

La sostenibilidad en la cadena agroalimentaria, a debate en la Universidad de Verano de Mercabarna

Mercabarna ha organizado en julio su primera universidad de verano, bajo el lema 'La sostenibilidad en la cadena agroalimentaria'. El encuentro, con la colaboración de la Escuela Superior de Agricultura de Barcelona de la Universidad Politécnica de Cataluña (ESAB-UPC) y de AECOC (Asociación de empresas del gran consumo), ha reunido un centenar de profesionales y estudiantes del sector agroalimentario. Los ponentes han sido docentes, investigadores y profesionales que representan los diferentes eslabones de la cadena alimentaria. En el acto inaugural, el concejal de Turismo, Comercio y Mercados de Barcelona y presidente de Mercabarna, Agustí Colom, afirmó que la Universidad de Verano de Mercabarna tiene vocación de convertirse en un encuentro anual de referencia del sector agroalimentario, para promover la cooperación, la transferencia de información y el networking entre los participantes y aportar conocimiento actualizado sobre los principales retos de este sector".



La climatología provoca una fuerte caída de la producción de Plátano de Canarias



Los productores de Plátano de Canarias han visto reducida su producción de forma considerable con respecto a años anteriores en los últimos meses, debido a las condiciones climatológicas. Los años 2016 y 2017 registraron temperaturas récord que pusieron la producción canaria de plátano en niveles de máximos históricos. Ese fuerte incremento se mantiene como tendencia de fondo, pero la fría primavera así como los daños por viento de principios de año, han tenido como efecto de corto plazo un fuerte recorte de la producción. En el caso del viento, las fuertes rachas sufridas a finales del primer trimestre causaron una pérdida de más de 14,5 millones de kilogramos de plátanos en unas 3.500 hectáreas de terreno de las 9.000 que comprende el cultivo. Además, las plataneras afectadas, se han visto perjudicadas también a posteriori por una ralentización de su desarrollo y por tanto, de su capacidad productiva.

Mercazaragoza aumentó sus beneficios un 4,5% en 2017

El beneficio antes de impuestos de Mercazaragoza en 2017 ascendió a 1,44 millones de euros, un 4,5% más que en el año. Un dato significativo de la actividad de la plataforma es el tráfico de vehículos, que durante el pasado año fueron 1.927.791, un 18,5% más que en el ejercicio anterior, lo que supone una media de 5.282 vehículos diarios. En cuanto a la actividad mayorista, el mercado de frutas y verduras comercializó 107.521 toneladas, cifra inferior a 2016 en un 2,5%, mientras que en el mercado de pescados comercializó 24.805 toneladas, un 4,4% inferior al año anterior. El matadero registró un descenso en el volumen sacrificio del 10%, llegando a un total de 34.103 toneladas. Por su parte, destaca la actividad de la Terminal Marítima de Zaragoza, de la que es máximo accionista, señalando que durante 2017 se operaron 2.428 trenes, lo que supone un 18% más que en el ejercicio anterior.



Nuevo programa de visitas para profesionales en Mercamadrid

A partir de septiembre, Mercamadrid contará con un nuevo programa de visitas guiadas. En esta ocasión, dirigidas al público profesional, con el objetivo de acercar el funcionamiento y servicios que prestan las empresas instaladas y la Unidad Alimentaria. De este modo, en apenas unas horas aquellas empresas que lo deseen, podrán conocer cuestiones esenciales tales como los requisitos para obtener la acreditación, tipología de empresas ubicadas en Mercamadrid, productos a la venta, cómo se forman los precios y los servicios disponibles en el recinto. El recorrido y contenido de cada visita se adaptará a los perfiles profesionales de los grupos que se hayan conformado, tratando de diferenciar, por ejemplo, perfiles de restauración, emprendimiento, e-commerce, colectividades, etc. para hacer más efectiva y productiva este primer contacto o acercamiento con Mercamadrid.



Mercagalicia y Mercalicante estrenan páginas web corporativas



Mercagalicia ha iniciado cambios hacia la transformación digital y presenta su espacio online bajo la dirección web www.mercagalicia.gal. Con una navegabilidad rápida, una fácil distribución de contenidos y un diseño actual donde predomina el azul del mar que baña Galicia, esta web forma parte de la renovada imagen que se está llevando a cabo desde hace un año aproximadamente, fecha en la que María Vázquez llegó a la gerencia de Mercagalicia. Por su parte, Mercalicante, que celebra este año el cincuenta aniversario de su constitución como empresa, ha renovado de la web corporativa www.mercalicante.com que, como novedad, incluye una intranet para fomentar la transformación digital en la compañía y de las empresas instaladas en el recinto. Además, con motivo del aniversario, Mercalicante organiza diversas actividades, entre las que se encuentra una exposición fotográfica que recogerá la historia del clúster alimentario y su evolución desde su creación hasta la actualidad.

