

*I Foro de Responsabilidad Ambiental y Desarrollo Sostenible de Murcia*

# CAMPAÑA CONSUMO RESPONSABLE

## BOLSAS DE PLASTICO

Teresa Martínez, Directora General de CICLOPLAST

Murcia, 10 de mayo de 2007

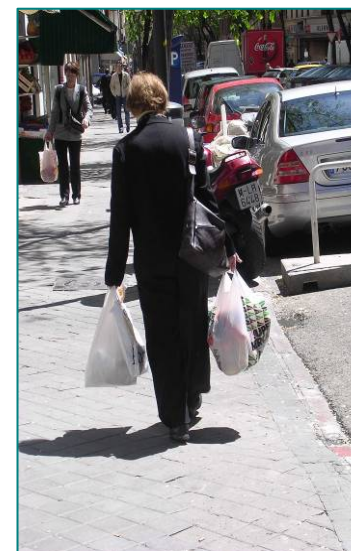
## Las bolsas de plástico son útiles...

- ✓ útiles
- ✓ cómodas
- ✓ ligeras
- ✓ higiénicas e impermeables
- ✓ resistentes
- ✓ permiten transportar gran cantidad de productos



*En el súper, hipermercado, tienda de la esquina, farmacia o boutique las BOLSAS DE PLASTICO son útiles y cómodas*

## Las bolsas de plástico son resistentes...



*Con tan solo **6 g** de peso las bolsas de plástico pueden transportar hasta **9 kg** de peso*

## Las bolsas de plástico aparecen en ...



... lugares inapropiados



## Fenómeno del “litter”

*Abandono de residuos de cualquier tipo en lugares inadecuados: campo, mar, playa, carreteras, parques...*



## Problema del litter. ¿Soluciones?

prohibiciones

tasas

Limitar la  
comercialización



Los prods alternativos ¿son mejores desde el punto de vista ambiental?

## Hipótesis de partida inicial



## Hipótesis de partida inicial





## Hipótesis de partida 2

**Menos  
PRODUCTOS  
de los que generen ...**



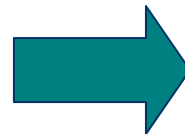
... más  
RESIDUOS



*menor  
impacto ambiental*

## Hipótesis de partida 3

Menos  
**PRODUCTOS**  
que generen ...



... *mayor*  
*impacto ambiental*  
*a lo largo de su CICLO DE VIDA*

*Los ACV son el mejor instrumento  
para decidir el impacto ambiental de los productos*

## Caso irlandés. Hipótesis inicial



## Caso irlandés. Consecuencias reales de la tasa



## Caso irlandés. Consecuencias reales de la tasa

### ❖ Menor CONSUMO de BOLSAS de PLASTICO

*(reducción del 95%)*

### ❖ No se ha reducido el volumen y peso de los residuos en los vertederos

*(las bolsas de plástico representan menos del 0,4% de los RSU y ocupan menor volumen que los productos alternativos)*

### ❖ Aumento del CONSUMO de otros productos plásticos

*aumento en las ventas de bolsas de basura (13,5%)*

*aumento en las ventas de cubos de basura de pedal (77%)*

*aumento en las ventas de bolsas para pañales (84%)*

***(datos de TESCO, SUPERQUINN, SUPERVALUE/CENTRA***

***para un estudio de investigación del periódico irlandés Examiner)***

## Caso irlandés. Consecuencias reales de la tasa

- ❖ **Los productos de sustitución (bolsas de papel) provocaron un aumento en los costes de TRANSPORTE**  
*(informes de los comercios, MARK SPENCER, entre otros)*
- ❖ **El impacto ambiental en los vertederos de los productos de sustitución (bolsas biodegradables) está en estudio**
- ❖ **Poca recaudación de la tasa comparada con los costes de su implantación** *(no financiación para proyectos ambientales)*



## Problema del litter = Problema de comportamiento

- ✓ papeles tirados por la ventanilla del coche
- ✓ tarros de cristal abandonados en la playa
- ✓ latas arrojadas en el monte
- ✓ bolsas de plástico tiradas por el parque

