

III. OTRAS DISPOSICIONES

MINISTERIO DE SANIDAD, CONSUMO Y BIENESTAR SOCIAL

- 3630** *Resolución de 8 de febrero de 2019, de la Secretaría General de Sanidad y Consumo, por la que se publica el Convenio entre la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición y la Asociación Empresarial de Marcas de Restauración, para el desarrollo de los acuerdos del plan de colaboración para la mejora de la composición de los alimentos y bebidas y otras medidas 2017-2020.*

Suscrito el 20 de diciembre de 2018, Convenio entre la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición y la Asociación Empresarial de Marcas de Restauración (Marcas de Restauración) para el desarrollo de los acuerdos del plan de colaboración para la mejora de la composición de los alimentos y bebidas y otras medidas 2017-2020 y, en cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 48.8 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público, procede la publicación en el «Boletín Oficial del Estado» de dicho convenio, que figura como anexo de esta Resolución.

Madrid, 8 de febrero de 2019.–El Secretario General de Sanidad y Consumo, Faustino Blanco González.

ANEXO

Convenio entre la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición (AECOSAN) y la Asociación Empresarial de Marcas de Restauración (Marcas de Restauración) para el desarrollo de los acuerdos del plan de colaboración para la mejora de la composición de los alimentos y bebidas y otras medidas 2017-2020

Madrid, 20 de diciembre de 2018.

REUNIDOS

De una parte, doña Marta García Pérez, Directora Ejecutiva de la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición (en adelante AECOSAN), en virtud del Real Decreto 807/2018, de 29 de junio, que dispone su nombramiento, y facultada para su representación conforme a las atribuciones establecidas en el artículo 15.g del Estatuto de la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición, aprobado por Real Decreto 19/2014, de 17 de enero, por el que se refunden los organismos autónomos Instituto Nacional del Consumo y Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición en un nuevo organismo autónomo denominado Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición y se aprueba su Estatuto y en virtud del artículo 48.2 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público.

Y, de otra, don Carlos Pérez Tenorio como Presidente de la Asociación Empresarial de Marcas de Restauración (en adelante Marcas de Restauración) con CIF: G-81483059 con domicilio en la calle Santa Cruz de Marcenado, 33, planta 1, oficina 8, CP 28010 Madrid.

Actuando todos ellos en razón de sus respectivos cargos y en el ejercicio de las facultades que a cada una le están conferidas, con plena capacidad para formalizar el presente convenio

MANIFIESTAN

Primero.

Que la AECOSAN, perteneciente al Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social, es consciente de que la obesidad y el sobrepeso suponen un serio problema de salud pública en España y en el resto de Europa, ya que su relación con los problemas cardiovasculares, cáncer, diabetes tipo II, enfermedades respiratorias y enfermedades músculo-esqueléticas, entre otras, está bien establecida. Consciente también de que se pueden prevenir, desarrolla desde el año 2005, la Estrategia para la Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad (en adelante Estrategia NAOS), que tiene como finalidad mejorar los hábitos alimentarios e impulsar la práctica regular de la actividad física de todos los ciudadanos, para invertir la tendencia de la prevalencia de la obesidad, con acciones e intervenciones en distintos ámbitos (familiar, educativo, empresarial, sanitario, laboral, comunitario). Para ello desde la Estrategia NAOS se fomenta la implicación, sinergia y colaboración de todos los sectores y agentes de la sociedad tanto públicos como privados con acciones que estén centradas tanto a nivel poblacional como a nivel individual en la promoción de estilos de vida saludables, en el incremento de la educación e información para la salud desde la infancia, y en facilitar entornos más saludables al consumidor para ayudarle a tomar decisiones adecuadas en la adopción y mantenimiento de estilos de vida más saludables y activos.

Segundo.