Los españoles consumieron 808 millones de litros de zumos y néctares en 2017



En 2017, el consumo de zumos y néctares en España ascendió a 808,15 millones de litros, según revela el informe elaborado por la Asociación Española de Fabricantes de Zumos (Asozumos), que fue presentado durante la celebración de la octava edición del Día Mundial del Zumo en el que el tema principal ha sido el disfrute vinculado al aporte nutricional bajo el lema “El sabor que te cuida”.

El consumo en España descendió el pasado año un 2,7% respecto al 2016. El pasado año en España se consumieron 17,3 litros por persona, una cifra ligeramente inferior a la media europea, situada en 17,9 litros y muy por detrás de países como Alemania, Austria, Holanda y Suecia.

En cuanto a los sabores más demandados en España, el zumo de naranja continúa liderando el listado de sabores preferidos entre todos los que se comercializan, con un 34%, seguido del zumo de piña y el de melocotón que representan el 19,2% y 17,8% respectivamente. Los zumos multifrutas y de manzana con el 12,6% y el 3,9% del mercado, completan el listado de sabores más consumidos. Entre los datos que aporta el informe destaca que España fue en 2017 el país líder en volumen de exportaciones con 775.672 toneladas, con un valor de 730 millones de euros.

La fábrica de Toyota usará biogás líquido a partir de 2019

El uso del gas licuado del petróleo en la fábrica de Toyota Material Handling Suecia será reemplazado por biogás líquido en 2019. El biogás es renovable, producido localmente y uno de los combustibles más limpios del mundo. Es producido con residuos orgánicos, como comida, y cierra el ciclo. El biogás líquido se produce mediante la purificación del biogás y su enfriamiento a aproximadamente -163°C . Es más fácil y más eficiente de almacenar y distribuir que otras sustancias gaseosas.



Mercasa y los principales mercados mayoristas europeos se unen para poner en valor la importancia de la función mayorista en la cadena alimentaria

El presidente de Mercasa, David Martínez Fontano ha firmado, junto a los representantes de los principales mercados mayoristas europeos, una declaración conjunta que van a trasladar a las instituciones europeas, en la que ponen de manifiesto la importancia de la función de los mercados mayoristas de alimentos frescos en la cadena alimentaria.

El acto de la firma de esta declaración se celebró en París, en la sede del ministerio de Agricultura francés; y entre los firmantes destacan los máximos responsables de mercados mayoristas de Francia, Portugal, Gran Bretaña, Italia, Polonia, Alemania, Bélgica, Suecia y Grecia, entre otros países.

La declaración recoge múltiples aspectos, entre los que destaca la petición de que los mercados mayoristas de alimentos frescos se conviertan en un interlocutor clave para las instituciones de la Unión Europea, en particular en los temas que influyen directamente en su actividad, como la regulación de la política de competitividad y la Política Agraria Común (PAC) después de 2020.

Asimismo, se reivindica la función decisiva de los mercados mayoristas en la sostenibilidad de la cadena alimentaria, la promoción de productos locales, la diversidad y calidad de la oferta de frutas, verduras, carnes y pescados, además de otros productos; así como en la minimización del desperdicio alimentario, por la eficiencia de los procesos comerciales.



El CSIC aporta evidencias científicas del comportamiento del Aceite de Orujo de Oliva en fritura

El Aceite de Orujo de Oliva presenta un comportamiento mucho mejor en fritura discontinua (doméstica) y continua (industrial) que los aceites de girasol convencional y similar, o incluso, ligeramente mejor que los aceites de girasol alto oleico. Esta es una de las principales conclusiones extraídas de la investigación comparativa realizada por el Instituto de Ciencia y Tecnología de Alimentos y Nutrición (ICTAN) del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC). El estudio “Comportamiento del Aceite de Orujo de Oliva en fritura y comparación con aceites de girasol convencional y girasol alto oleico” fue presentado el 6 de junio por su investigadora principal, Gloria Márquez, durante la presentación del acto “La Ciencia de las Croquetas” organizada por la Interprofesional del Aceite de Orujo de Oliva, ORIVA.



