

# **INICIATIVAS DE LAS ADMINISTRACIONES, Y ORGANISMOS. NORMATIVA A NIVEL EUROPEO Y NACIONAL.**

## PRODUCCION Y CONSUMO SOSTENIBLE: ¿Por qué surge?

### MOTIVOS

- 1.- Presión en algunos Estados Miembro con respecto al CO2  
(Fundamentalmente UK, y FR)
  
- 2.- Dispersión de Iniciativas sobre sostenibilidad en distintos Estados Miembro:
  - UK: edita metodología huella CO2
  - Francia: Publica Ley con medidas sobre sostenibilidad
  - Etc...

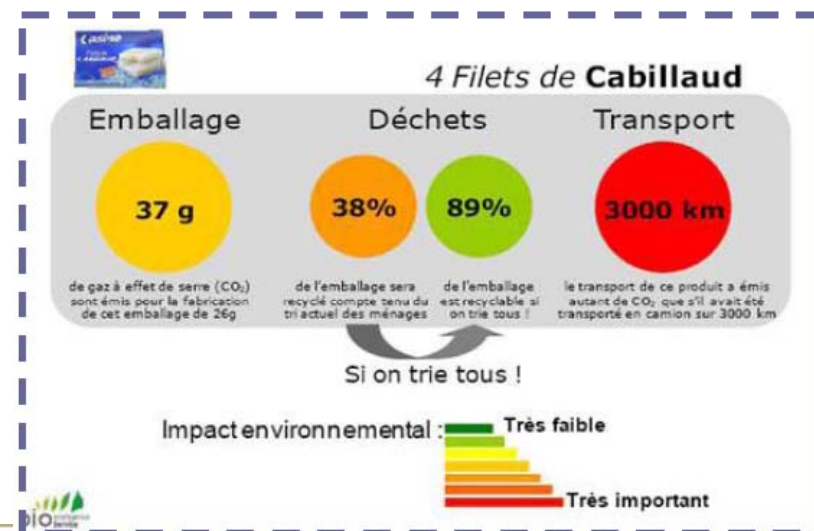
## FRANCIA LEY “GRENELLE”

Ley adoptada por el Gobierno francés en Enero 2009 y que prevé lo siguiente:

“El 1 de enero de 2011, los consumidores serán informados por medio de marcado, etiquetado, presentación o cualquier otro medio adecuado, de los contenidos de carbono equivalente de los productos y sus envases, así como del consumo de recursos naturales o el impacto sobre el medio ambiente que son atribuibles a estos productos durante su ciclo de vida.”

### ¿Porque la Ley?

- Oportunidad Política
- Fuerte presión de CASINO



## *Grupos sectoriales*

GT	Grupo de trabajo sectorial	Coordinador	Estado	PCR publicado (a partir de 22/06/11)
GT1	Alimentos (incluye también bebidas y alimentos para mascotas)	ADEME	ACTIVO	
GT2	Equipos eléctricos y electrónicos	FICIME	ACTIVO	
GT3D	Productos de limpieza	AFISE ?	ACTIVO	
GT 3J	Productos de jardinería	AFISE ?	ACTIVO	
GT4H	Higiene	GROUP'HIGYE NE	ACTIVO	Papel higiénico
GT 4B	Belleza	FEBEA	ACTIVO	Champú
GT5	Ropa, textiles casa, zapatos, artículos de cuero	CTC	ACTIVO	Zapatos
GT6	Productos de construcción / decoración, pinturas, pegamento / barniz		No activo	
GT7	Muebles	UNIFA / CTBA	ACTIVO	Cama, sofá, estantería
GT8	Papelería, ediciones, ocio, cultura, material de escritura	UNIC	ACTIVO	
GT9	Vajilla, utensilios de cocina y decoración		No activo	
GT10 S	Artículos deportivos		ACTIVO	Mochila, raquetas de tenis
GT10 J	Juguetes		ACTIVO	
GT11	Equipo no eléctrico y ferretería	UNIQ	ACTIVO	
GT12	Servicios financieros	UTOPIES	ACTIVO	
GT13	Coches / motos		No activo	
GT14	Joyas, vasos, cubiertos		No activo	
GT15	Recambios para automóviles		No activo	
GT16	Instrumentos musicales		No activo	

## Le Petit Marseillais (Johnson&Johnson) - Champú -

### Indice CO<sub>2</sub>



Emissions de gaz à effet de serre 55g CO<sub>2</sub>eq

Effet de serre



### Ecotoxicidad del agua



Ecotoxicité aquatique 0,03 CTUe

Eau



### Consumo de agua



Consommation d'eau 9 Litres

Eau



### Website



Emissions de gaz à effet de serre 56g CO<sub>2</sub>eq

Effet de serre



Consommation d'eau 9 Litres  
Ecotoxicité aquatique 0,03 CTUe

Eau

EN SAVOIR +

Valeurs calculées pour 1 litre de shampooing

Ces résultats signifient que pour chaque lavage de cheveux, 56g d'équivalent CO<sub>2</sub> ont été émis dans l'atmosphère, et que 9 litres d'eau ont été consommés, en prenant en compte tout le cycle de vie du produit.

L'écotoxicité aquatique indique la quantité potentielle d'espèces des milieux aquatiques affectées par les substances émises dans l'environnement à chaque shampooing.

