# COMPROMETIDOS CON EL CONSUMIDOR

1

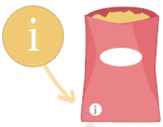
## Salud y bienestar

Las Empresas de SNACKS promueven activamente un estilo de vida saludable, donde tienen cabida los productos de aperitivo. Recomiendan el consumo moderado y ocasional de los **productos del aperitivo, integrados en una dieta variada, equilibrada y saludable.**

2

## Snackear

Las empresas de SNACKS trabajan para poner a disposición del consumidor la variedad de productos y formatos que facilitan el rol sociabilizador de la categoría, porque consumir snacks es un momento claramente asociado a **compartir y disfrutar.**



3

## Información al consumidor

Las empresas de SNACKS garantizan la inclusión de **información clara, veraz y simple** en los envases para que el consumidor pueda hacer una elección consciente e informada sobre cómo alimentarse y disfrutar los snacks atiendiendo a sus preferencias y necesidades alimenticias individuales.

4

## Mejora y reformulación

Aunque los snacks aportan **menos de un 2-3% de la ingesta de sal y grasas en la dieta**, las empresas de SNACKS se han adherido al Plan de Colaboración para la mejora de la composición de los alimentos y bebidas y otras medidas (2017-2020) de la AECOSAN, donde se incorporan los compromisos iniciados en 2005 de reducción de contenido en sal en snacks, y se incluyen nuevos compromisos de reducción de grasas saturadas, para seguir ofreciendo una mejora continua del perfil nutricional de los productos de aperitivo.

5

## Calidad

Los miembros de SNACKS garantizan la **Seguridad y Calidad** de los aperitivos que producen como exigencia previa a cualquier otra consideración. El estricto cumplimiento de la exigente normativa alimentaria permite ofrecer snacks que cumplen los altos niveles de calidad y seguridad exigidos por los consumidores.

6

## Innovación

Las empresas de SNACKS apuestan por escuchar al consumidor y focalizar los esfuerzos en nuevos desarrollos a partir de las tendencias que marcan sus inquietudes: sabor, practicidad y salud. **La industria de productos de aperitivo es pionera en innovación** y encabeza los rankings de desarrollo de nuevos productos y referencias disruptivas en el mercado de FMCG y productos de impulso, según se desprende del Estudio "la Innovación en el Sector de Aperitivos" de Kantar WorldPanel (2017).

7

## Comunicación responsable

SNACKS apoya el código PAOS de Autorregulación de la Publicidad de Alimentos dirigidos a menores, además de comprometerse con las guías establecidas en la Plataforma Europea de Acción sobre Alimentación, Actividad Física y Salud, y anima a sus empresas a participar de ellos para contribuir a **reducir eficazmente la exposición de los niños y menores a las comunicaciones comerciales audiovisuales relativas a alimentos y bebidas.**

8

## Pedagogía sobre la categoría

SNACKS y las empresas que la forman trabajan continuamente para **mejorar el conocimiento que los consumidores tienen de los productos de aperitivo.**

9

## Industria sostenible

El compromiso del sector con el **cuidado y protección del medio ambiente** queda patente en el constante trabajo por la minimización de sus impactos y en la gestión eficiente de los recursos disponibles. El sector está alineado con la Comisión Europea en su doble objetivo de evolucionar hacia un modelo de economía circular donde se mejore el uso, reutilización y reciclado del plástico y de prevenir el abandono de residuos en el medio o littering. Los miembros de SNACKS llevan tiempo esforzándose en mejorar la gestión de los residuos de los productos y envases que ponen en el mercado, junto con los demás eslabones de la cadena agroalimentaria, priorizando siempre la seguridad alimentaria.

10

## Desperdicio alimentario

El sector de SNACKS lleva años comprometido con la reducción de las pérdidas y el desperdicio alimentario, **mejorando la eficiencia de sus procesos y aprovechando al máximo los subproductos que generan.**