Resultados positivos del plan de sostenibilidad agrícola de Syngenta en España



Syngenta acaba de presentar los resultados de los primeros cuatro años del proyecto “The Good Growth Plan”, que incluyen aspectos como el aumento de las producciones, la mejora de la biodiversidad, la lucha contra el cambio climático, la reducción del desperdicio alimentario o la formación continua de los agricultores. A nivel mundial este plan ha conseguido que más de 1.400 explotaciones de 41 países colaboren como fincas de referencia. España es uno de los países líderes de este proyecto gracias a los resultados presentados para los primeros 4 años de aplicación (2014-2017), que hablan de un aumento de agricultores de referencia incluidos en el plan de un 11%.

Mercasa y las Mercas debaten en Granada sobre las estrategias de futuro para la Red de Mercas



Los máximos responsables de Mercasa y la Red de Mercas participaron el pasado mes de julio en una jornada, celebrada en Granada, para debatir sobre las estrategias de futuro para Mercasa y las Mercas, con el objetivo de reforzar el liderazgo en la prestación de servicios a todos los eslabones de la cadena de suministro, singularmente de alimentos frescos. Una jornada que fue inaugurada por el alcalde de Granada, Francisco Cuenca.

El presidente de Mercasa, David Martínez Fontano, presentó un avance del plan estratégico de Mercasa, que se está elaborando en la actualidad, que incluye el diseño de un nuevo modelo de Merca del siglo XXI, con instalaciones adecuadas a las nuevas necesidades de los operadores comerciales y logísticos, y servicios a la medida de todos los formatos de distribución: grandes y pequeños, presenciales y virtuales.

Asimismo, David Martínez Fontano destacó que la presencia y participación de Mercasa en la Red de Mercas es decisiva para que la actividad comercial mayorista cumpla los estándares de eficiencia y calidad reconocidos internacionalmente.

El programa de la jornada incluyó también una conferencia del Director gerente de Mercagranada, Adolfo Ortí, sobre la experiencia del modelo de gestión EFQM, basado en la excelencia. Y, por último, se celebró el primer Foro de Reflexión Agroalimentario San Telmo-Mercasa, bajo el título “Trabajar en Red: Reinventando la Red de Mercas desde la base”, coordinado por el profesor Luis Huete, del IESE Business School.

Aperitivos premium de Ahumados Domínguez para el verano

Con la llegada del verano, Ahumados Domínguez ha presentado tres recetas tradicionales en formato aperitivo gourmet para servir en el momento. Se trata de Ensalada Alemana con Salmón Ahumado, Bacalao Ahumado con Pimientos Asados Naturales y Ensalada de Ahumados. Unas especialidades que, entre otros puntos de distribución, se pueden encontrar en los espacios gourmet dentro de El Corte Inglés e Hipercor con los que cuenta Ahumados Domínguez, la única marca de su sector con espacios de este tipo, dedicados a ofrecer todos sus productos en diferentes presentaciones.



Promoción solidaria de Jamones y Embutidos Villar y Aldeas Infantiles SOS

La empresa soriana Industrias Cárnicas Villar ha puesto en marcha una promoción de cashback, dirigida a los consumidores que adquieran productos de libre servicio de las marcas Villar y Nobleza Castellana. Durante el periodo promocional que se extenderá hasta el 31 de octubre, y a través de una sencilla mecánica promocional desarrollada en el microsite www.promocionesvillar.com, los consumidores podrán solicitar un reembolso de 3 euros. Además, tras el reciente acuerdo firmado entre Industrias Cárnicas Villar y Aldeas Infantiles SOS, se donará 1 euro más por cada petición de reembolso que realicen los consumidores al Proyecto Solidario “Merendamos juntos”.



Marlene patrocina Cosmetiktrip11 en Tenerife

Marlene ha patrocinado la undécima edición de CosmetikTrip, un viaje organizado en Tenerife para las top bloggers e instagramers en materia de belleza y cosmética del país. En el segundo día de su estancia a las invitadas se les presentó la historia de la firma Marlene, el origen territorial de las manzanas de la etiqueta azul y las características organolépticas de las distintas variedades. Además se describieron las diferentes actividades de comunicación que envuelven el mundo Marlene, entre las que cabe destacar la elaboración de recetas a base de manzana Marlene para el cuidado del cuerpo.