Plus de 90% de nos émissions sont liées à l'utilisation même du produit chez nous, notamment à cause de l'énergie consommée pour chauffer l'eau et du volume d'eau utilisé lors de votre shampooing.

Obtenez plus d'infos sur [www.lapetitmarseillais.com](http://www.lapetitmarseillais.com)

## Sephora (LVMH) - Gel de ducha y baño -

### Indice CO<sub>2</sub>



EMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE :



### Consumo de agua



CONSUMMATION D'EAU :



### Website

[AVIS CLIENTS](#)

[PLUS D'INFORMATIONS](#)

[AFFICHAGE ENVIRONNEMENTAL](#)



#### DÉFINITION :

Au cours du cycle de vie d'un produit et de son emballage (production des matières premières, fabrication, transports, utilisation, fin de vie) de l'eau est utilisée pour diverses fonctions (irrigation, nettoyage, etc.). Cette consommation d'eau peut entraîner une diminution des réserves d'eau disponibles. La consommation d'eau se mesure en litres.

#### RÉSULTAT POUR LA CRÈME DOUCHE :

A chaque utilisation, la Crème Douche génère une consommation d'eau de 57 litres. L'eau consommée de la douche (55 litres) représente plus de 99% de la consommation totale. Pour comparaison, un français consomme environ 151 litres d'eau par jour.

Fuente: pwc

# Pierre Fabre (ejemplo de DUCRAY) - Champú -

## Indice CO<sub>2</sub>

Emission de gaz à effet de serre



## Ecotoxicidad del agua

Écotoxicité Aquatique



## Consumo de agua

Consommation d'eau



## Website



## Garnier (L'Oréal) - Champú -

### Indice CO<sub>2</sub>



**GARNIER S'ENGAGE** pour l'environnement : ce flacon a été allégé en plastique, permettant plus de 300 tonnes d'équivalent CO<sub>2</sub> en moins dans l'atmosphère par an. Données Plastics Europe

**Vous aussi ENGAGEZ-VOUS :** grâce à votre tri, ce flacon sera recyclé. Le recyclage réduit l'émission de CO<sub>2</sub>.

**ECO EMBALLAGES**

[www.prendsoindetoi.fr](http://www.prendsoindetoi.fr)

**CO<sub>2</sub>** 59 g eq CO<sub>2</sub> équivalent 337m parcourus par une voiture (175g/km)



Prends soin de toi.

**GARNIER**

**ECO EMBALLAGES**

### Ecotoxicidad del agua



La pollution aquatique

**11551 L** équivalent 3,4 piscines de jardin (3,4m<sup>3</sup>)

### Consumo de agua



La consommation d'eau

**9,6 L** équivalent 6,4 bouteilles d'eau minérale de 1,5 L

### Embalajes

**FSC** Mixed Sources

Product group from well-managed forests and other controlled sources

[www.fsc.org](http://www.fsc.org) Cert no. SCS-COC-011196 © 1996 Forest Stewardship Council

The paper of this carton is sourced from FSC certified wood, which guarantees well-managed forests respecting human beings and nature.

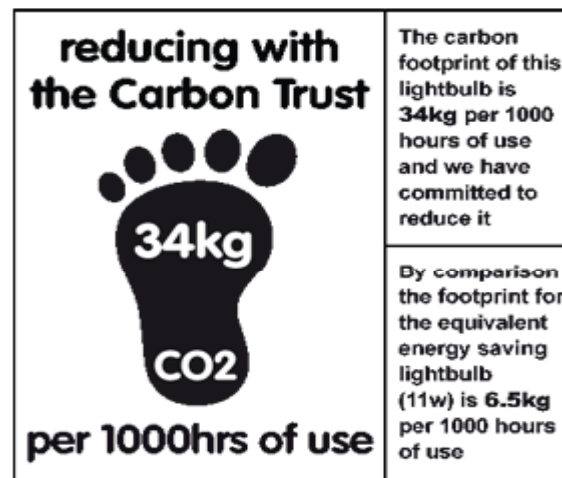
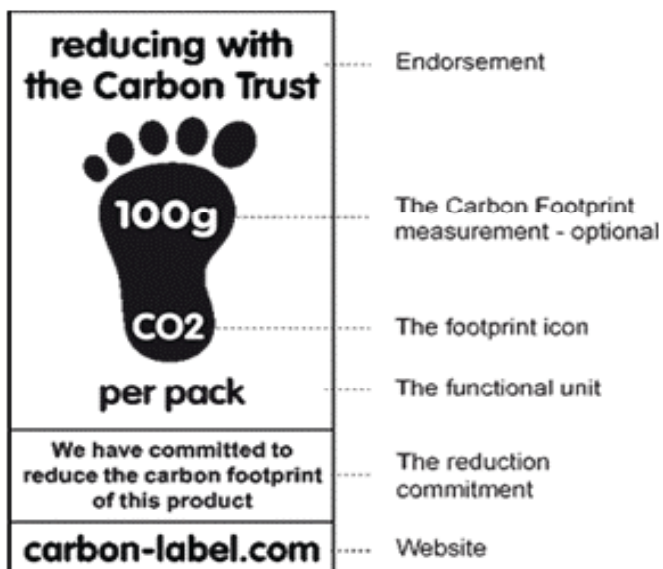
### Website

Pour chaque produit, le sigle Comment le recycler donne des informations:

- raisons pour laquelle le produit peut-être recyclé;
- comment le recyclage doit être fait;
- ce que devient le produit après recyclage.