Que tal y como indica la Organización Mundial de la salud (OMS), una alimentación saludable y la actividad física suficiente y regular son los principales factores de promoción y mantenimiento de una buena salud durante toda la vida e interaccionan positivamente. La realidad es que nuestra alimentación está siendo poco equilibrada, y con un consumo de frutas, hortalizas y de fibra por debajo de las recomendaciones de los organismos internacionales y en cambio y con exceso de sal, grasas, azúcares añadidos y calorías, lo que conduce a un patrón alimentario cada vez más alejado de nuestra tradicional dieta mediterránea. Además, el sedentarismo está adquiriendo una dimensión cada vez mayor, instalado en nuestro trabajo y nuestro ocio. Por eso y entre otras, llevar a cabo medidas que favorezcan una alimentación saludable y equilibrada, junto con el fomento de la actividad física diaria se asocia con la prevención del sobrepeso y de la obesidad, y las enfermedades relacionadas.

Para mejorar la alimentación, hay diferentes intervenciones, entre ellas, la reformulación o mejora en la composición nutricional de los productos, es una de las más eficaces para tener impacto en la reducción del consumo de algunos nutrientes, obtener beneficios nutricionales y así favorecer, un mejor entorno alimentario y conseguir mejoras en salud pública para la población. Facilitar más opciones más saludables de productos con menor contenido en sal, grasas saturadas o trans de origen industrial (mejor perfil lipídico), y azúcares añadidos, conjuntamente con otras iniciativas, favorecerá la adquisición y mantenimiento de pautas adecuadas de consumo de una dieta con una composición variada, acorde a las recomendaciones de las instituciones sanitarias y contribuirá a la reducción de las desigualdades en el acceso a una alimentación saludable, porque los productos con mejor composición nutricional será accesible a todos los ciudadanos.

Tercero.

Que la AECOSAN, a través de la Estrategia NAOS, forma parte del Grupo de Alto Nivel para la Nutrición y Actividad Física de la Comisión Europea, formado por la Comisión Europea y los Estados Miembros, y en el seno de este Grupo desde 2008 se ha acordado el abordaje prioritario de la reformulación de los alimentos y bebidas para conseguir ofrecer a los ciudadanos europeos productos que les permitan realizar una

dieta con mejor calidad nutricional y les faciliten las elecciones más saludables. También que en el Plan de Acción contra la Obesidad Infantil 2014-2020 de la UE se incluye entre las líneas de acción prioritarias, el crear entornos más saludables. Por otro lado en las Conclusiones del Consejo del 2016 y 2017 se invitaba a los Estados Miembros y a sus gobiernos a hacer un Plan para la Mejora de los alimentos y a colaborar con los sectores para llevarlo a cabo. También, por su parte, la Región Europea de la OMS recoge la reformulación como una línea de acción en el Plan de Acción Europeo de Alimentación y Nutrición 2015-2020 y en el Plan de Acción para la Prevención y el Control de las Enfermedades No Transmisibles (ENT).

Cuarto.

Que la Estrategia NAOS de la AECOSAN, como estrategia de salud, está alineada con las políticas europeas, y por ello, desde el 2005 impulsa la reformulación de los alimentos y bebidas como actuación de protección de la salud, a través de diversos convenios con acuerdos voluntarios entre la AECOSAN y sectores específicos como la industria y la distribución de alimentos y bebidas. Éstos llevan años trabajando de forma voluntaria y coordinada con la AECOSAN en la reformulación de alimentos y bebidas, con resultados efectivos, dentro del marco del Plan de Reducción del Consumo de Sal (2008) y del Observatorio de la Nutrición y el Estudio de la Obesidad. Para la AECOSAN continua siendo prioritario seguir aumentando significativamente la oferta de productos con mejor composición. Por ello, considerando ese nuevo impulso europeo, en base a la evidencia científica disponible, los datos de sobrepeso y obesidad en España, los estudios de consumo de ciertos nutrientes realizados en el marco del Observatorio de la nutrición y del Estudio de la Obesidad de la AECOSAN, y considerando la demanda del consumidor preocupado por su salud, la AECOSAN considera necesario abordar una mejora de la composición de diversos alimentos y bebidas de consumo habitual en niños, jóvenes y otros grupos de población e invitar a varios sectores del entorno alimentario a alcanzar compromisos voluntarios adecuados y asumibles de reformulación en un elevado número de productos. Para ello, se ha elaborado conjuntamente un amplio y transversal «Plan de colaboración para la mejora de la composición de los alimentos y bebidas y otras medidas 2017-2020» que contribuirá a reducir las desigualdades en el acceso a una alimentación saludable, para todos los ciudadanos y permitirá al conjunto de la población realizar una dieta equilibrada y variada, compatible con la salud y con las recomendaciones de las instituciones sanitarias.

