

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

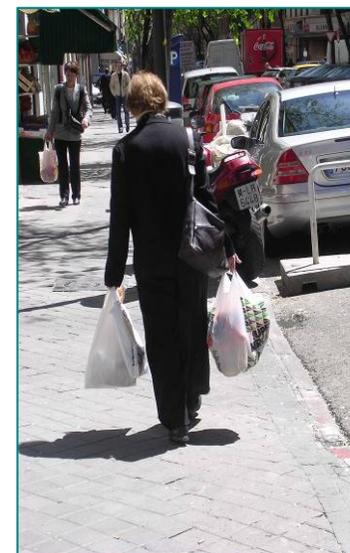
Las bolsas de plástico son útiles...

- ✓ 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

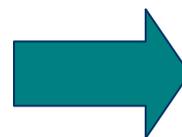


Hipótesis de partida inicial



Hipótesis de partida 2

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



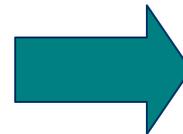
... más
RESIDUOS



*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



Confederación Española de Comercio

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
Llévame 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