# REINO UNIDO

## METODOLOGIA HUELLA DE CARBONO (CARBON TRUST PAS 2050)



## SUIZA : Cadena MIGROS

### CIIMATOP

Quien lleva la etiqueta confirma que el producto es un 20% más eficiente en la emisión de carbono que sus homólogos



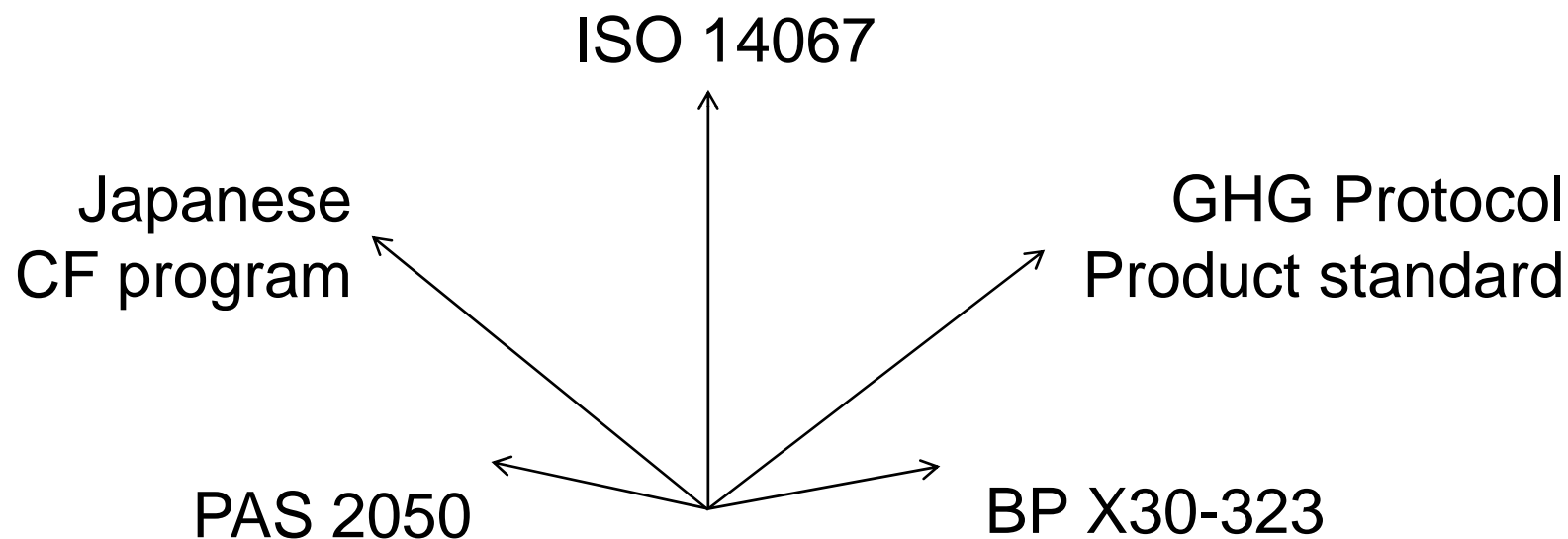
## AUSTRIA

A finales de 2009, el grupo ALDI comenzó a etiquetar la línea de productos orgánicos.