El sector porcino apuesta por la innovación, la sostenibilidad y el respeto por los animales

“El sector porcino español ha experimentado una profunda transformación en las últimas décadas que le ha llevado a convertirse, por méritos propios, en uno de los grandes líderes internacionales, y ahora afronta el reto de fortalecer ese liderazgo a través de la innovación, la sostenibilidad y el respeto al bienestar animal”. Así lo expuso el 5 de julio en Madrid el director de la Interprofesional del Porcino de Capa Blanca (INTERPORC), Alberto Herranz, en la presentación del cierre de la campaña de promoción en España del ‘PORK LOVERS TOUR 2018’. Una campaña que ha recibido, en su segunda etapa, la visita de 87 colectivos y 11.000 personas, y se han publicado más de 100 informaciones en los medios de comunicación alcanzando a una audiencia de 8,6 millones de personas. A este acto asistió también José Miguel Herrero, director general de la Industria Alimentaria del Ministerio de Agricultura, quien avanzó que uno de los principales retos que se plantea desde el ministerio es “estrechar el contacto entre los consumidores, los alimentos y la forma de producción para que conozcan el trabajo realizado por el sector productor. No en vano, el porcino es un sector puntero cuya importancia es estratégica para España y como tal debe ser conocido por todos”.



Jornada gastronómica de la IGP Espárrago de Huétor Tájar



El Consejo Regulador de la IGP Espárrago de Huétor Tájar, cooperativa Centro Sur, agricultores, Universidad de Granada y sector de restauración, participaron en la Jornada “Innovación, Gastronomía y Salud. Descubriendo nuevos sabores con Espárrago de Huétor Tájar”, celebrada en el Restaurante Cortijo de Tájar, que profundizó en las características organolépticas y nutricionales del espárrago verde, y en particular, de la variedad diferenciada con la Indicación Geográfica Protegida (IGP). Una jornada que persigue fomentar el consumo de este producto emblemático de la Vega Granadina, dando a conocer las excelencias de su sabor, propiedades saludables, así como las últimas innovaciones gastronómicas, atendiendo a los gustos de los consumidores. La organización contó con el apoyo de la Federación de Cooperativas, Caja Rural Granada, Caixabank y Bankia. En la jornada se abordó la relevancia del cultivo del espárrago en la provincia de Granada, así como su beneficiosa aportación a la alimentación, ante un centenar de productores y personas vinculadas a la restauración, un colectivo estratégico para llegar con éxito a los consumidores.

FRUIT ATTRACTION prevé un crecimiento del 16%



Fruit Attraction, organizada por IFEMA y FEPEX, prevé un crecimiento tanto de expositores como de superficie del 16% en su 10ª edición, que se celebrará del martes 23 al jueves 25 de octubre, según las estimaciones realizadas tras la primera reunión de elección de espacios. Previamente a la elección de espacios, se reunió el Comité Organizador y Asesor de Fruit Attraction constatando las excelentes perspectivas de participación para la próxima edición, ya que hasta el momento, y concluida la primera parte de la contratación, la superficie ha crecido un 10% en relación al mismo periodo de la pasada convocatoria, superando 45.000 metros cuadrados, y con una previsión de incremento total del 16%. El Comité Organizador y Asesor confirmó igualmente una mayor participación internacional, con países comunitarios como Holanda, Italia, Portugal, Polonia, Grecia, y destacando el fuerte crecimiento de Francia, así como de países no comunitarios como Chile, Brasil, Perú, Costa Rica, Colombia, Argentina, Sudáfrica... creando por primera vez un área completa del hemisferio sur que estará ubicada en el pabellón 10. En 2018 se reforzarán distintas áreas como Organic Hub, dedicado a empresas de productos hortofrutícolas biológicos, y The Innovation Hub, como área dedicada a la innovación y novedades empresariales en el sector. Además, este año también se une a Fruit Attraction el sector de flor y planta, con Flower&Garden Attraction. En cuanto a los países importadores invitados, serán Canadá y Arabia Saudí.

