedidos de la palabra “contiene”).

El etiquetado digital responde a la demanda de transparencia en el sector vitivinícola, impulsando la información que capacita a los consumidores para que elijan los vinos que prefieran.

La etiqueta digital es, sin duda, un instrumento que puede ayudar a las empresas del sector vitivinícola a simplificar y agilizar el proceso de transparencia al consumidor aportando información relevante detallada y estandarizada sobre el producto, así como favoreciendo el seguimiento y la trazabilidad del producto. Además, cuenta con dos ventajas claras: a) facilita la actualización de la información nutricional del producto o incluso la subsanación de errores contenidos en la información de una forma más ágil y económica para el empresario, por cuanto no es preciso modificar las etiquetas físicas de todas las botellas o envases, sino tan solo modificar la web en la que se contiene esa información y a la que se remite con la etiqueta digital; y b) permite proporcionar toda la información obligatoria ocupando un menor espacio dentro de la etiqueta, la cual podrá utilizarse para otros contenidos relevantes o para destacar más la marca, denominación de origen, etc.

Para ese etiquetado por medios electrónicos podrían acogerse distintas herramientas digitales: particularmente, nuevas tecnologías como el código QR o la tecnología *blockchain*. Esta última tecnología cabría considerarla especialmente útil en el marco de la trazabilidad por cuanto se basa en criptografía asimétrica y viene a consistir en un registro codificado e inmutable en cadena de las distintas incidencias, operaciones o actos que tengan lugar con respecto al producto, que permiten hacer un seguimiento seguro de dicho activo; la inmutabilidad de los registros la hace particularmente interesante para el proceso de trazabilidad.

No obstante, en la práctica, por su mayor facilidad de uso y de implantación (en comparación con la tecnología *blockchain*), se va imponiendo en el sector, entre las distintas bodegas de España, el uso del código QR incluido en la etiqueta o contraetiqueta de la botella o envase, que, tras su escaneo con el móvil, lleva al

consumidor a la etiqueta electrónica alojada en una plataforma online o una página web con toda la información sobre el concreto vino que se quiere adquirir y consumir; información que se puede consultar en el idioma del propio usuario, que elija él mismo o el determinado por la previa geolocalización del consumidor. El acceso a la información es de forma gratuita para el consumidor, sin necesidad de suscribirse a plataformas o crearse cuenta alguna.

Otra opción sería incluir directamente la url de la web con esa información nutricional en la propia etiqueta, pero actualmente, al menos por razones estéticas y también por comodidad y rapidez de acceso por los usuarios, parece más apropiado el uso del código QR.

Ahora bien, en la normativa comunitaria se advierte claramente a este respecto que en el uso del etiquetado digital o electrónico debe evitarse toda recopilación o seguimiento de datos de los usuarios, así como que no debe facilitarse y mostrarse esa información nutricional junto con otra información que tenga fines comerciales o de comercialización.

Una advertencia hecha, sin duda, en el marco de la protección de los datos personales de los usuarios y con el fin de evitar cualquier tipo de abusos e intromisión injusta en la esfera personal del consumidor al acceder a una información que legalmente se exige debe proporcionársele, no pudiendo amparar el formato electrónico actuaciones abusivas de rastreo de datos y de recopilación de datos para un posterior uso con fines comerciales, ni aprovechar el acceso del usuario para introducir publicidad comercial junto con la información nutricional. El etiquetado digital debe limitarse a dar cumplimiento a las exigencias legales de información nutricional y de lista de ingredientes del producto, agilizando y facilitando el acceso a dicha información de modo completo por los usuarios, a la par que facilitando el cumplimiento de esa obligación a las bodegas y proveedores.

El incumplimiento de estas restricciones y de las previsiones normativas sobre el contenido de las etiquetas, vulnerando así la transparencia exigida, implicaría la retirada del producto del mercado.

Esto determina que la web a la que dirija ese código QR no puede tratarse de la web de la bodega, del fabricante o del proveedor pues ello supondría infringir la condición de no exhibir conjuntamente información comercial o con fines de venta o comercialización: las páginas web de las empresas contienen datos sobre marcas, productos, de marketing, etc. y por eso no puede ser la web a la que se vincule el código QR.

De ahí que, sobre todo en este último año, haya proliferado la creación de plataformas específicas y especializadas donde alojar esas etiquetas digitales, sin más contenido que esa información nutricional y de ingredientes correspondiente al producto etiquetado, u otra adicional que aporte otra información relevante para el consumidor que la empresa quiera compartir (aun no siendo obligatorio legalmente que se proporcione), siempre y cuando no suponga información de la empresa fabricante o proveedora con finalidad comercial o de venta ni, por supuesto, excusa para el rastreo y recopilación de datos del usuario.

Mediante esas plataformas electrónicas y el alojamiento de las etiquetas electrónicas, cualquier bodega puede brindar a los consumidores información relevante, estandarizada y detallada del listado de ingredientes, de la información nutricional o de pautas de consumo responsable, así como, *vg.* información sobre sostenibilidad.