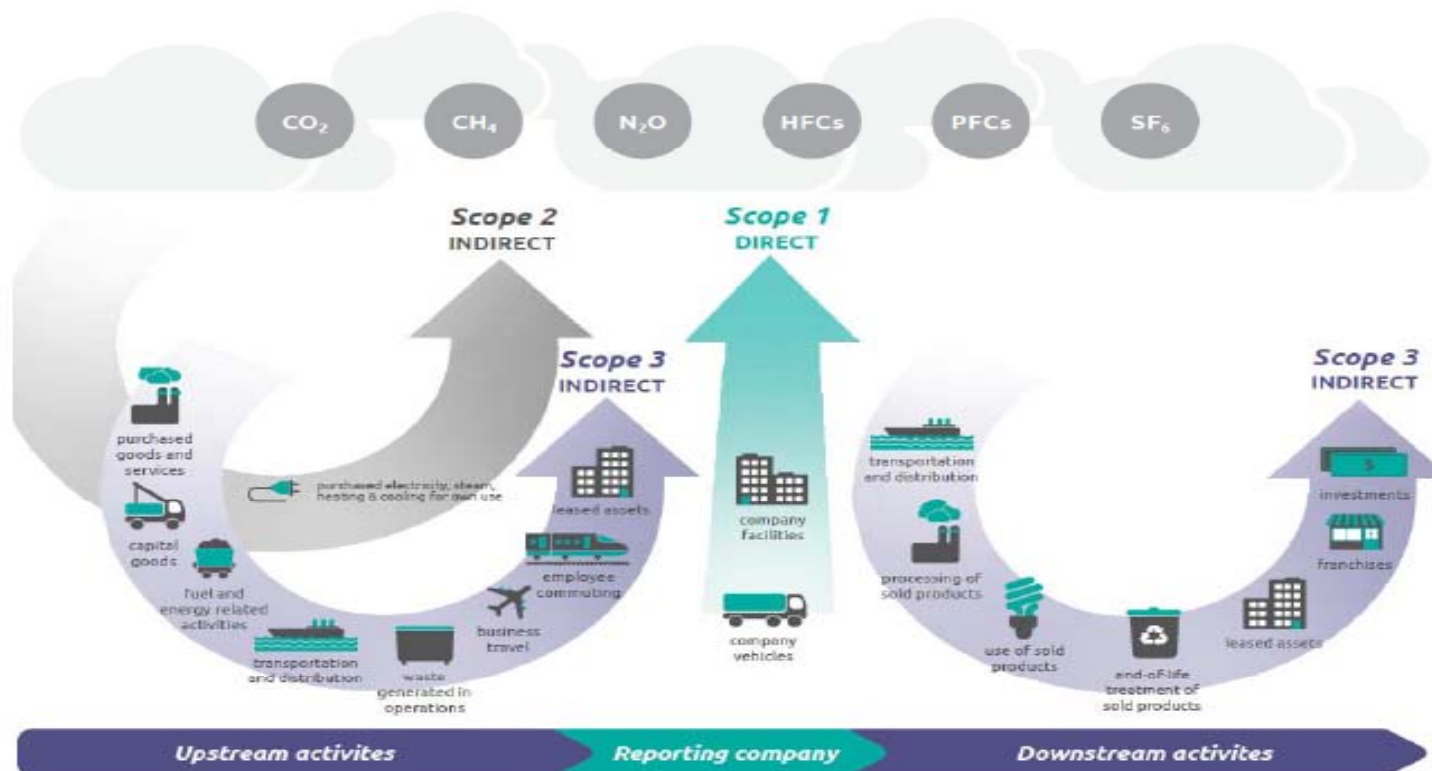
Compara (en %) las emisiones de los productos orgánicos con los convencionales

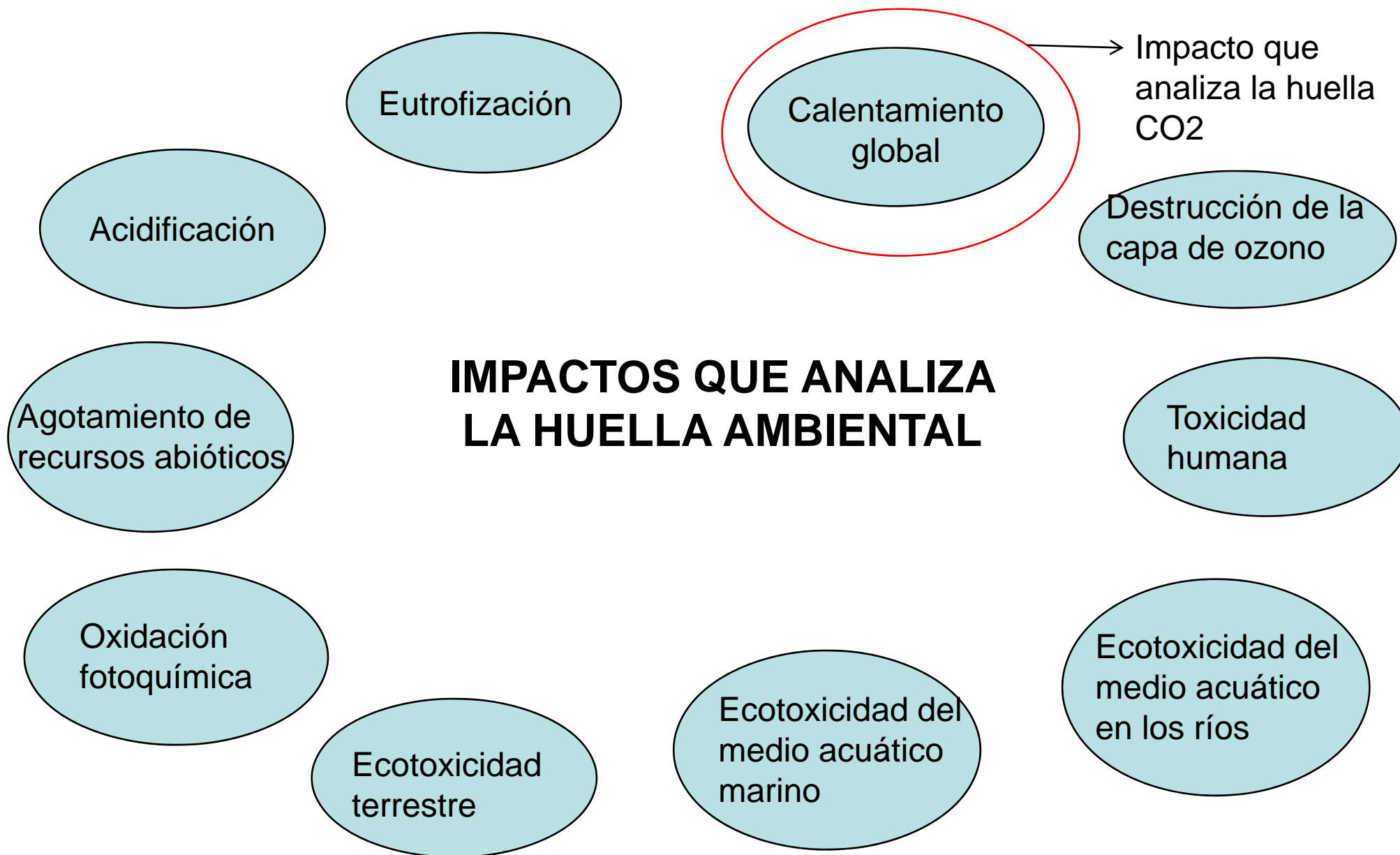


## PRINCIPALES METODOLOGIAS.



# Overview of GHG Protocol Scopes





Ante esta situación (año 2008) :