COVAP compra a Leche Celta la adquisición de la planta de leche de Meira (Lugo)

COVAP ha alcanzado un acuerdo con Leche Celta para la adquisición de la planta de leche de Meira (Lugo) y de todos sus activos. La operación, que la cooperativa lleva a cabo a través de su filial gallega Naturleite, garantiza la continuidad de los puestos de trabajo, así como la actividad de la fábrica y las relaciones que actualmente se mantienen con los proveedores de leche. Dicha operación está supeditada a la aprobación por parte de la Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia (CNMC) y tendrá efectos a partir de enero del 2019. La planta de Meira, perteneciente a la empresa Leche Celta S.L.U, filial del grupo Lactogal en España, ha sido abastecida durante los últimos cinco años por más de 250 ganaderos gallegos con materia prima exclusivamente gallega, que la compañía destinaba a la marca propia Hacendado de Mercadona. Ubicada en la localidad lucense de Meira, la planta que Naturleite adquiere a Leche Celta cuenta con unas instalaciones de 12.000 metros cuadrados y tiene una capacidad de producción total cercana a los 150 millones de litros de leche envasados al año y ha sido objeto de importantes inversiones en los últimos cinco años por parte de Leche Celta. Cuenta con sistemas avanzados de gestión certificados y opera con los más elevados estándares europeos de gestión medio ambiental.



Unica Group producirá en exclusiva el Tomate Cherry Pera Rama más dulce del mercado



Unica producirá en exclusiva el tomate cherry pera rama extra dulce, denominado Sugarino RZ, que garantiza un mínimo de 7,5 a 8 grados de brix de dulzor, gracias al acuerdo firmado con la casa de semillas Rijk Zwaan, que garantiza

que Unica será la única productora y comercializadora de este delicioso y singular tomate, durante los próximos tres años. El equilibrio de concentraciones relativas de azúcares y ácidos en el fruto hacen que sea el más dulce y sabroso. La singularidad del Sugarino RZ, además de su dulzura e intenso color, es el comportamiento de esta variedad durante el cultivo sin tendencia al rajado, resistente, y con un excelente comportamiento en ciclos de cultivo largo. Su rango de producción alcanza desde el mes de noviembre a mayo.

La Cooperativa El Grupo promociona hábitos alimenticios saludables

La Cooperativa El Grupo ha celebrado en sus instalaciones de Castell de Ferro la charla “Verdades y mentiras en nutrición” con la presencia del experto dietista-nutricionista, Aitor Sánchez quien compartió con los más de 150 asistentes la importancia de una alimentación equilibrada a la hora de estar sano y disfrutar de una buena calidad de vida.

El Grupo une a más de 650 agricultores de frutas y hortalizas, en la comarca de la costa y otras zonas del interior de la provincia granadina. La cooperativa organizó esta charla junto a la cooperativa de segundo grado UNICA Group, en su estrategia de promoción de hábitos saludables entre los agricultores, agricultoras y la sociedad en general. Esta cooperativa produce y comercializa más de 45.000 toneladas de frutas y hortalizas, unos alimentos cuyo consumo está recomendado para una dieta equilibrada.

El 25 Open de Ajedrez de Cooperativa La Palma consigue récord de participación

Con un gran ambiente deportivo, el 25º aniversario del Open de Ajedrez de Cooperativa La Palma ha superado las cifras de participación de anteriores ediciones con más 200 ajedrecistas andaluces, además de otros puntos de la geografía nacional e internacional. El domingo, 9 de junio, las instalaciones de esta cooperativa hortofrutícola granadina volvieron a ser escenario de uno de los torneos más interesantes y participativos de Andalucía, en el que se dieron cita más de 500 personas entre ajedrecistas, familiares, agricultores y trabajadores de esta cooperativa, todos ellos muy involucrados en la organización de este Open de ajedrez.

Aumenta la producción de panadería y bollería congelada

La producción de pan, bollería y pastelería congelada en 2017 alcanzó en España un volumen de 958 millones de Kg., lo que supuso un crecimiento del 3,4% respecto al año anterior, con un valor de 1.302 millones de euros, de acuerdo con los datos presentados por ASEMAC, la Asociación Española de la Industria de Panadería, Bollería y Pastelería. El pan supuso el 82% en términos de volumen y el 65% en valor.

STEF completa su oferta de servicios con la adquisición de EXPRESS MAREE

STEF y EXPRESS MAREE han anunciado la firma de un acuerdo de cesión del 100% de la sociedad EXPRESS MAREE a STEF, que es efectivo desde el 2 de julio de 2018. Esta operación permitirá al Grupo STEF ampliar su oferta de servicios para los productos del mar y reforzar su cobertura operacional en Francia.

Fundada en 1948, la empresa EXPRESS MAREE está especializada en el transporte y la logística de productos del mar tanto en Francia como a nivel internacional. STEF está presente en esta actividad desde hace más de 40 años en Francia y en otros países de Europa. En 2017, el Grupo creó una unidad de negocio dedicada a los productos del mar, STEF Seafood, para satisfacer mejor los requisitos de este mercado de actores especialistas.