En definitiva, las etiquetas electrónicas, que suponen un avance en la digitalización en el sector del vino, permiten:

- a) a los consumidores acceder a la información relevante a través de la tecnología del código QR, atendiendo de esta forma a las necesidades de transparencia en favor del consumidor, aportándole garantías jurídicas, al brindarle información relevante, detallada y estandarizada;
- b) y a las bodegas les permite adaptarse a las nuevas exigencias normativas de etiquetado de los vinos.

## 5 Conclusiones

1<sup>a</sup>.- Implantar un sistema exhaustivo de trazabilidad permite identificar la empresa que ha suministrado el producto alimentario y asegurar, en caso de investigación, el origen de los productos en todas las etapas. La trazabilidad no sólo es una cuestión de seguridad alimentaria, también garantiza el derecho del consumidor a la información sobre un producto. Un elemento esencial para que la trazabilidad despliegue toda su eficacia es el etiquetado, imponiéndose la obligación de etiquetar el producto alimentario a fin de facilitar su rastreo (localización del problema de forma rápida para que las consecuencias sean lo más limitadas pudiendo repercutir los daños al agente causante). Además, el etiquetado tiene también como objetivo la existencia de confianza del consumidor en un alimento, *vg.* el vino.

2<sup>a</sup>.- La trazabilidad garantiza el derecho del consumidor a estar informado. La obligación de implantar la trazabilidad a fin de identificar, no sólo el origen, sino también otros aspectos del producto agroalimentario “seguro”, además de contribuir al adecuado funcionamiento del mercado interior y constituir un instrumento de la Administración para controlar el cumplimiento de los requisitos legales en el ámbito agroalimentario, garantiza el derecho del consumidor a estar informado veraz, eficaz y suficientemente respecto del origen y de otras características esenciales del vino a efectos de tomar la decisión más completa y libre de consumirlo o no.

3<sup>a</sup>.- Para conectar la trazabilidad con el consumidor se hace necesario ofrecer una información relevante a través del etiquetado. Los atributos que figurarán en la etiqueta, y que son datos que proceden de la trazabilidad- *vg.* referidos a la salubridad, información nutricional, sostenibilidad, indicación geográfica del vino-, se valoran cada vez más por los consumidores pues les ayuda a tener más confianza en la seguridad y calidad del vino.

Toda la información de los indicadores de un vino, el consumidor la puede recibir a través de las TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación) que ya son fáciles de utilizar – *vg.* un código QR-.

4<sup>a</sup>.- La digitalización en el sector del vino constituye un instrumento que ayuda a mejorar la competitividad, la rentabilidad y a reducir la huella medioambiental apostando por mejorar la eficiencia en la utilización de los escasos recursos naturales.

Asimismo, la digitalización del sector posibilita dar cumplimiento a la normativa vigente que obliga a las bodegas a un cierto grado de digitalización. El Reglamento (UE) 2021/2117, de 2 de diciembre, del Parlamento Europeo y del Consejo, que modificó, entre otros aspectos, las normas de etiquetado de los vinos y vinos aromatizados, establece que a partir del 8 de diciembre de 2023 será obligatorio en la UE que la etiqueta de los vinos contenga, entre otras indicaciones, la lista de ingredientes, información sobre alérgenos (intolerancias alérgicas), sobre aspectos nutricionales, valores energéticos (calorías), con independencia del origen del vino.

Además de incluir esa información en la etiqueta física en la botella de vino, se permite que pueda proporcionarse a través de un medio electrónico -*vg.* código QR - a través del cual los consumidores puedan obtener toda esa información mediante un enlace que lleve a una etiqueta electrónica alojada de forma independiente.

5<sup>a</sup>.- La información y la transparencia en el sector vitivinícola, son, sin duda, mecanismos para lograr la confianza del consumidor. A ello se suma la necesaria trazabilidad del producto, como medida de gestión del riesgo que permite minimizar y controlar los peligros relacionados con la seguridad alimentaria.

La trazabilidad es una herramienta para garantizar, no solo la seguridad alimentaria, sino también la información sobre los atributos del vino que le diferencian con otros. Para facilitar el acceso a esa información se reconoce la posibilidad de acudir, bajo ciertas condiciones, al etiquetado electrónico o digital; advirtiéndose a este respecto en el Reglamento (UE) 2021/2117 (considerando 42) y en el nuevo apartado 4 que este Reglamento añade al art. 119 del Reglamento (UE) 1308/2013, que al usar la etiqueta electrónica debe evitarse toda recopilación o seguimiento de datos de los usuarios, así como que no debe facilitarse conjuntamente información con fines de comercialización.

El sector vitivinícola y el consumidor son cada vez más conscientes de la importancia y necesidad de la correcta trazabilidad y transparencia en el sector pues proporcionan garantía y confianza, además de seguridad alimentaria. A este respecto, la digitalización es un instrumento muy relevante en el desarrollo del sector vitivinícola y, particularmente, una herramienta que permitirá avanzar en los procesos informativos al consumidor y, a su vez, permitir a las bodegas tomar decisiones, alejadas de la mera intuición, sobre la producción, elaboración y comercialización del vino.