Publicación por parte de la Comisión del **Plan de Acción y Consumo Sostenible:**

**OBJETIVO:** Mejorar las características energéticas y medioambientales de los productos durante todo su ciclo de vida.

Propone las siguientes medidas:

- Legislativas (eco-etiquetado, eco-diseño, modificación R. EMAS, compras verdes...)
- No legislativas: promueve medidas medioambientales adoptando planteamientos sectoriales
- Foro de sostenibilidad de la distribución.

Proliferación de diferentes sistemas de medición de los impactos con diferentes metodologías. No fiables científicamente. A menudo incompletos y/o inconsistentes.

Esta situación conlleva varios riesgos:

- Eficacia ambiental minada
- Afán proteccionista (obstáculos a la libre circulación mercancías)
- Confusión del consumidor
- Falta de confianza
- Aumento de costes del mercado interior

**CONFUSION SOSTENIBLE**

**NECESIDAD DE UNA BASE CIENTÍFICA Y UN ENFOQUE EUROPEO**

**Mesa redonda europea sobre el consumo y producción  
sostenible de alimentos;**



## Características fundamentales de la mesa redonda Europea

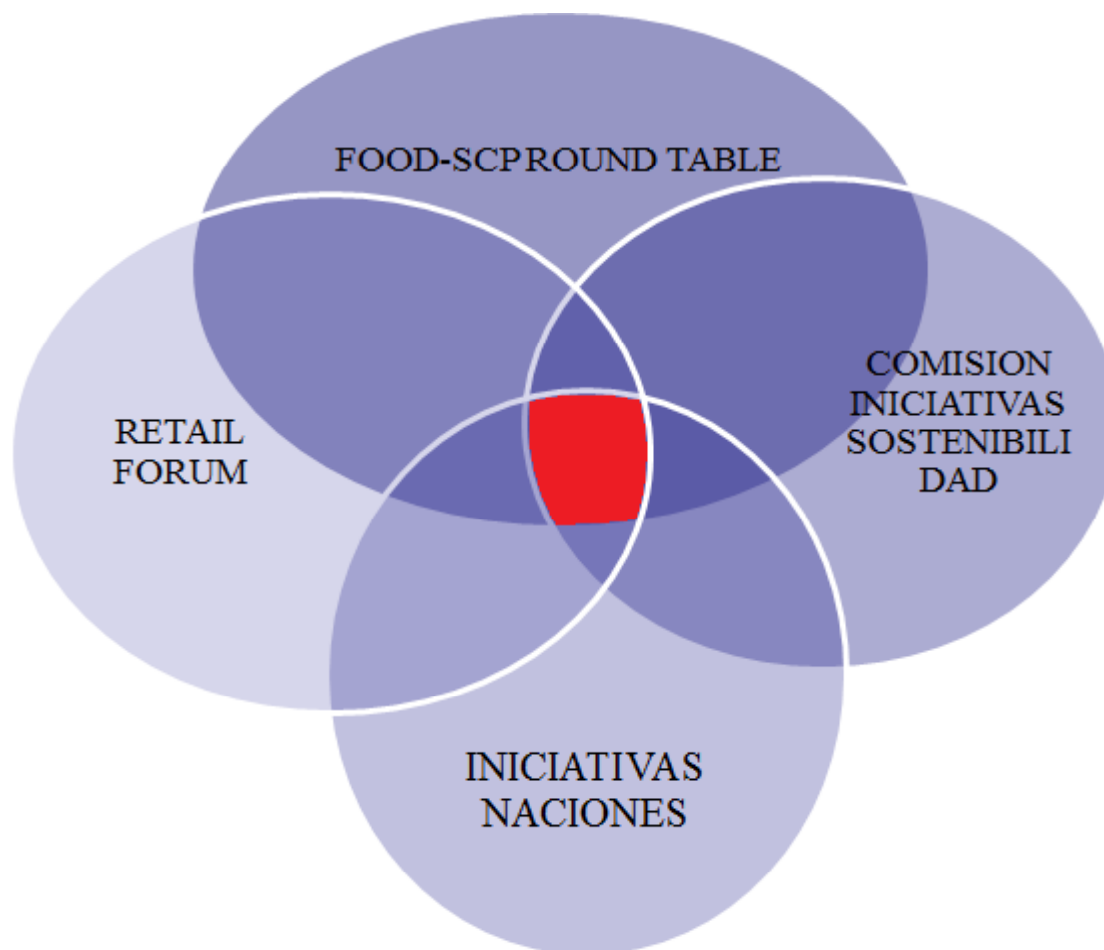
La información medioambiental suministrada a lo largo de la cadena alimentaria, incluidos los consumidores, deberá ser científicamente fiable y coherente, comprensible y no engañosa. Voluntariamente, amplia en contenidos (no exclusivamente “huella CO2”)