**EL PROBLEMA NO ES DEL PRODUCTO**  
**sino del comportamiento inadecuado de quien**  
**lo abandona en cualquier sitio**

## Problema del litter. La mejor solución

*Campañas de sensibilización*



**Consumo responsable**

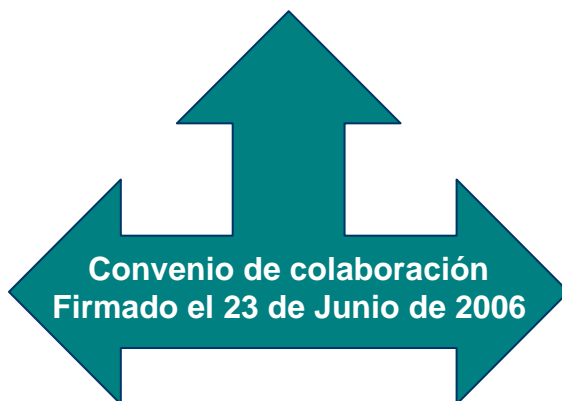
## Consumo responsable de las bolsas de plástico

### Significa:

- Utilizar sólo las bolsas que necesito (NO DESPILFARRAR)
- Reutilizar las bolsas para otros usos (por ej para bolsa de basura)
- Reciclar las bolsas al final de su 1ª vida útil
- No abandonarlas en cualquier sitio



## Campaña de sensibilización ciudadana



# Campaña de sensibilización ciudadana

Colaboradores:



## Campaña de sensibilización ciudadana

### Acciones 2006:

- Inserción de lema de la campaña en la propia bolsa
- Entrega de folletos informativo en los comercios
- Edición de carteles alusivos a la campaña





## Campaña de sensibilización ciudadana

### Acciones 2006:

- Inserción de lema de la campaña en la propia bolsa



EROSKI



HIPERCOR



EL CORTE INGLÉS



ALCAMPO

## Consumo responsable de las bolsas de plástico

### ▪ AVANCES en PREVENCIÓN:

- En los últimos 20 años se ha reducido un 75% el peso de las bolsas
- Adecuación del nº bolsas entregadas a los clientes a la cantidad, forma y peso de los productos adquiridos
- Fabricación de bolsas con certificación ambiental conforme a UNE 53 970
- Lanzamiento de bolsas reutilizables



**Reducción del consumo de bolsas de plástico  
pasando de 97.400 tons en año 2004 a 95.700 tons en el año 2005**

## Consumo responsable de las bolsas de plástico

- AVANCES en REUTILIZACION. Ejemplos



## Consumo responsable de las bolsas de plástico

### ▪ AVANCES en REUTILIZACION. Segundo uso

- ❑ El **61%** de la población española reutiliza las bolsas de plástico del súper como **bolsa de basura**
- ❑ El **53%** de la población española reutiliza las bolsas de plástico del súper como bolsa para llevar **papel/cartón al contenedor azul**
- ❑ El **58%** de la población española reutiliza las bolsas de plástico del súper como bolsa para llevar el **vidrio al iglú verde**



*(Informe Cicloplast 2004)*

## Consumo responsable de las bolsas de plástico

### ▪ AVANCES en RECICLADO

- ❑ Acuerdo voluntario (1998) entre fabricantes y comercios en el marco del Punto Verde para **financiar el reciclado de las bolsas**

**Desconocimiento sobre la reciclabilidad**  
de las bolsa de plástico en el **contenedor amarillo**  
(25% de los encuestados consideraron que la bolsa  
no debe ser depositada en el amarillo)