Esta operación permite a la red STEF Seafood ofrecer a sus clientes y socios de SEAFOODWAYS* una cobertura completa del territorio francés con la integración, a partir de ahora, de las regiones Sudoeste y Languedoc-Rosellón.

La Asociación de Productores Europeos de Plátano y Banana (APEB) promueve el acuerdo del sector primario de las regiones ultraperiféricas

Representantes de la Asociación de Productores Europeos de Plátano y Banana (APEB), de la que forma parte la Asociación de Organizaciones de Productores de Plátano de Canarias (ASPROCAN), mantuvieron el pasado miércoles 27 de junio una reunión con los presidentes de las regiones ultraperiféricas europeas en Bruselas. En representación de Canarias, acudió el presidente del Gobierno regional, Fernando Clavijo, además de los representantes de Madeira, Guadalupe y Martinica. En esta reunión se expuso como asunto prioritario el proceso de aprobación del marco financiero plurianual de la Unión Europea para 2020 y la necesidad del sector primario de las RUP de reforzar los fondos destinados al programa POSEI.

En dicho encuentro, los subsectores firmaron una moción, a la que se ha adherido el sector platanero comunitario, en la que piden a Fran-

cia, España y Portugal que no se lleven a cabo los recortes anunciados por la CE respecto al Programa Comunitario de Apoyo a las Producciones Agrarias (POSEI) y el Fondo Europeo Marítimo Pequero (FEMP) y que la ficha presupuestaria pueda en cambio ser ajustada al alza, hasta que se use de forma sostenible todo el potencial del terreno disponible para el desarrollo agrario local. En este contexto, la APEB ha trasladado su vocación de continuar colaborando al máximo con las instituciones regionales, nacionales y comunitarias, poniendo al servicio de todo el sector primario su trabajo permanente en Francia, España, Portugal y Bruselas.



■ Novedades Legislativas

Información alimentaria facilitada al consumidor

El Diario Oficial de la Unión Europea (2018/C 196/01) publicó el pasado mes de junio la comunicación de la Comisión Europea, sobre preguntas y respuestas relativas a la aplicación del Reglamento (UE) 1169/2011 sobre información alimentaria facilitada al consumidor, con objeto de ayudar a los operadores de empresas alimentarias y a las autoridades nacionales a aplicar dicho Reglamento ofreciendo respuestas a las cuestiones que surgieron con la entrada en vigor de dicha normativa: etiquetado, prácticas informativas, informaciones obligatorias, facultativas y adicionales, información nutricional y complementos alimenticios. Todo ello sin perjuicio de la interpretación que pueda hacer el Tribunal de Justicia de la Unión Europea.

Información sobre procedencia de alimentos o ingredientes

El 29 de mayo se publicó el Reglamento de ejecución (UE) 2018/775 sobre la información alimentaria facilitada al consumidor, en lo que se refiere a normas para indicar el país de origen o el lugar de procedencia del ingrediente primario de un alimento cuando el país de procedencia se indique por cualquier medio, como declaraciones, pictogramas, símbolos o expresiones que hagan referencia a lugares o zonas geográficas, excepto por lo que se refiere a términos geográficos incluidos en denominaciones habituales y genéricas que aunque indican un origen, no se interpretan como una indicación del país o lugar de procedencia. Este Reglamento será de aplicación a partir del 1 de abril de 2020.

Reducción del consumo de bolsas de plástico

El pasado mes de mayo entró en vigor el real Decreto 293/2018 sobre reducción del consumo de bolsas de plástico y por el que se crea el Registro de Productores que tiene como finalidad regular las medidas y campañas para prevenir y reducir los impactos adversos de los residuos generados por dichas bolsas de plástico a partir de 2018 y 2020. También se crea el Registro de Productores de Productos en el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación donde deberán inscribirse los fabricantes de bolsas de plástico.

Envases y residuos de envases

El pasado mes de junio entró en vigor la Directiva (UE) 218/852 por la que se modifica la normativa europea relativa a envases y residuos de envases otorgando a la Comisión Europea facultades de ejecución para garantizar condiciones uniformes de aplicación dado que la finalidad de esta normativa es prevenir y reducir todo impacto de los envases en el medio ambiente atendiendo a la reutilización y reciclado así como garantizar el funcionamiento del mercado interior.

Esta sección ha sido elaborada por
Víctor Manteca Valdelande, abogado
Más información:

legislación nacional: www.boe.es; legislación europea: eur-lex.europa.eu;
normas autonómicas: páginas web de cada comunidad autónoma