Quinto.

Que Marcas de Restauración es una asociación empresarial que agrupa a las 42 principales cadenas de restauración organizada y moderna de España que suman casi 100 rótulos.

Las empresas asociadas a Marcas de Restauración se han comprometido con todas las medidas relacionadas con Autorregulación desde el año 2004 con la voluntad de aportar a la tarea colectiva de mejorar la dieta y hábitos de vida de los ciudadanos, especialmente, los más jóvenes.

Sexto.

Que las empresas asociadas a Marcas de Restauración llevan tiempo trabajando en iniciativas y procesos de reformulación con sus proveedores, así como ofreciendo mejoras en menús con el aumento de la presencia de fruta y hortalizas e introduciendo productos con mayor contenido en fibra. Además, también se han incorporado y extendido técnicas culinarias alternativas a la fritura como cocción con el fin de ayudar a fomentar hábitos de vida más saludables entre los consumidores.

Por ello, Marcas de Restauración y sus empresas asociadas consideran prioritario seguir realizando esfuerzos en reformulación y así sumarse al amplio y transversal «Plan

de Colaboración para la Mejora de la Composición de los Alimentos y Bebidas y otras Medidas 2017-2020» propuesto por la AECOSAN que va a contribuir a que el conjunto de la población pueda acceder a más productos reformulados y por lo tanto pueda realizar una dieta con una composición más equilibrada, variada, compatible con la salud y con las recomendaciones de las instituciones sanitarias.

Séptimo.

Que la industria de alimentación y bebidas lleva años comprometida con la adaptación de sus productos a las tendencias y demandas de los consumidores, tanto de forma autónoma, como a través de las colaboraciones público-privadas exitosas. La mejora de la composición de los productos es una estrategia útil que, junto a otras acciones y la educación nutricional, facilita una alimentación más saludable.

Octavo.

Que de conformidad con todo lo expuesto, las partes acuerdan suscribir el presente convenio que se regirá de conformidad con las siguientes

CLÁUSULAS

Cláusula primera. *Objeto del convenio.*

El objeto del presente convenio es establecer el marco de colaboración entre la AECOSAN y Marcas de Restauración, para que las empresas asociadas a Marcas de Restauración desarrollen adecuadamente las medidas acordadas en el «Plan de colaboración para la mejora de la composición de los alimentos y bebidas y otras medidas 2017-2020» (en adelante el Plan) para el sector de la restauración moderna, y que se incluyen como anexo I de este convenio.

Cláusula segunda. *Compromisos de las partes.*

Marcas de Restauración confirma el apoyo y la voluntad de que sus empresas asociadas en el 2020 consigan los objetivos fijados en las medidas cuantitativas y en las otras medidas acordadas específicamente para la restauración moderna que figuran en el Plan (anexo I).