## Campaña 2007: CONSUMO RESPONSABLE



**CONSUMO RESPONSABLE**

ÚSAME  
VARIAS VECES

Y DESPUÉS,  
RECÍCLAME

NO ME  
ABANDONES

RECÍCLAME, NO ME ABANDONES  
LLEVAME AL CONTENEDOR AMARILLO

**ANGED**  
ASOCIACIÓN NACIONAL  
DE GRANDES EMPRESAS DE  
DISTRIBUCIÓN

**ANAP** Confederación Española  
de Empresarios de Plásticos

**cicloplast**

**PlasticsEurope**  
Productores de Materiales Plásticos



## Campaña 2007. Objetivos/Mensajes

- ✓ Promover el consumo responsable de las bolsas
- ✓ Impulsar la reutilización de las bolsas
- ✓ Recordar la disponibilidad del contenedor amarillo para reciclar las bolsas
- ✓ Evitar el abandono de las bolsas en cualquier sitio inapropiado
- ✓ Conocer la opinión de los ciudadanos sobre las bolsas de plástico informándoles de los comportamientos más adecuados

## Campaña 2007. Vías de comunicación

- Comercios
  - Lugar donde se produce el mayor consumo de bolsas
- Organizaciones de consumidores y amas de casa
  - Papel fundamental en la formación de opinión y hábitos de consumo
- Aulas ambientales de municipios
  - Cercanía al ciudadano/consumidor
- Embajadores internos. Trabajadores de las empresas
  - Empresas de plásticos
  - Grandes superficies, medianos y pequeños comercios

## Campaña 2007. Acciones

### ● En Comercios.

- Seguir la distribución en línea de caja de las bolsas con el logo de campaña.
- Instalación de stand itinerante en centros comerciales:
  - Stand en el centro durante 3 días (jueves-viernes y sábado) durante el período mayo-jul 2007
  - Stand con dos azafatas donde:
    - si se responde a una breve encuesta de opinión,
    - se entregará un obsequio con mensajes principales de la campaña

## **Campaña 2007. Acciones en comercios**

- **Stand en CC de Murcia:**

**17,18 y 19 de MAYO en ALCAMPO**

**24, 25 y 26 de MAYO en CARREFOUR (Las Atalayas)**

**31 MAY, 1 y 2 de JUNIO en EL CORTE INGLÉS**

## Campaña 2007. Acciones

- En Comercios

- **Actividades ambientales de las empresas:**

Los mensajes “Consumo responsable”, “Reutilización”, “Reciclado” y “No abandono” de la campaña bolsas de plástico podrían incorporarse en las guías y actividades educativas que, en el ámbito ambiental, realizan las empresas con niños y adolescentes.

## Campaña 2007. Acciones

- En Asociaciones de Consumidores y Amas de Casa.

Difusión de folleto con mensajes a través de circulares y de actos periódicos de las Asocs de consumidores y de amas de casa que incluirá:

- breve encuesta,
- Sorteo con premio para las encuestas recibidas cumplimentadas

## Campaña 2007. Acciones

- En Aulas ambientales de municipios

- Jornadas informativas a monitores ambientales sobre Plásticos y Medio Ambiente con mensaje de las bolsas:
  - ❖ Entrega de “Manual para monitores” que exponga la realidad de los plásticos y el Medio Ambiente
  - ❖ entrega de obsequio con mensaje
  - ❖ entrega de carteles alusivos a la campaña

## Campaña 2007. Acciones

- Embajadores internos: trabajadores de las empresas
  - Vehículo de comunicación: se aprovecharán los boletines internos que dirigen a sus trabajadores cada una de las empresas, o bien, los paneles de noticias internas, etc.



## Consumo responsable ¿QUÉ MÁS PODEMOS HACER?

### Los consumidores:

- **PREVENCIÓN.** No despilfarrar.
- **REUTILIZACION y RECICLADO.** Dar un segundo uso a las bolsas de plástico:
  - Otras compras, ...
  - Bolsa de basura
  - **Bolsa de envases (para reciclar continente y contenido)**



## Consumo responsable ¿QUÉ MÁS PODEMOS HACER?

### Los Ayuntamientos:

- Insertando el logo de la bolsa en las pegatinas del iglú amarillo



## Consumo responsable ¿QUÉ MÁS PODEMOS HACER?

### Los fabricantes y comercios:

- Colaborando con esta campaña u otras similares