### Tres objetivos clave y líneas de trabajo:

1. Establecer **metodologías de evaluación ambiental** para los alimentos y bebidas, científicamente fiable y uniforme
2. Identificar las **herramientas adecuadas para la comunicación voluntaria** a los consumidores y otras partes interesadas
3. Promover e informar sobre la **mejora medioambiental continua** a lo largo de toda la cadena de abastecimiento de alimentos



## ¿DONDE NOS ENCONTRAMOS AHORA?



## RETAIL FORUM.

- Participan varias de las empresas de la distribución.
- El objeto de este Foro es impulsar la sostenibilidad en el sector de la distribución.
- Forman parte del Foro: distribuidores, fabricantes, consumidores, ONG, miembros del Parlamento Europeo, de la Comisión ...
- Los miembros del Retail Forum asumen una serie de compromisos de buenas prácticas que se recopilan en una matriz de acciones concretas. Estos compromisos son contrastados mediante auditorías independientes, recopilándose los resultados en un Informe anual.
- Han desarrollado un Código de Sostenibilidad de la Distribución que implica el compromiso de seguir adoptando medidas encaminadas a mejorar el comportamiento ambiental de la Distribución en las siguientes áreas:
  - Fomentar la producción y uso de productos sostenibles
  - Reducir el impacto ambiental de las tiendas
  - Optimización del transporte de mercancías
  - Disminución del packaging y minimización de residuos
  - Mejorar los accesos a los establecimientos
  - Mejorar la comunicación con los clientes.

FUENTE: ANGED

# **EUROPEAN FOOD SCP-ROUND TABLE**

- 1. RESUMEN DE LOS TRABAJOS DEL GRUPO 1- METODOLOGÍA**
- 2. RESUMEN DE LOS TRABAJOS DEL GRUPO 2 – COMUNICACIÓN**
- 3. RESUMEN DE LOS TRABAJOS DEL GRUPO 3 – MEJORA  
CONTINUA**

## RESUMEN DE LOS TRABAJOS GT 1: METODOLOGÍA (I)

TRABAJOS	ESTADO	RESUMEN
<b>Mandato 2012</b>	Versión 2	Hoja de ruta para el desarrollo y la difusión de la Metodología Marco Armonizada (MMA) para la evaluación medioambiental de alimentos y bebidas
<b>Inventario de metodologías, guías y evaluaciones</b>	Final	Recopilación de metodologías generales, sectoriales y subsectoriales, guías de productos y evaluaciones existentes
<b>Informe técnico</b>	Final	Análisis detallado de las metodologías de evaluación ambiental.
<b>Conclusiones del Taller sobre la MMA celebrado en ISPRA en julio 2011 (JRC)</b>	Final	En el taller se evaluó la <b>solidez científica</b> y las <b>ventajas y desventajas de los enfoques metodológicos</b> divergentes destacados en el análisis detallado de metodologías de evaluación ambiental. Las conclusiones del taller y trabajos posteriores sobre ellas, se han incorporado al borrador de la MMA.
<b>Metodología Marco Armonizada</b>	Borrador 2011  Versión 0.0  (22/11/2011)	Metodología Marco Armonizada (MMA) . El objetivo no es crear una nueva metodología sino dar una orientación para llevar a cabo una valoración medioambiental armonizada

## **RESUMEN DE LOS TRABAJOS GT 1: METODOLOGÍA (II)**

### **CALENDARIO PREVISTO DEL GT 1**

*-22 de diciembre: Versión 1.0 de la Metodología armonizada.*

*- Enero – junio 2012: Pruebas piloto de la Metodología marco armonizada.*

-Con los resultados de las pruebas piloto se ajustará la 1ª versión de la MMA.

-A finales de 2012 se realizará un informe sobre los **retos principales de la futura aplicación** de la metodología.

## RESUMEN DE LOS TRABAJOS GT 2: COMUNICACIÓN (I)

TRABAJOS	ESTADO	RESUMEN
<b>Mandato 2012</b>	Pendiente	Hoja de ruta para el desarrollo de recomendaciones sobre el uso de herramientas de información voluntaria sobre alimentos y bebidas a los consumidores y a otros grupos de interés.
<b>Comentarios resultado de la consulta pública sobre el Informe de “Comunicación de información medioambiental a lo largo de la cadena alimentaria”</b>	Final	La consulta pública se llevó a cabo del 15 de julio al 15 de septiembre y los comentarios recibidos fueron discutidos por el GT2 y tenidos en cuenta para el borrador del informe de “Comunicación de información medioambiental a lo largo de la cadena alimentaria”
<b>Informe sobre “Comunicación de información medioambiental a lo largo de la cadena alimentaria”</b>	Borrador Final (28/11/2011)	Documento sobre herramientas de comunicación medioambiental, compuesto por dos partes: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Informe que analiza las distintas herramientas de comunicación, con sus fortalezas y retos, a lo largo de toda la cadena alimentaria, incluidos los consumidores.</li> <li>2. Recomendaciones basadas en dicha evaluación</li> </ol>

## **RESUMEN DE LOS TRABAJOS GT 2 : COMUNICACIÓN**

### **CALENDARIO PREVISTO DEL GT 2**

1. Prueba de las herramientas de información voluntaria a través de **casos de estudio**:
  - Evaluación de la efectividad y las ventajas y desventajas de cada herramientas probada.
  - Identificación de requisitos mínimos para la fiabilidad y transparencia de la información.
2. **Informe de situación** que incluirá los **logros** conseguidos y los **retos** a afrontar en los siguientes trabajos.