Para ello se compromete a:

- Impulsar y promover, en el pleno respecto de las normas de competencia, las acciones que conduzcan al cumplimiento de dichas medidas.
- Establecer canales permanentes de diálogo e intercambio de información con sus empresas asociadas y la AECOSAN.
- Facilitar, en caso de solicitud por parte de la AECOSAN, la ejecución de la monitorización y seguimiento del Plan.
- Difundir los términos de los acuerdos y los resultados alcanzados y apoyar iniciativas o actividades de interés para la difusión de los acuerdos de este convenio, para el cumplimiento de los objetivos del Plan y para la posible adhesión de nuevas empresas no asociadas.
- Promover y facilitar el intercambio de buenas prácticas entre sus empresas asociadas.
- Ayudar a sus socios a promover una dieta equilibrada y hábitos de vida saludables.
- Buscar las sinergias con otros sectores y otras empresas para conseguir los acuerdos y objetivos del Plan y conformar entre todos una amplia variedad de productos y menús o comidas con una composición nutricional mejorada con el objeto de que los ciudadanos españoles puedan acceder a una alimentación más saludable en distintos establecimientos, entornos y servicios, y especialmente los niños y jóvenes.

AECOSAN se compromete a:

- Apoyar a Marcas de Restauración y a sus empresas asociadas y a las empresas no asociadas en todas las acciones que conduzcan al cumplimiento de las medidas cuantitativas y de las otras medidas acordadas en el Plan para el sector de la restauración moderna.
- Realizar el proceso de monitorización de las medidas acordadas en el Plan para el sector de la restauración moderna con la metodología actualizada y adaptada a los objetivos y medidas del Plan.
- Aplicar la metodología de monitorización de la reformulación para el seguimiento y control de los compromisos y medidas del Plan y, en su caso y si procede, la que sea acordada a nivel europeo para todos los Estados Miembros.
- Difundir de manera transparente los términos de los acuerdos y los resultados alcanzados y apoyar cualquier iniciativa o actividad de interés relacionada con este convenio y el Plan para favorecer la posible adhesión de nuevas empresas no asociadas.

Cláusula tercera. *Adhesión de las empresas.*

Las empresas representadas por Marcas de Restauración, incluidas en el anexo II se adherirán y firmarán un documento de adhesión al convenio (anexo III) en los términos contemplados en el mismo.

Otras empresas no asociadas a Marcas de Restauración, por iniciativa propia o a propuesta de los firmantes, podrán adherirse a esta iniciativa, siempre que se ajusten a lo contenido en este convenio, y previa conformidad de las partes firmantes del presente convenio.

Cláusula cuarta. *Publicidad.*

La colaboración prestada por las partes firmantes del presente convenio constará de manera fácilmente legible y expresa en toda la comunicación del convenio que se realice, en cualquier medio de difusión, durante la ejecución del mismo. Para la AECOSAN regirá lo dispuesto en el Real Decreto 1465/1999, de 17 de septiembre, que establece criterios de imagen institucional y regula la producción documental y el material impreso de la Administración General del Estado; y en la Resolución de 21 de marzo de 2013, de la Secretaría de Estado de Administraciones Públicas, por la que se aprueba la Guía de Comunicación Digital para la Administración General del Estado.

Cláusula quinta. *Compromisos económicos.*

El presente convenio no comportará ningún tipo de contraprestación económica u obligación financiera para las partes. La AECOSAN no adquirirá otras obligaciones ni compromisos que los que este documento refleja.

Cláusula sexta. *Consecuencias en caso de incumplimiento de las obligaciones.*

El incumplimiento por alguna de las partes de las obligaciones y compromisos asumidos llevará a la resolución del convenio sin que ello implique una indemnización a la otra parte.

Cláusula séptima. *Comisión de Seguimiento.*

Se establece una Comisión de Seguimiento cuya composición será la siguiente, con el apoyo técnico de las personas necesarias:

- Por parte de la AECOSAN: dos representantes, designados por la Dirección Ejecutiva.

– Por parte de Marcas de Restauración: dos representantes designados por sus órganos de gobierno, de acuerdo con sus estatutos.

La comisión de seguimiento velará por el cumplimiento de los acuerdos que se adopten, revisará periódicamente los acuerdos adoptados y resolverá en su caso, las cuestiones de interpretación que pudieran presentarse en la ejecución y desarrollo del presente convenio. La comisión de seguimiento se reunirá, al menos, una vez al año, durante la vigencia del mismo. Podrá actuar bien mediante reuniones presenciales, o por los medios telemáticos y/o electrónicos oportunos y se regirá por sus propias normas de funcionamiento.