Desarrollo a lo largo de 2012

## RESUMEN DE LOS TRABAJOS GT 3: MEJORA CONTINUA

TRABAJOS	ESTADO	RESUMEN
<b>Informe sobre “Mejora medioambiental continua”</b>	Borrador Versión 15	Informe que examina los principales retos y barreras medioambientales y estudia las iniciativas y las recomendaciones para el futuro con el objetivo de promover la mejora continua a lo largo de la cadena alimentaria. Incluye cuadros de texto explicando todas las posiciones sobre las que no hay consenso entre los miembros.
<b>Consulta pública sobre el informe de “Mejora medioambiental continua”</b>	Final	La consulta pública se llevó a cabo entre el 30 de julio y el 30 de septiembre y sus comentarios serán estudiados por el GT 3 para la inclusión en el borrador del informe sobre “Mejora medioambiental continua”

### CALENDARIO PREVISTO DEL GT 3

*-Marzo 2012: Finalización del informe del GT3.*

# **COMISIÓN EUROPEA INICIATIVAS DE SOSTENIBILIDAD**

1. HOJA DE RUTA PARA EL USO EFICIENTE DE RECURSOS
2. NUEVO PLAN DE ACCIÓN DE PRODUCCIÓN Y CONSUMO  
SOSTENIBLE
3. ECOETIQUETADO EN ALIMENTOS.
4. ECODISEÑO DE PRODUCTOS.
5. HUELLA AMBIENTAL
6. BIODIVERSIDAD


## COMISION EUROPEA – INICIATIVAS DE SOSTENIBILIDAD

### 1.- USO EFICIENTE DE RECURSOS

DOCUMENTO	CONTENIDO	ACCIONES POLITICAS PROPUESTAS
<p>Comunicación de la CE sobre la Hoja de Ruta hacia una Europa que utiliza eficazmente sus recursos (20 Septiembre de 2011)</p> <p>Estrategia Europea 2020: Una Europa que utilice eficazmente sus recursos</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar los sectores económicos que más recursos consumen, entre otros la cadena alimentaria</li> <li>• Sugiere herramientas e indicadores.</li> </ul> <p><b><u>OBJETIVOS</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Reducción del 20% en los recursos</b></li> <li>• <b>Reducción del 50% en Food Waste</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Limitar la producción de residuos. Comunicación sobre alimentación sostenible 2013</li> <li>• <b><u>Desarrollar una metodología sobre criterios de sostenibilidad para productos alimentarios clave (2014)</u></b></li> </ul>

## COMISION EUROPEA – INICIATIVAS DE SOSTENIBILIDAD

### 2.- NUEVO SCP



DOCUMENTO	POSIBLES ACCIONES	CALENDARIO
<p>Nuevo Plan de Acción de Producción y Consumo Sostenible</p> <p>La CE ha comenzado a desarrollar un nuevo plan de acción SCP en 2012 que podría ser la medida de implementación de la Hoja de Ruta de Eficiencia de Recursos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear una <b>plataforma de información medioambiental</b> de las empresas.</li> <li>• Desarrollar referencias de desempeño para sectores prioritarios</li> <li>• Modificar los instrumentos actuales (ecoetiquetado y ecodiseño) y proponer nuevos.</li> <li>• Marco legal para implantar medidas de categorías individuales de producto.</li> <li>• Análisis del comportamiento del consumidor y desarrollo de estrategias efectivas para asuntos prioritarios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2012: Publicación del Plan de Acción SCP revisado.</li> <li>- A finales de 2012: consulta pública a los grupos de interés.</li> </ul> <div style="text-align: center;">  </div> <p>Es necesario:</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div data-bbox="1512 938 1747 973"></div> <div data-bbox="1870 821 2072 965"> <p>OBJETIVOS FOODDRINK EUROPE Y FIAB</p> </div> </div> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Asegurar la coherencia entre el Plan de Acción y las distintas Hojas de Ruta e iniciativas emblemáticas.</li> <li>• Comprometer a todos los actores de la cadena alimentaria en el proceso.</li> <li>• Incluir los trabajos de la FOOD SCP RT</li> </ul>

## COMISIÓN EUROPEA-INICIATIVAS DE SOSTENIBILIDAD

### 3. ECOETIQUETADO EN ALIMENTOS.

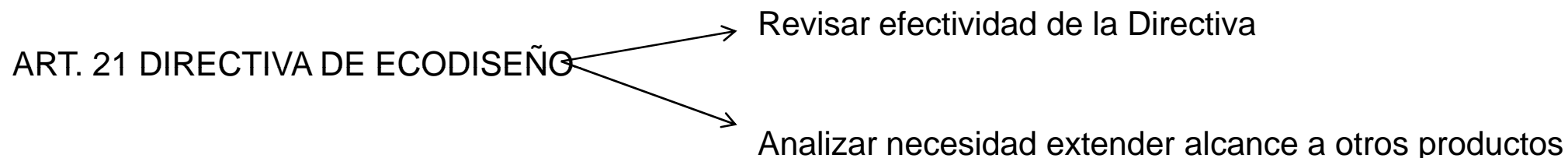
ARTICULO 6 DEL REGLAMENTO DE ECOETIQUETADO  ANTES 31/12/2011 ESTUDIO EN ALIMENTOS Y BEBIDAS

#### OPINION DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA:

- Los productos de alimentación y bebidas no deberían entrar en el alcance del Reglamento (criterios no apropiados)
- El ecoetiquetado no ha demostrado ser muy eficaz
- Conflictos con la reglamentación de alimentos.
- Gran diversidad de productos y muchos cambios en características ambientales
- Muchas Pymes
- Poco claro para el consumidor  FOOD SCP ROUND TABLE
- Stakeholder EBB/BEUC/ORGANIC PRODUCERS  En contra de la inclusión del sector en el Reglamento

## COMISIÓN EUROPEA-INICIATIVAS DE SOSTENIBILIDAD

### 4. ECODISEÑO DE PRODUCTOS.



El primer informe de la consultora incluye la metodología a usar y menciona cuatro casos de estudio del sector para valorar su inclusión en la Directiva (embutidos y otros preparados cárnicos, helados y dulces congelados, productos de chocolate y cacao, bebidas refrescantes).

20 de Febrero de 2012



Informe final

## COMISIÓN EUROPEA-INICIATIVAS DE SOSTENIBILIDAD

### 5. HUELLA AMBIENTAL

- ESTUDIO SOBRE HUELLA DE CARBONO
- COMUNICACIÓN COMISIÓN DEL "ACTA MERCADO UNICO" →



**CAMBIO DE CRITERIO / ESTRATEGIA** →

**"Antes de 2012, la Comisión investigará la viabilidad de una iniciativa sobre huella ecológica, ..."**

**DE HUELLA DE CARBONO A HUELLA AMBIENTAL**

- ESTUDIO PARA ANALIZAR COMO SE DEBE COMUNICAR LA HUELLA AMBIENTAL ⇒ DOCUMENTO FINAL FEBRERO 2012

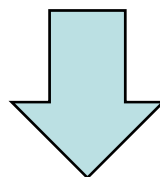
### 6. BIODIVERSIDAD



Nueva Estrategia 2020

## **ESPAÑA**

1. ANDALUCIA (ETIQUETADO COMPROMISO DE REDUCCION DE CO2 EN ACEITES Y VINO ANDALUZ) y Murcia (etiquetado CO2 en tomate y otros cultivos)
2. PROPOSICION NO DE LEY PARA IMPULSAR QUE EN EL ETIQUETAJE DE LOS PRODUCTOS se incluyan datos relativos a su impacto en el calentamiento global (Grupo Parlamentario Convergencia i Unió)
3. GRUPO TRABAJO HUELLA DE CARBONO DE LA OFICINA DE CAMBIO CLIMATICO (OECC). LA OECC está debatiendo metodologías y alcance huella CO2 para ver cual es la más adecuada para introducirla en las compras publicas



**FORO SOSTENIBILIDAD MARM (Dirección General de Industrias y Mercados Alimentarios)**

## **FIAB 2011 – ESTUDIO SOBRE SOSTENIBILIDAD EN EL SECTOR ALIMENTARIO (ELABORADO POR PWC)**

### **OBJETIVOS:**

1. Analizar la situación actual en España en relación a iniciativas existentes en los distintos aspectos de sostenibilidad ambiental, en el sector de la industria y bebidas, en las distintas CC.AA y en algunas organizaciones representativas del sector.
2. Iniciativas de mejora medioambiental resaltables en las industrias de alimentación y bebidas en los últimos 5 años.
3. Considerando como un indicador de sostenibilidad el “CO2”, realizar un análisis de los factores externos a la propia producción que influyen en las emisiones CO2 del sector en comparación con otros países europeos

## **REFLEXIONES SOBRE LA HUELLA DE CARBONO**

- EL CALCULO DE LA HUELLA DE CARBONO ES COMPLEJO Y BASADO EN DISTINTAS METODOLOGIAS. NO EXISTE UNA REFERENCIA ARMONIZADA.
- LA HUELLA DE CARBONO PERMITE CONOCER Y CONTROLAR LAS EMISIONES EN TODA LA CADENA DE LOS PRODUCTOS
- ¿PERMITE A LOS CONSUMIDORES DISPONER DE UNA INFORMACIÓN CLARA Y TRANSPARENTE QUE LE PERMITA TOMAR DECISIONES CON SUFICIENTE INFORMACIÓN?
- ¿PROPORCIONA UNA INFORMACIÓN COMPLETA SOBRE EL EFECTO DEL PRODUCTO SOBRE EL MEDIO AMBIENTE?

**MUCHAS GRACIAS**

**PALOMA SANCHEZ PELLO**

[p.sanchez@fiab.es](mailto:p.sanchez@fiab.es)

**Búscanos en todos los canales**



**WORDPRESS**

**flickr™**

**You Tube**



**slideshare**