Cláusula octava. *Vigencia.*

El presente Convenio tendrá una duración de cuatro años, se perfeccionará con el consentimiento de las partes y surtirá efectos una vez inscrito en el Registro Electrónico Estatal de Órganos e Instrumentos de Cooperación del sector público estatal y publicado en el «Boletín Oficial del Estado», en los términos previstos en el apartado 8 del artículo 48 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre. No obstante las partes de mutuo acuerdo podrán acordar su prórroga, formalizando a tal efecto, la oportuna adenda con las condiciones de prórroga, hasta un máximo de cuatro años adicionales, de acuerdo con el artículo 49 de la Ley 40/2015, de Régimen Jurídico del Sector Público.

Clausula novena. *Modificación.*

Las partes, de mutuo acuerdo, podrán acordar su modificación salvo en aspectos sustanciales, formalizando a tal efecto la oportuna adenda, de acuerdo con el artículo 49.g de la ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público.

Cláusula décima. *Extinción.*

El convenio se extinguirá por el cumplimiento de las actuaciones que constituyen su objeto o por incurrir en causa de resolución.

Son causas de resolución contempladas en el artículo 51.2 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público:

- a) El transcurso del plazo de vigencia del convenio sin haberse acordado la prórroga del mismo.
- b) El Acuerdo unánime de todos los firmantes.
- c) El incumplimiento de las obligaciones y compromisos asumidos por parte de alguno de sus firmantes.

En este caso, cualquiera de las partes podrá notificar a la parte incumplidora un requerimiento para que cumpla en un determinado plazo con las obligaciones o compromisos que se consideren incumplidos. Este requerimiento será comunicado al responsable del mecanismo de seguimiento, vigilancia y control de la ejecución del convenio y a las demás partes firmantes.

Si transcurrido el plazo indicado en el requerimiento persistiera el incumplimiento, la parte que lo dirigió notificará a las partes firmantes la concurrencia de la causa de resolución y se entenderá resuelto el convenio. La resolución del convenio por esta causa podrá conllevar la indemnización de los perjuicios causados si así se hubiera previsto.

- d) Por decisión judicial declaratoria de la nulidad del convenio.
- e) Por cualquier otra causa distinta de las anteriores prevista en el convenio o en otras leyes.

En caso de resolución del Acuerdo, las partes quedan obligadas al cumplimiento de sus respectivos compromisos hasta la fecha en que aquella se determine, no afectando a la finalización de las actuaciones que en ese momento estuvieran en curso de

ejecución, según lo establecido en el artículo 52 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público.

Cláusula undécima. *Régimen jurídico y resolución de conflictos.*

El presente convenio tiene naturaleza de convenio interadministrativo y se registrará por lo dispuesto en el Título Preliminar, Capítulo VI, de la citada Ley 40/2015, de 1 de octubre de Régimen Jurídico del Sector Público.

Las cuestiones litigiosas a que pueda dar lugar la interpretación, modificación, efectos o resolución del contenido del presente convenio que no hayan sido resueltas por la Comisión de Seguimiento prevista en la cláusula séptima del Convenio, se someterán a la jurisdicción contencioso-administrativa, de conformidad con lo dispuesto en la Ley 29/1998, de 13 de julio, reguladora de la citada jurisdicción.

Y en prueba de conformidad, se firma por cuadruplicado ejemplar de un mismo tenor y a un solo efecto, en el lugar y fecha indicados en el encabezamiento.—Por la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición, Marta García Pérez.—Por la Asociación Empresarial de Marcas de Restauración, Carlos Pérez Tenorio.

ANEXO I

Plan de colaboración para la mejora de la composición de los alimentos y bebidas y otras medidas 2017-2020.

Acuerdos con los que se comprometen las empresas de marcas de restauración

Objetivos numéricos de reducción para el sector de la restauración moderna

Establecimientos con servicio en mesa/establecimientos sin servicio en mesa/ establecimientos con restauración en ruta:

Medidas	Datos en 2016 (estimación media de todas las empresas)	% Reducción	Datos en 2020 (estimación media de todas las empresas)
Reducción del contenido de azúcar en sobres monodosis.	6 g	50%	3 g
Reducción del contenido de sal en sobres monodosis.	1,2 g	33%	0,8 g

Establecimientos con servicio en mesa (casual dinning, fine dinning):

Medidas	Datos en 2016 (estimación media de todas las empresas de este segmento)	Datos en 2020 (estimación media de todas las empresas de este segmento)
Aumentar la utilización de leche baja en grasa y desnatada en los desayunos y cafés.	20% de los desayunos y cafés.	50% de los desayunos y cafés.

Otras medidas para el sector de la restauración moderna.

Establecimientos con servicio en mesa (casual dining, fine dining):

Medidas	Datos en 2016 (estimación media de todas las empresas de este segmento)	Datos en 2020 (estimación media de todas las empresas de este segmento)
Ausencia de saleros y salseros en las mesas. Estarán a disposición del cliente bajo petición.	30% de las empresas.	70% de las empresas.
Utilización de aceite de girasol, girasol alto oleico y/o oliva en los procesos de fritura.	40% de las empresas.	100% de las empresas.
Adquisición de productos reformulados.	0% de las empresas.	90% de las empresas.
Disminución de tamaño de porciones o incremento de la oferta de platos «para compartir».	13% de las empresas lo ofrecen.	50% de las empresas lo ofrecerán.
Disponer de alternativas al pan blanco y/o aumentar la oferta de cereales integrales.	12% de las empresas lo ofrecen.	50% de las empresas lo ofrecerán.
Aumentar la oferta de platos preparados con técnicas culinarias como horneado, vapor y plancha frente a frituras.	10% de las empresas.	70% de las empresas.

Establecimientos sin servicio en mesa (fast food y casual food):

Medidas	Datos en 2016 (estimación media de todas las empresas del segmento)	Datos en 2020 (estimación media de todas las empresas del segmento)
Utilización de aceite de girasol y girasol alto oleico en los procesos de fritura.	50% de las empresas.	100% de las empresas.
Adquisición de productos reformulados.	0% de las empresas.	90% de las empresas.
Disminución de tamaño de porciones o incremento de la oferta de: platos «para compartir», productos de distintos tamaños.	15% de las empresas.	50% de las empresas.
Disponer de alternativas al pan blanco y/o aumentar la oferta de cereales integrales.	5% de las empresas.	50% de las empresas.
Disponer de leche baja en grasa y desnatada en los desayunos y cafés servidos a lo largo de todo el día.	20% de las empresas.	90% de las empresas.

Establecimientos de restauración en ruta (Recintos aeroportuarios, ferroviarios, estaciones de autobuses, áreas de servicio en autopistas y autovías y concesiones):

Medidas	Datos en 2016 (estimación media de todas las empresas del segmento)	Datos en 2020 (estimación media de todas las empresas del segmento)
Ausencia de saleros y salseros en las mesas. Estarán a disposición del cliente bajo petición.	30% de las empresas.	70% de las empresas.
Utilización de aceite de girasol, girasol alto oleico y/o oliva en los procesos de fritura.	40% de las empresas.	85% de las empresas.

Medidas	Datos en 2016 (estimación media de todas las empresas del segmento)	Datos en 2020 (estimación media de todas las empresas del segmento)
Adquisición de productos reformulados.	0% de las empresas.	90% de las empresas.
Disponer de leche baja en grasa y desnatada en los desayunos y cafés servidos a lo largo de todo el día.	20% de las empresas.	90% de las empresas.

Otras medidas opcionales a las que se comprometen las empresas de los tres tipos de establecimientos:

- Reducción de los orificios de salida de las tapas de los saleros.
- Aumentar la utilización de especias para reducir la sal añadida.
- Ofertar al consumidor aceite de oliva virgen como aderezo para las ensaladas.
- Incrementar el uso de grasas o aceites de perfil nutricional más saludable como el aceite de oliva y de girasol en sustitución de ciertas grasas saturadas.
 - Aumentar la oferta de guarniciones de verduras y hortalizas como alternativa a las patatas fritas.
 - Aumentar la oferta de guarniciones de legumbres.
 - Incorporar la presencia de frutas en las ensaladas.
 - Aumentar la oferta de fruta y zumos de fruta como opción de postre.
 - Ofertar frutas a lo largo de todo el día (en otras comidas) y no reducir su oferta a la alternativa de postre.
 - Aumentar la disponibilidad de agua corriente a disposición del cliente, bajo petición.
 - Nuestros socios impulsarán entre sus proveedores la reformulación de productos según los criterios firmados en cada una de las categorías de productos en el presente acuerdo por los diferentes sectores de la FIAB.

ANEXO II

Empresas representadas por marcas de restauración

Relación de las empresas que suscriben el convenio:

Establecimientos con servicio en mesa (casual dinning, fine dinning):

1. Brasa y Leña.
2. Buffalo Grill.
3. Cafestore SAU.
4. Casual Beer & Food, S.L.
5. Comess Group de Restauración, S.L.
6. Foodbox, S.A.
7. Gestión y Explotación de Restaurantes, S.L. (Grupo Abades).
8. Goiko Gourmet, S.L. (GOIKO GRILL).
9. Grupo Sigla (VIPS).
10. La Mafia Franchises, S.L. (La Mafia se Sienta a la Mesa).
11. Muerde la Pasta, S.L.
12. Pansfood S.A. (Eat Out).
13. Pastificio Service, S.L. (La Tagliatella).
14. TUK TUK-Taste of Asian Kitchen S.L. (Tuk Tuk Asian Street Food).
15. Udon Franchising, S.L.
16. Varopan, S.A. (VAIT).
17. Viena Repostería Capellanes (Viena Capellanes).

Establecimientos sin servicio en mesa (fast food y casual food):

1. Compañía del Trópico de Café y Té, S.L.
2. Establiments Viena, S.A.
3. Five Guys Spain, S.L.
4. Foodbox, S.A.
5. Grupo VIPS.
6. KFC Restaurants Spain, S.L.
7. Restalia Grupo de Eurorestauración, S.L. (Restalia).
8. Restaurantes McDonald's, S.A.
9. Rodilla Sánchez, S.L. (Grupo Rodilla).
10. Softy Cream franquicias S.L.U. (Smöoy).
11. Telepizza, SAU.

Establecimientos de restauración en ruta (Recintos aeroportuarios, ferroviarios, estaciones de autobuses, áreas de servicio en autopistas y autovías y concesiones):

12. Areas, S.A.U.
13. Autogrill Iberia, S.L.U.
14. Pansfood, S.A. (Eat Out).
15. Select Service Partner, SAU-SSP.

ANEXO III

Formulario de adhesión al Convenio entre la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición (AECOSAN) y la Asociación/Federación para el desarrollo de los acuerdos del plan de colaboración para la mejora de la composición de los alimentos y bebidas y otras medidas 2017-2020.

Madrid, xx de xx de 20xx

D./D.^a (nombre), en representación de empresa, Manifiesta la adhesión de su empresa al convenio entre la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición (AECOSAN) y la Asociación/Federación cumplir los acuerdos establecidos en este Convenio en el marco del Plan de colaboración para la mejora de la composición de los alimentos y bebidas y otras medidas 2017-2020, comprometiéndose por el solo hecho de esta adhesión a respetar las cláusulas del mismo.

Razón social:
Domicilio:
Localidad:
Provincia:
C.P.:
CIF:

Y en prueba de conformidad, se firma en el lugar y fecha indicados en el encabezamiento.

Por la empresa que se adhiere
Nombre:
Cargo: